

anses

agence nationale de sécurité sanitaire  
alimentation, environnement, travail



*Connaître, évaluer, protéger*

# Déclaration des produits du tabac et produits connexes en France

Produits du vapotage - Bilan 2016 -2020

Annexes

Octobre 2020



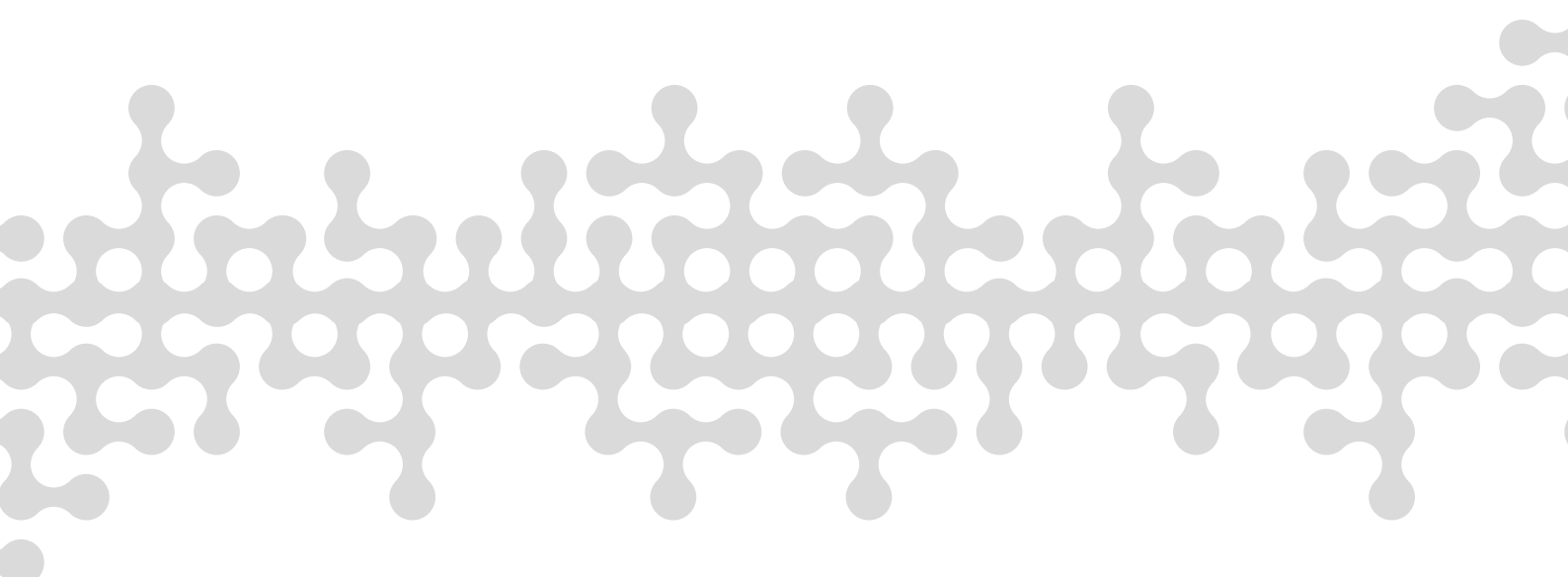


# Déclaration des produits du tabac et produits connexes en France

Produits du vapotage - Bilan 2016 -2020

Annexes

Octobre 2020





**Didier Torny**

**Guillaume Yon**

Centre de sociologie de l'Innovation,

Mines Paris Tech,

I3 (UMR 9217)

## **Fabriquer un marché en situation controversée : dispositifs, lieux et pratiques du vapotage**



  Vaping360.com

Rapport final VAPORISK

Février 2018

Convention de recherche et développement n°2017-CRD-04  
ANSES/ARMINES

Citer ce rapport :

Torny, Didier, et Guillaume Yon. 2018. « Fabriquer un marché en situation controversée : dispositifs, lieux et pratiques du vapotage ». Convention Anses/Armines/2017-CRD-04. Centre de sociologie de l'Innovation, Mines Paris Tech, I3 (UMR 9217).



# 1/ Mise en œuvre de la convention

La première partie du travail de recherche a consisté en une cartographie des acteurs économiques du tabac et du vapotage. Il a fait l'objet de discussion par courriel et lors de trois réunions, d'une durée de 2 à 3 heures, du comité de suivi de la convention. Ces dernières se sont déroulées à l'ANSES les 24 mars, 9 mai et 17 juillet 2017. Au vu de l'ensemble de ces discussions, les choix suivants ont été faits.

Premièrement, il a été décidé de focaliser la recherche sur les produits du vapotage, secteur le plus en développement et le moins connu de l'ANSES, et donc prioritaire en matière d'exploration. Deuxièmement, comme prévu dans la convention, la base documentaire première pour ces acteurs a été le fichier des déclarants pour la France dans le système TPD<sup>1</sup>. Cependant, des difficultés techniques de mise à jour et de transmission au sein de l'Union Européenne ont nécessité des ajustements temporels. Ils ont finalement conduit à choisir pour point de départ la base disponible à l'ANSES le 13 mai 2017. Celle-ci n'a pu être transmise au CSI que le 6 juin 2017, délai supplémentaire choisi par l'agence dans l'espoir qu'une version plus récente, et donc plus complète, des metteurs en marché ait été rendue disponible par les autorités européennes. Ce n'est donc qu'à partir de cette date que le CSI a pu systématiquement coder les sites, ce qui a entraîné une demande, acceptée, de report d'un mois de la remise du rapport intermédiaire.

Troisièmement, il a été décidé que le principal produit de cette cartographie serait une base de données structurée des metteurs en marché présents dans cette base ANSES, reprenant des informations contenues dans celle-ci, et rassemblant des informations inédites, issues de l'exploration et de l'analyse systématiques des sites web des metteurs en marché. La structuration de cette base de données et l'ensemble des champs ont été covalidés, notamment lors de la réunion du 9 mai 2017, après qu'une première exploration d'une trentaine de sites web de metteurs en marché importants ait été effectuée. La base ANSES de 23 705 déclarations de produits a permis d'identifier 347 metteurs en marché à cette date. A partir de cette identification, il a créé une base de données sous Microsoft Access respectant le plan de codage codéfini, base que nous dénommerons désormais VAPORISK.

Quatrièmement, il est apparu que l'étude du marché des dispositifs présentait un intérêt bien moindre que celui des liquides, puisqu'il est trusté par un oligopole de fabricants principalement chinois, et que les questions sanitaires les concernant sont beaucoup plus limitées que celles portant sur les liquides. Cette base de données, centrée sur les e-liquides, a été alimentée tout au long des mois de juin et de juillet, en suivant les méthodologies décrites ci-après. Il a été conjointement convenu, conformément aux dispositions de la convention portant sur ses

---

<sup>1</sup> Tobacco Product Directive, acronyme largement partagé faisant référence à la Directive 2014/40/UE

produits, que cette base soit ensuite libre d'utilisation par l'ANSES, à des fins d'analyse, de mise à jour ou d'extension des données et des codages.

Cinquièmement, une première présentation des résultats de cette exploration a été faite lors de la réunion du 17 juillet 2017, suscitant des questions et demandes de la part des représentants de l'ANSES, qui ont été prises en compte dans la rédaction de ce rapport. Nous détaillons dans le présent rapport un certain nombre de résultats produits par l'analyse de la base, mais également des pistes d'enquête et des questions, relevant d'objets d'intérêt plus larges pour l'ANSES.

Sixièmement, la base de données VAPORISK et le rapport intermédiaire en format PDF ont été déposés sur l'extranet mis à la disposition des chercheurs du CSI par l'ANSES, constituant ainsi le rendu intermédiaire prévu par la convention.

La seconde partie du travail de recherche a consisté en une analyse des controverses et débats publics entourant le vapotage en France. Pour ce faire, les sources ayant été listées dans la convention, une première analyse a été présentée lors d'une réunion à l'ANSES le 21 décembre 2017. Après ces échanges, l'analyse a été complétée suivant les méthodologies précisées dans le point ci-après, et dont les résultats sont présentés dans ce rapport.

## **2/ Méthodologie**

La base ANSES considérée contenait donc l'ensemble des metteurs en marché ayant déclaré leurs produits avant le 16 mai 2017, ce qui implique deux types de biais de situation par rapport à une cartographie parfaitement exhaustive des acteurs économiques. Premièrement, on peut faire l'hypothèse qu'un certain nombre d'acteurs mettant en marché sur le territoire français n'ont pas fait cette déclaration ou n'ont déclaré qu'une partie de leurs produits. Les échanges avec l'ANSES sur ces points, de même que l'exploration de certains sites où la TPD est évoquée et critiquée, rendent cette hypothèse très vraisemblable. Deuxièmement, la restriction à la France, générée par le dispositif européen dans sa forme actuelle, et l'impossibilité pour l'ANSES de comparer ces déclarants à ceux pour tout ou partie du reste de l'Europe dessinent nécessairement un paysage contrasté.

En effet, on retrouve dans la base ANSES, d'une part, des metteurs en marché étrangers (233), qui ont donc par définition une portée internationale, et dont les sites web sont rarement en français mais toujours en anglais (et éventuellement d'autres langues) ; d'autre part, des metteurs en marché français (114), dont l'immense majorité se projette dans un marché national, voire infra-national. Si nous devions effectuer la même recherche dans d'autres espaces nationaux, par exemple aux Pays-Bas ou en Pologne, il est vraisemblable que nous nous retrouverions face à une distribution similaire, mais il n'est pas certain que les acteurs



bataves ou polonais aient les mêmes positionnements<sup>2</sup> que ceux décrits ici. En conséquence, la base VAPORISK et ses résultats ne peuvent être extrapolés à l'ensemble de la situation européenne, mais représentent l'espace économique « légal » de la production de la vape en France.

Ces deux biais étant entendus, nous décrivons dans les pages qui viennent la méthodologie suivie pour la constitution des données de la base VAPORISK. Comme indiqué plus haut, les sources primaires choisies en collaboration avec l'ANSES ont été les sites web des metteurs en marché, ce qui a d'abord supposé de les identifier (a/), puis de les explorer pour opérer aux codages prévus (b/). Si celle-ci était disponible, c'est la version française des sites qui a été privilégiée, sauf lorsque la qualité de la traduction, visiblement fondée sur un moteur automatique, était telle que nous avons privilégié le site anglais. L'exploration des sites s'est faite sur l'ensemble des pages disponibles, y compris celles de commercialisation ou de blog, avec une taille de site parfois très importante (quelques centaines de pages et plusieurs gigaoctets d'information, incluant images et vidéos), d'où la richesse des informations recueillies.

L'état très variable des sites (liens dysfonctionnants, mise à jour ancienne ou, au contraire, modifications observées entre la phase exploratoire et la phase de codage) nous amène à penser le caractère transitoire des informations contenues dans la base VAPORISK. Elles doivent être prises comme une photographie de l'état des sites à l'été 2017 et non des caractéristiques permanentes de chaque metteur en marché. En particulier, nous avons été frappés par la diversité des formes possibles du « métier » de metteur en marché, et l'adaptation des acteurs à ces différentes possibilités lorsqu'un historique du site ou des activités économiques étaient disponibles. Néanmoins, la richesse très importante des données collectées constitue clairement à nos yeux un premier pas important pour comprendre les ressorts du marché des e-liquides, et le positionnement par rapport à certaines questions, notamment sanitaires.

### ***a/ l'identification des sites web***

Nous sommes donc partis de la base ANSES, qui ne contenait pas d'adresses URL, la possession d'un site web n'étant pas un critère dans la réglementation européenne. Afin d'identifier ces sites web de metteurs en marché, nous avons successivement appliqué trois techniques.

Premièrement, nous avons utilisé l'adresse courriel de correspondance fourni par le metteur en marché pour extraire un nom de domaine. Il a permis une identification dans la très grande majorité des cas. Outre son efficacité, cette technique a un autre avantage : ce nom de domaine renvoie à la société mère, ce qui permet d'éviter de se perdre dans le dédale des différentes

---

<sup>2</sup> Notamment sur la culture du luxe, les modes de valorisation organoleptique ou la militance pour la réduction des risques

marques que cette société mère peut posséder. Certains metteurs en marché peuvent chercher à maintenir, de manière plus ou moins explicite, une forte étanchéité entre leurs différentes activités, leurs différentes marques. Ces marques peuvent ainsi faire l'objet de sites séparés. L'accès par le nom de domaine de l'adresse mail du déclarant donne d'emblée une vision panoramique, souvent riche en informations, ou plutôt en questions.

Quelques exemples sont particulièrement saillants. Si on part des sites de Halcyon Haze (<http://www.halcyonhaze.co.uk/>) ou de 13 Sins (<http://www.13-sins.com/>) on détecte difficilement que ces deux marques sont toutes deux issues du même metteur en marché, Cuts Ice, qui a son propre site (<http://www.cutsice.com/>), possède d'autres marques (la très célèbre T-Juice), et développe une activité importante de fabricant à façon<sup>3</sup>. La pertinence des adresses courriels pour trouver les bons sites est particulièrement grande dans le cas des Big Tobacco : le site de Fontem Ventures (<http://www.fontemventures.com/>) nous apprend des choses que le site de leur produit de vapotage Blu, très focalisé sur la vente directe en ligne (<https://www.blu.com>), ne montre pas, notamment leur stratégie connexe dans le secteur des produits énergisants, leur position plus officielle sur la e-cigarette.

Enfin, cette première approche d'identification des sites par les adresses mail permet également l'identification rapide des doublons. Nous avons repéré dans la base ANSES 12 doublons (par exemple : KAB Global Distribution <http://www.kabgd.com/>, ou encore Feel Life <http://www.feellife.com/>), c'est-à-dire qu'un seul metteur en marché est identifié sous deux noms et identifiants différents.

Cette première technique d'approche peut s'avérer insuffisante : soit le nom de domaine correspondant à l'adresse mail ne débouche pas sur un site, soit le nom de domaine est celui d'un fournisseur d'adresses, typiquement Gmail. Il est important de signaler que le premier cas est de mauvaise augure, un nom de domaine qui ne donne rien conduira généralement *in fine* à un échec d'identification, un site en construction ou introuvable. Le second cas englobe de tous petits metteurs en marché, petits déclarants, souvent des magasins qui ont développé leur gamme sur un mode artisanal (profil de DIY d'arrière-boutique<sup>4</sup>), ou sur un mode de valorisation plus luxueux (parfum de luxe à la française).

Aussi, deuxièmement, on a procédé à une interrogation des moteurs de recherche à partir du nom du metteur en marché déclaré dans la base. Cette deuxième technique de recherche donne souvent des résultats indirects insatisfaisants. Le nom du metteur en marché est le plus souvent un nom de société : on aboutit donc à des pages de sites (type [www.societe.com](http://www.societe.com)) qui délivrent

---

<sup>3</sup> Le terme sera défini plus loin.

<sup>4</sup> Idem.

quelques informations légales et administratives, mais ne disent rien sur la marque elle-même et son site associé<sup>5</sup>. Parfois les résultats du moteur de recherche peuvent contenir un blog ou un site de vente, qui dans sa présentation d'un liquide mentionne au passage le nom officiel de la société qui le produit, d'où son apparition dans les résultats du moteur de recherche lors d'une interrogation par le nom du metteur en marché. On peut alors trouver le site du metteur en marché, à partir du nom du liquide, nom que le site de vente ou le blog avec revues nous apprend.

Si ces blogs n'émergent pas à partir du nom de la société, une troisième technique d'identification a été mise en œuvre. Elle consiste à s'appuyer sur les marques, les noms de gammes et de produits déclarés dans la base. On retrouve alors généralement la piste de très grosses plateformes de vente (par exemple [www.taklope.com](http://www.taklope.com), <https://mon-liquide.fr/>, <http://www.le-club-des-vapoteurs.fr/>), qui présentent en quelques mots et parfois plus, chaque produit vendu ; ou de blogs informés qui proposent des évaluations critiques (<http://www.vapoteurs.net>, [www.vap-actus.fr](http://www.vap-actus.fr)). En multipliant les interrogations, en suivant les liens et les noms de marques ou de parfums signatures, on peut alors remonter jusqu'au site du metteur en marché, à partir de leurs traces laissées sur les blogs, revues ou sites de vente en ligne.

Ces trois techniques (adresse courriel, recherche du nom du metteur en marché, recherche du nom de marque de produit et son environnement) peuvent demeurer infructueuses ou aboutir à des sites en construction ou qui ne répondent pas. Le metteur en marché peut ne laisser aucune trace sur le net, ou aucune trace relative aux secteurs tabac, arômes, agroalimentaire, pharmacie au sens le plus large. Le Laboratoire Ceres (<http://www.lab-ceres.com/>) représente un cas-limite : il présente de très fortes capacités analytiques dans ces domaines, mais n'indique absolument pas produire ou vendre de produits du vapotage. Ou alors il peut y avoir une trace, mais elle est soit indirecte (comme pour ces metteurs en marché dont on ne trouve pas de site mais des mentions sur les listes noires de fraudeurs à la TVA), soit vide (un enregistrement légal de société mais qui semble correspondre à une coquille vide). Ces techniques ont donc abouti aux résultats présentés ci-après :

---

<sup>5</sup>Ces sites d'information économique générale peuvent cependant apporter des informations non négligeables. Par exemple dans le cas de la série des sites chinois de Shenzhen, pour lesquels aucun site correspondant n'a été trouvé.

Type de site	Quantité
Identifié	288
Doublon	12
Non identifié ou vide	47

**Tableau 1 - Répartition des sites web des metteurs en marché**

L'annexe 1 contient la liste détaillée de sites identifiés.

***b/ Le codage des sites web***

Dans le reste de ce rapport, nous ne traitons évidemment que du matériau recueilli à partir des 288 sites différents identifiés et analysés. Le codage sur lequel nous nous sommes accordés après discussion lors de la réunion du 9 mai 2017 comprend, du point de vue informatique, trois types de champs : des valeurs à cocher, qui signalent la présence d'un élément ; des champs courts, alphabétiques ou numériques, extraits de la base d'origine ; et des commentaires en texte libre qui décrivent plus avant le contenu des sites relatifs à une caractéristique particulière. Tous ces champs sont manipulables sous ACCESS pour pratiquer les extractions adéquates.

Pour des besoins d'ergonomie nous avons regroupé les écrans de codage en différents onglets qui sont visibles ci-après. Ces masques de saisie répondent à une logique analytique, cette logique consiste à regrouper en différentes thématiques les caractéristiques des sites. Ces thématiques font parfois l'objet de « commentaires généraux » pour l'ensemble d'une sous-rubrique, alors que pour d'autres, il a été décidé d'un commun accord de faire des commentaires pour des objets plus spécifiques.

**Figure 1 - Ecran de saisie de la base Vaporisk**

La logique de codage repose sur l'explicitation, par les metteurs en marché, des caractéristiques visées et non sur leur caractère implicite ou connu par ailleurs. Il s'agit de décrire des manières de se présenter, pas de procéder à des dévoilements de propriétés cachées ou tues. Certains codages ne sont jamais remplis, mais ils ont été prévus pour une exploitation ultérieure de la base VAPORISK par l'ANSES, avec des ajouts d'informations provenant d'autres sources.

Dans l'**onglet identification du site**, les nombres de déclarations (liquides et dispositifs) comme la nationalité du metteur en marché sont directement extraits de la base et n'ont donc pas fait l'objet d'une opération de saisie de notre part. Nous avons inclus les champs CA et effectif en salariés pour de futures informations collectables par l'ANSES.

Le champ « FIVAPE » et le champ « Autre appartenance » n'ont été cochés que si ces appartenances ont fait l'objet d'une mention explicite sur le site du metteur en marché. Ces mentions ne représentent qu'une faible partie des sites (11 et 21 respectivement)<sup>6</sup>. Lorsqu'elle est présente, la mention de la FIVAPE se matérialise par la présence du logo en bas de la page d'accueil du site, parfois de toutes les pages du site. Plus rarement, dans la configuration de sites militants du sevrage par la cigarette électronique, les pages qui développent l'histoire du metteur en marché (du type « notre histoire », « qui sommes-nous ? » ou « à propos ») ou les

<sup>6</sup> Alors qu'environ 130 metteurs en marché dans la base VAPORISK sont membres officiels de la FIVAPE.

pages de blog (traitées parce que présentes dans les menus des sites eux-mêmes et intégrés à ceux-ci) peuvent expliciter l'appartenance à la FIVAPE. Dans ce second cas, il s'agit des membres fondateurs et importants. Ils associent leur appartenance à la FIVAPE à un récit développé sur les luttes passées et en cours : leur contribution à la normalisation pour parer aux produits dangereux ou défectueux venus d'Asie, les débats avec les autorités de santé sur la question de l'efficacité du sevrage comme de la toxicité et des dangers des produits en général, les controverses autour de la TPD.

La même règle a été suivie pour les autres appartenances : nous n'avons pas opéré des croisements avec les sites des associations, seulement le relevé et le commentaire des déclarations effectives sur les sites. Les « autres appartenances » peuvent être très diverses, et sont spécifiées à chaque fois dans le champ commentaire. Pour donner un exemple : quelques metteurs en marché américains sont liés à l'association Vape a Vet (<https://vapeavet.org/>), qui cherche à sevrer les militaires (active et vétérans). Ils sont considérés par l'association comme la cible et la victime historique des Big Tobacco. L'association vise à leur offrir, par différents canaux, des produits de la vape. De manière plus récurrente, on observe l'appartenance à l'équivalent britannique de la FIVAPE, IBVTA d'une part, aux associations industrielles américaines d'autre part, notamment la VTA (<http://vaportechnology.org>), qui compte dans son *board* le représentant de Gaia trend aux Etats-Unis, ancien président de la FIVAPE.

Pour l'**onglet sanitaire**, nous avons développé un codage très détaillé, accompagné de commentaires longs. Ceci en raison de l'importance de cette question pour l'ANSES. Mais aussi en raison du développement, dans le cadre de cette convention de recherche, de l'étude de la controverse socio-sanitaire. Une analyse détaillée de ces codages est donnée dans la partie 4 de ce rapport. Nous ne reprenons ici que des éléments descriptifs : pour la partie toxicité, nous avons inclus des allusions au caractère sain ou sûr des process, contenants ou produits. Parfois, c'est au contraire leur caractère risqué qui est souligné, lorsqu'il s'agit de dévoiler les pratiques des concurrents ou d'imposer la nécessité de certains dispositifs (certification, contrôle qualité, traçabilité, choix des ingrédients, etc.). Seule la question de la toxicité des produits réunit un nombre important de sites de metteurs en marché (87) alors que les références explicites à des articles scientifiques (21) ou aux fiches de toxicité (11) sont très limitées.

Les deuxième et troisième séries de codage portent directement sur des questions de santé publique. La rubrique addiction distingue réduction des risques et sevrage. Les mentions au sevrage peuvent être minimales, comme dans les avertissements des sites américains, ou au contraire très développées, comme dans les sites militants, notamment français. Comme on pouvait s'y attendre, plus un codage est sélectif, moins il est activé ensuite dans la base VAPORISK : ainsi un seul site évoque les vapofumeurs (<http://www.j-well.fr/fr/>) et seuls 7 mentionnent la question du vapotage passif. En revanche, l'accumulation de ces indices nous a

permis de dessiner trois portraits contrastés des attitudes des metteurs en marché par rapport aux questions sanitaires.

Dans l'onglet **régulation et commerce**, nous avons au départ prévu de compter le nombre de produits sur le site, afin de pouvoir le comparer au nombre de produits déclarés dans la base ANSES. Certains sites sont d'énormes plateformes avec beaucoup de liquides, différentes concentrations de nicotine ou des jeux sur ratio PG/VG, des classements complexes et redondants par profil organoleptique et par marque, des nouveautés fréquentes, des produits affichés mais, quand on creuse, ils s'avèrent indisponibles depuis des années. Le comptage aurait été extrêmement chronophage et vraisemblablement entaché d'erreurs.

Le codage « cadre réglementaire » permet de prendre en compte la discussion explicite de la TPD : celle-ci peut être valorisée comme un système protecteur du consommateur, garantie de la qualité industrielle. Les grandes lignes de la réglementation, sur l'étiquette, le bouchon, le volume et la concentration de nicotine, la composition sont rappelées. Au contraire, la TPD peut être considérée comme une barrière à l'entrée du marché éliminant les petits producteurs ou limitant la diversité de l'offre. Nous avons prévu un codage spécifique sur le niveau de la taxe : il s'est avéré à l'exploration que seuls 3 sites<sup>7</sup> l'évoquent.

Pour le codage « commerce », on a opéré des distinctions analytiques importantes qu'on retrouvera tout au long de ce rapport. Les DIY sont largement décrits dans la suite, de même que les produits à façon, les choses étant plus simples pour les produits semi-finis et finis. Enfin, pour le codage « marché », nous avons été particulièrement restrictifs : un pays n'est coché que si l'une des conditions suivantes est remplie. Premièrement, s'il est fait mention explicite des marchés sur lesquels l'entreprise est présente. Cela peut être aussi une liste des noms et adresses des bureaux (filiales), ou représentants, ou distributeurs exclusifs, ou distributeurs officiels, d'une marque à l'étranger. Deuxièmement, dans les cas de vente en ligne, s'il existe une liste des pays dans lesquels les liquides sont expédiés : contrairement au cas précédent où la stratégie internationale du metteur en marché est visible, il s'agit ici simplement de détailler les prix et les délais de livraison selon les pays. Troisièmement, si on trouve sur le site une carte géolocalisée qui recense les réseaux de magasins (dans une rubrique du type « retrouvez-nous près de chez vous »), avec leurs adresses et horaires d'ouverture. Quatrièmement, nous avons considéré la langue des sites : un metteur en marché ne prend pas la peine de traduire son site en français s'il n'opère pas en France.

Avec cette politique très restrictive, qui demande une preuve de la présence sur un marché, on obtient des résultats certainement en deçà de la réalité. Beaucoup de sites en anglais affirment qu'ils ont une activité internationale, avec un portail pour les professionnels qui souhaitent

---

<sup>7</sup>Xyfil LTD, Cali Steam LLC et Five Pawns.

acheter en gros et devenir distributeurs, mais en l'absence de mentions précises des pays en question, nous ne pouvions cocher aucun champ. En conséquence, une case non cochée ne veut pas dire que le metteur en marché est absent du pays en question, simplement que nous n'avons pas la preuve explicite de sa présence.

Dans l'onglet **valorisation**, nous avons systématiquement codé trois répertoires que nous avons préalablement repérés : le « bio/nature », l'« organoleptique » et le « local ». Si le premier ne considère qu'un faible nombre de metteurs en marché (21), les deux autres sont assez présents, puisqu'ils concernent un tiers des sites (63). Ils renvoient néanmoins à des formes concrètes très différentes : l'organoleptique peut ainsi viser l'artificialité des arômes et expériences proposés par certains sites californiens ou renvoyer, tout au contraire, au caractère artisanal et singularisé des pratiques de DIY d'arrière-boutique de certains sites français, en passant par des références explicites aux parfums et aux arômes développés dans la région de Grasse. De même le « local » peut renvoyer à un espace national, le « made in » associé à certaines formes de qualité, que ce soit en Californie, en Allemagne ou au Royaume-Uni ou à une dimension régionale ou infra-régionale de l'origine des produits ou de l'univers de référence, comme le Vapoteur breton « 100% breton, élaboré au sein de l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Rennes ». Enfin, la dimension bio/nature a été codée lorsque le metteur en marché revendique soit des procédés d'extraction naturelle seulement, y compris lorsqu'il s'agit de développer des alternatives « naturelles » au propylène-glycol, soit ajoute à l'extraction naturelle des garanties « bio » sur l'origine de ce à partir de quoi est réalisée l'extraction.

Nous avons ensuite recherché les expériences de référence, associées à une valence positive, neutre ou négative par les metteurs en marché, avec au total environ un peu plus d'un quart des sites concernés (77). Ces expériences sont mobilisées de manière différenciée : ce peut être dans une logique de processus industriel pour l'agroalimentaire ou la pharmacie, ou d'expérience de consommation pour les vins, boissons ou les drogues. Il faut signaler enfin que le tabac est connoté positivement (ou de manière neutre) chez les *Big Tobacco* et quelques metteurs en marché de kit.

Les codages « industrie » sont activés si on a pu repérer des valorisations industrielles bien identifiables : certifications en tout genre (ISO, GMC, TUV, labels propres à l'industrie pharmaceutique ou agroalimentaire), métrologie (machines et procédés d'analyse, résultats en ligne), audit (par des laboratoires indépendants), y compris pour des services qui peuvent être vendus (laboratoire interne d'analyse, consulting sur la production). Certains sites, notamment allemands, déploient à longueur de pages (avec photos et documents) cette logique industrielle, d'autres le font de manière plus anecdotique, pour un total d'environ un tiers des sites (96) associé à au moins l'un de ces codages.



Enfin, l'onglet **modèle industriel** comprend des séries d'éléments qui permettent de situer l'univers de production dans lequel se situe le metteur en marché, que ce soit par rapport aux produits de la vape, du tabac ou d'autres secteurs industriels. Dans le secteur de la vape, le codage « autres produits » dans la rubrique « vape » recouvre le matériel de DIY, et pour les quelques artisans du luxe français des accessoires (pochette, chargeur design), chez les californiens versés dans la construction d'univers de référence des vêtements (tee-shirts, sweat à capuche, débardeurs, casquettes) siglés au nom de la marque. La saisonnalité (9) et l'explicitation d'une rotation importante des produits (26) sont limitées : au vu du moment du codage, ce sont les « fruits de l'été » qui apparaissent sur un petit nombre de sites. Comme pour le reste des codages, tout cela est bien entendu précisé en commentaire.

Le codage des « autres secteurs » industriels n'a été activé que s'ils font l'objet d'une mention explicite sur le site. Ces mentions sont de deux types : soit directement sur le site dans les pages « qui sommes-nous ? », soit *via* un lien en bas de page (« X est une filiale du groupe Y »). Au total, 77 metteurs en marché sont présents sur au moins l'un de ces secteurs.

Les codages « distribution » sont très activés dans la base pour la diffusion directe sur le site du metteur en marché (163) et pour la vente en magasins physiques (165). A l'inverse, un tiers des metteurs en marché n'indique pas explicitement de lieu de vente sur son site (87). Le codage « partenaires » recouvre une logique de service, en offrant des réseaux de distribution ou en offrant aux distributeurs des produits finis prêts à être mis sur le marché.

### *c/ Le cadre réglementaire*

Nous avons recueilli les principaux éléments du cadre réglementaire européen et français concernant le vapotage. Au premier chef, on trouve la Tobacco Products Directive que nous avons travaillée dans sa version française, Directive 2014/40/UE du Parlement Européen et du Conseil, qui est désignée dans le reste de ce rapport sous l'acronyme TPD. Autour de ce texte, nous avons inclus dans l'analyse des documents d'accompagnement importants. D'une part, le plan d'implémentation de cette directive - puisque contrairement aux Règlements, une Directive nécessite réglementairement des textes de mise en œuvre au niveau des États membres ou de l'Union. Parmi ces derniers, nous avons attentivement examiné les décisions exécutives des 24 et 25 novembre 2015 concernant les systèmes d'information et de notification des produits du tabac, prévus dans la TPD<sup>8</sup>. D'autre part, nous avons inclus un rapport sur la rencontre entre des membres de la Commission et les représentants de l'industrie en 2013, ainsi

---

<sup>8</sup> Décision d'exécution (UE) 2015/2183 de la Commission du 24 novembre 2015 établissant un modèle commun pour la notification des cigarettes électroniques et des flacons de recharge ; Décision d'exécution (UE) 2015/2186 de la Commission du 25 novembre 2015 établissant un modèle pour la transmission et la mise à disposition d'informations relatives aux produits du tabac.

qu'un rapport de la Commission sur les dangers des e-cigarettes rechargeables, datant de 2016<sup>9</sup>. Pour le cadre français, nous avons inclus l'ensemble des textes de transposition (ordonnance, arrêtés, décrets) portant sur la transcription de la TPD, ainsi qu'un avis intéressant du Conseil d'État, notamment dans son préambule qui souligne l'ontologie incertaine du vapotage en matière réglementaire, au moins à cette époque.

L'ensemble de ce cadre est essentiel pour comprendre la dynamique du marché et des controverses, puisque les acteurs du monde du vapotage cherchent à imposer l'idée d'une innovation fondamentale nécessitant l'invention d'un nouveau cadre, plutôt que l'adaptation d'un cadre préexistant, le cadre construit pour la cigarette ou pour les dispositifs médicaux. On peut estimer que cette transposition n'est pas achevée, mais nous nous sommes limités aux textes parus avant février 2018. Nous reviendrons également à plusieurs reprises sur les produits ne rentrant pas dans le cadre réglementaire, que ce soit un problème identifié explicitement par les pouvoirs publics ou non.

#### *d/ L'expertise scientifique*

Face à l'abondance de la littérature scientifique sur de multiples aspects (sociologie des consommateurs ou des producteurs, analyse des technologies mises en jeu, toxicité comparée ou absolue des produits, épidémiologie des usages...), nous nous sommes concentrés sur les synthèses produites par les différentes agences concernées pour deux raisons : premièrement, parce que ces sources constituaient des formes ramassées de la littérature ; deuxièmement, parce que ces rapports permettent de voir quelles sont les questions qui comptent, pour les autorités sanitaires ou les collectifs d'experts, à un moment donné.

Il faut souligner la diversité des instances mobilisées, diversité qui découle une nouvelle fois du caractère incertain des dispositifs et pratiques du vapotage. Rien qu'en France, on trouve des instances de prévention spécialisées, comme l'Office français de prévention du tabagisme (OFPT, rapport en 2013), l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT, étude en 2014), l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie (ANPAA, rapport en 2017), l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS, avis en 2008 et 2011) et bien sûr l'INPES (article en 2015), aux côtés des structures officielles d'expertise en matière de santé publique, la Haute Autorité de Santé (HAS, avis en 2014) et le Haut conseil de Santé Publique (HCSP, avis en 2014 et 2016). De plus, l'Académie de Médecine a réuni son propre groupe de travail avec un rapport publié en 2015.

Chaque étude scientifique publiée est néanmoins susceptible d'avoir un effet, au moins temporaire, sur la structure des débats, puisque l'ensemble des parties prenantes constituées est

---

<sup>9</sup> Report on the potential risks to public health associated with the use of refillable electronic cigarettes, 20/05/2016.

susceptible de s'en emparer pour en commenter l'intérêt sur tel ou tel point controversé (toxicité, sevrage, effet passerelle...). On verra dans l'analyse de la presse que ces études isolées, comme les expertises collectives, jouent un rôle central dans le rebond des controverses.

### *e/ La presse*

Les sources de presse ont été traitées à partir de la base Europresse, disponible à l'École des Mines. Conformément à la convention, nous nous sommes limités à la presse française. Nous avons traité ces sources à partir d'une recherche en texte plein des expressions suivantes : « cigarette électronique » ou « vapotage » ou « e-cigarette ». Une première lecture des résultats de la recherche nous a conduits à nous limiter à la presse quotidienne nationale.

En effet, la presse quotidienne régionale (PQR) reprenait, dans ses éditions locales, des débats et positions déjà traités dans la presse nationale, à l'exception d'un traitement du vapotage sous l'angle de l'économie locale ou des faits divers : une boutique spécialisée allait ouvrir dans tel quartier, un procès opposant des acteurs spécialisés à propos d'un conflit de marque ou encore un vol à l'arraché impliquant une e-cigarette en sus de l'habituel téléphone mobile<sup>10</sup>.

Ce corpus de presse ainsi sélectionné comporte 413 articles, parus entre le 5 novembre 2007, date de la première présentation de la cigarette électronique dans *Aujourd'hui en France*, et le 31 janvier 2018, date de clôture pour permettre l'analyse. Ajoutons que nous n'avons pas séparé ce qui était paru dans les éditions papiers et les éditions web.

### *f/ Les sites et blogs*

Outre les sites des metteurs en marché, le monde du vapotage est caractérisé par un nombre important de lieux de publication spécialisés sur internet, extrêmement diversifiés. On y trouve en effet des plates-formes de tests de produits, des lieux de discussion et forums, des sites d'information générale sur le vapotage et les débats, des offres d'emploi dans le secteur... À la manière des metteurs en marché dont on développe une typologie dans la partie 5 du rapport, cet univers de sites web renvoie à des publics et des usages divers. Ces sites ont dans leur écrasante majorité un public et une visée « interne » au monde du vapotage, ils interagissent peu avec les media ou avec les décideurs, même s'il y a des exceptions (Forum e-cigarette, AIDUCE).

Afin de ne pas alourdir la lecture du rapport, nous avons choisi de présenter ces sites en détail dans une annexe dédiée (annexe 3) plutôt que dans le corps du texte. Nous en avons décrit les 18 principaux, choisis à partir du renouvellement de leur contenu, de leur référencement par

---

<sup>10</sup> Pour des exemples très récents, voir « Du haut de son 1,93 m, il détrouse un lycéen », Ouest-France, 16 février 2018; « Le Coin du vapoteur », L'Est Républicain, 15 février 2018, « Cigarette électronique et bataille judiciaire », Ouest-France, 15 janvier 2018.

Google et de leurs citations/liens. Retenons ici de ces descriptions quelques éléments : le caractère militant affirmé ou, au contraire, une neutralité objectivante ; la personnalisation du site au nom de l'expertise ou du témoignage de son auteur, ou au contraire, un anonymat total des gérants et rédacteurs du site ; le choix d'une absence de publicité ou, à l'opposé, des formes assumées de partenariat ou de publicité renvoyant vers des sites de vente ; enfin, le choix d'une très grande technicité et d'un public expert ou des informations de base à destination d'une audience débutante.

Leur diversité renvoie à deux éléments constitutifs du dossier « vape » au moins en France : premièrement, suite à des cycles d'innovation en production, distribution et usage, l'émergence d'un monde commun du vapotage, assez nettement distinct de celui des usages tabagiques ; deuxièmement, à l'intérieur de ce monde commun, de grandes différences de conception sur les pratiques mêmes, leurs effets, la qualification et la constitution même des produits.

### **3/ Définir un cadre réglementaire sans changer les controverses sanitaires**

Les positions des metteurs en marché se fondent sur un état des lieux de définition des produits et de leur circulation suite à la définition et à la mise en œuvre de cadres réglementaires tant au niveau français qu'au niveau européen. Il nous faut revenir sur les différentes étapes de débat et de définition de ce cadre, en partant de la presse et des éléments réglementaires retenus pour cette étude, d'abord sur la période 2007-2014.

#### ***a/ Une innovation troublante***

Comme on l'a dit plus haut, le premier article de presse recensé, en novembre 2007, présente une entreprise innovante du Bourget qui a développé le « Cigartex », dont on vante le succès commercial obtenu après développement industriel et autorisation par les Douanes et la Santé. D'autres articles adoptent ensuite ce cadrage de l'innovation, de la découverte et de la description de cet étrange produit, par exemple en précisant que le propylène glycol est celui utilisé dans la transformation alimentaire ou en rappelant l'absence de goudrons et de monoxyde de carbone. Les autorités sanitaires n'indiquent leur préoccupation qu'à l'été 2008 mais dès ce moment, la question du statut de ces « cigarettes » - on parle alors plus des dispositifs que des liquides - apparaît comme la question cruciale :

« Si les fabricants présentent leur produit comme un outil de sevrage tabagique, qu'il contienne ou non de la nicotine, celui-ci relève de la réglementation du médicament. Si le sevrage tabagique n'est pas revendiqué et si ces "cigarettes" ne contiennent aucune substance susceptible d'être qualifiée de médicament, alors ces

produits relèvent de la DGCCRF répond Fabienne Bartoli, adjointe au directeur général de l’Afssaps. »<sup>11</sup>

Cette question mettra six ans à être résolue, à travers le cadre européen de la TPD. Nous allons décrire les débats sur cette période, en montrant combien le couplage aux questions sanitaires demeure relativement faible. Il faut d’abord rappeler que le sujet n’intéresse pas la presse (1 article en 2009, 1 en 2010, 7 en 2011, 11 en 2012) qui, néanmoins, informe de l’extension des usages :

Fort de sa dizaine de magasins, qui drainent chacun entre 1000 et 2000 clients par mois, Clopinette espère atteindre un chiffre d'affaires de 3 millions d'euros pour 2012. En mai, l'enseigne s'est ouverte aux franchises. Un développement fulgurant qui témoigne de l'essor des ventes d'e-cigarettes en France.<sup>12</sup>

Cet essor commercial a lieu dans les interstices de l’espace réglementaire puisque l’AFSSAPS rappelle en 2011 qu’aucune n’a d’autorisation de mise sur le marché (AMM). Absentes des pharmacies parce qu’elles ne sont pas un produit officiel de sevrage - même si deux articles soulignent qu’on peut les y trouver, présentes dans les bureaux de tabac aux côtés des cigarettes, les cigarettes électroniques trouvent surtout leur place dans des « boutiques » dédiées. Les raisons du succès sont explicitées dans certains articles : gain économique par rapport aux cigarettes toujours plus taxées, effet d’un marketing des fabricants, expérience du sevrage par les consommateurs - en décalage avec le discours expert et médical, possibilité de « vapoter » (le terme apparaît à l’été 2011) dans des lieux où il est interdit de fumer.

L’année 2013 marque le premier tournant du dossier du vapotage avec des appels croisés à la réglementation et, conséquence de ce positionnement de parties prenantes, un intérêt marqué de la presse nationale (164 articles). Le premier appel est celui du Pr. Dautzenberg qui, dans une très longue tribune, décrit l’extension des usages mais aussi l’accumulation de la littérature scientifique, qui ne tranche néanmoins pas en matière de sevrage, avant de conclure sur les choix réglementaires à venir :

Une réglementation s'impose d'urgence alors que les ventes explosent. Les deux options sont une réglementation spécifique aux produits autres que le tabac délivrant de la nicotine ou une réglementation pharmaceutique. Cette deuxième option est la plus pertinente et doit être mise en œuvre.<sup>13</sup>

Il introduit dans cette tribune nombre de questions, que nous recodons ici : le « vapotage passif », le sevrage, l’effet passerelle, la toxicité des produits, l’effet incitatif à vapoter en

---

<sup>11</sup> La Croix, « Cigarettes électroniques, la prudence s’impose », 9 septembre 2008.

<sup>12</sup> Le Figaro, Les boutiques de cigarettes électroniques font un tabac, 15 septembre 2012.

<sup>13</sup> Pr. Dautzenberg, Le Monde, Réglementons la cigarette électronique sans délai, 9 février 2013.

public. Mais l'appel à la réglementation ne doit pas, selon lui, attendre leur résolution. Dans la très grande majorité des dossiers sanitaires, les incertitudes scientifiques sont soit un frein à toute réglementation (il faut attendre, il faut plus d'études...) <sup>14</sup>, soit, en général par référence au principe de précaution, un moteur d'une interdiction <sup>15</sup>. Si l'appel à plus de science est également présent dans le dossier du vapotage, il n'est pas décisif dans la dynamique du dossier.

### ***b/ Vapoter est-il fumer ?***

En effet, l'appel à des études par Marisol Touraine, ministre de la santé, début mars 2013, en vue d'évaluer le « bénéfice-risque de ce dispositif », entraîne la visibilité des metteurs en marché et des boutiques, notamment dans leur caractère militant fondé sur leur expérience d'ex-fumeur, comme par exemple ici :

Après s'être « battue contre la cigarette pendant des années », Vanessa Delarue, propriétaire de La Vaporeuse et ingénieure chimiste de formation, a enfin arrêté de fumer l'été 2012. « Je sais que ça sonne mélodramatique, mais la cigarette électronique m'a sauvé la vie », affirme-t-elle <sup>16</sup>.

La presse donne donc une nouvelle place aux acteurs du vapotage - l'AIDUCE est pour la première fois interrogée le 1<sup>er</sup> juin, tout en faisant plus état des débats économiques - les buralistes sont-ils un bon lieu de vente pour un produit complexe ? - que des débats scientifiques. Et ce, d'autant plus que le rapport demandé par Marisol Touraine est rendu dans un contexte de dissensus :

L'un des experts - le seul ayant travaillé sur la cigarette électronique avant ce rapport - a sérieusement mis en doute les « fondements scientifiques » de ces propositions, au point de se désolidariser du groupe et de ne pas cosigner le texte final. « Tout est fait pour éloigner le consommateur de ce produit, alors que l'on sait à quel point il est efficace dans l'arrêt du tabac, nous précise-t-il. Ce groupe de travail a présenté de simples hypothèses comme des faits scientifiques, cela n'a pas été rapporté de manière neutre, c'est inquiétant. » <sup>17</sup>

L'examen du rapport publié par l'OFT <sup>18</sup> montre à quel point le débat politique sur la réglementation est détaché d'une évaluation scientifique. Les experts pointent que seuls 111 articles scientifiques sont présents dans Medline, dont la moitié date de moins d'un an, et la

---

<sup>14</sup> On pourrait ici multiplier les exemples, mais le plus canonique est sans doute devenu celui des perturbateurs endocriniens.

<sup>15</sup> Ce sont les dossiers les plus politisés, dans lesquels les enjeux strictement scientifiques sont encapsulés dans des luttes beaucoup plus larges, typiquement celui des OGM ou, à échelle plus réduite, celui des néonicotinoïdes.

<sup>16</sup> Le Monde, Plaisir contre peur, l'argument des boutiques parisiennes, 9 mars 2013.

<sup>17</sup> Aujourd'hui en France, Une vingtaine de propositions déjà contestées, 28 mai 2013.

<sup>18</sup> OFT, Rapport et avis d'experts sur l'e-cigarette, mai 2013.

[http://www.ladocumentationfrancaise.fr/docfra/rapport\\_telechargement/var/storage/rapports-publics/134000328.pdf](http://www.ladocumentationfrancaise.fr/docfra/rapport_telechargement/var/storage/rapports-publics/134000328.pdf)

plupart ne portent pas sur des sujets présents dans leurs 28 recommandations (réglementation plutôt qu'interdiction sauf pour les mineurs et l'usage dans les lieux publics fermés, interdiction de la promotion, limitation sur les volumes et les concentrations, règles d'étiquetage...).

C'est autour des mesures proposées que vont s'organiser les débats tout au long de l'été. En effet, la ministre de la Santé annonce lors de la journée mondiale anti-tabac le 29 mai qu'elle interdira le vapotage dans les lieux à usage collectif, tout en sollicitant le Conseil d'État pour avis sur cette question. Elle indique en conférence de presse que vapoter, « il faut bien le dire, c'est fumer », semblant vouloir aligner le vapotage sur les usages du tabac.

« Cela ressemble féroce à une cigarette et ce n'est en tout cas pas un produit banal », a jugé la ministre, soulignant en outre que les « risques à long terme » des produits contenus dans ces appareils (propylène glycol ou glycérol) n'étaient « pas établis »<sup>19</sup>.

Elle fait voter l'interdiction aux mineurs au Parlement au mois de juillet. L'avis du Conseil d'État, remis en septembre, est particulièrement intéressant et vaudrait à lui seul une dizaine de pages d'analyse. Le Conseil d'État commence par interroger le statut juridique de la cigarette électronique sur 4 pages pleines, puis tente de répondre en droit aux questions que lui a posées la ministre en effectuant deux opérations complémentaires. Premièrement, il cherche à qualifier en droit le vapotage, ce qui l'amène notamment à tenter de définir ce qu'est fumer :

En l'absence de définition dans les textes de l'action consistant à fumer et d'une définition inclusive des produits du tabac dans le code de la santé publique ou le code général des impôts, il convient de se référer à l'acception commune de la notion de fumer qui désigne le fait de brûler du tabac et d'aspirer la fumée qui s'en dégage par la bouche. La cigarette électronique ne reposant pas sur un processus de combustion (et pouvant, en outre, être ou non composée de nicotine), il n'est pas possible, en l'état actuel de la législation, de considérer, sans risque juridique, que les textes relatifs à l'interdiction de fumer peuvent s'appliquer à la cigarette électronique<sup>20</sup>.

Contrairement à Marisol Touraine, le Conseil d'État considère donc que « non, vapoter n'est pas fumer ». Mais, deuxièmement, le Conseil d'État est extrêmement prudent sur les savoirs scientifiques mobilisables. Il se repose principalement sur le rapport de l'OFT et souligne à plusieurs reprises les incertitudes scientifiques et l'absence de démonstration sur l'effet passerelle, la toxicité des produits du vapotage, le vapotage passif. En conséquence, le Conseil incite en conclusion le législateur à définir avec prudence et mesure un cadre spécifique d'encadrement du vapotage, au lieu de se reposer sur les textes existants :

---

<sup>19</sup> Les Echos, Cigarette électronique : restriction en vue, 3 juin 2013.

<sup>20</sup> Conseil d'Etat, Demande d'avis relative à l'interdiction de l'utilisation de la cigarette électronique dans les lieux à usage collectif, septembre 2013.

Le Conseil d'État, qui considère qu'il est loisible au législateur d'apporter des restrictions à la liberté de «vapoter» sans que toutefois, en l'état des données scientifiques disponibles, cette interdiction ne puisse être aussi générale que celle qui s'applique à la cigarette traditionnelle, réitère son observation (cf. § 23) que le présent avis est rendu dans un contexte incertain quant à l'évaluation scientifique des effets de la cigarette électronique. Cet avis tire les conséquences juridiques de cette incertitude et s'accompagne de la recommandation de poursuivre les évaluations relatives à ce produit en maintenant une vigilance constante et de veiller à la qualité des produits mis sur le marché en exerçant une surveillance et des contrôles rigoureux.<sup>21</sup>

Cet appel à la vigilance des pouvoirs publics se déroule dans un contexte d'accélération des publications scientifiques et d'un nouveau relais de leurs résultats par la presse généraliste. Ainsi, une étude comparative sur l'efficacité de l'e-cigarette en matière de sevrage est largement commentée début septembre, comme l'avait été quelques jours auparavant l'étude de composition des e-liquides produite par *Que Choisir* (une dizaine d'articles à chaque fois). Les journaux ont donc successivement titré : « La dangerosité de l'e-cigarette a nouveau dénoncée » ou « Les cigarettes électroniques pointées du doigt », puis « une nouvelle étude favorable à la cigarette électronique » ou « le faux procès de la cigarette électronique ». Ces résultats supplémentaires sont donc à la fois trop faibles scientifiquement pour établir un consensus et trop faibles politiquement pour peser sur le cadre juridique européen à venir.

### *c/ Ni tabac ni médicament, mais produit déclaré*

La question de la réglementation européenne apparaît en effet à ce moment précis dans la presse française pour ce qui concerne la cigarette électronique. Les tractations à Bruxelles et l'intense travail de lobbying de Big Tobacco sont rappelés, de même que le scandale ayant touché le commissaire européen à la Santé deux ans auparavant à propos de la TPD. Mais la presse souligne également le travail de lobbying propre de l'industrie du vapotage, et notamment son alliance avec certains segments médicaux :

Les lobbyistes de l'e-cigarette ont même reçu le soutien de chercheurs en cardiologie : si les effets à long terme de l'e-cigarette ne sont pas connus, « tous les éléments indiquent qu'ils sont moins importants que la cigarette qui tue 700 000 personnes en Europe », rappelle l'un d'eux<sup>22</sup>.

C'est le passage devant le Parlement qui concentre un pic médiatique les 7 et 8 octobre, notamment autour de la volonté de la Commission de faire de la cigarette électronique un médicament, et en conséquence de la mettre sous régime d'AMM. L'ensemble du secteur du vapotage se mobilise et la question de l'activité économique (boutiques, emplois) est largement traitée, tandis que les témoignages de scientifiques (pneumologues, tabacologues, spécialistes

---

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Aujourd'hui en France, 7 millions de vapoteurs en Europe et pas de réglementation, 4 septembre 2013.



de santé publique) sont convoqués ou leurs positions collectives publiées. Mais là encore, ce sont autant des arguments politiques et économiques que scientifiques qui sont échangés à propos de ce statut réglementaire :

« On ne pourrait pas obtenir autant d'autorisations de mise sur le marché - obligatoire quand il s'agit de médicament - qu'il existe de liquides. Car ces procédures sont coûteuses et cela entraînerait un investissement de 80 milliards ! C'est impensable », ajoute le responsable du Cace<sup>23</sup>.

« Seule l'industrie du tabac aura les moyens de financer ces études et mettra donc la main sur le marché de la cigarette électronique », estime Brice Lepoutre<sup>24</sup>.

Mais, au terme d'un vote assez large (386 députés contre 283), c'est finalement le choix du metteur en marché qui s'impose dans le texte du Parlement, puisqu'il peut soit déclarer le liquide comme médicament ou comme produit de consommation. Toute une série de limitations et d'interdictions associées accompagnent ce choix, ce qui amène la presse à titrer sur la « vente libre » ou sur « l'encadrement renforcé » suivant l'interprétation dominante qu'elle fait du texte. Ce revirement a immédiatement des conséquences en termes de positionnement économique puisque, dès le lendemain, les buralistes montent au front :

« Nous demandons le monopole de la distribution des cigarettes électroniques », annonce au Figaro Pascal Montredon, président de la Confédération des buralistes.  
« Si nous ne l'obtenons pas dans la loi, nous l'obtiendrons dans les faits. »<sup>25</sup>

Cette revendication passe d'autant moins inaperçue qu'un buraliste de la banlieue toulousaine poursuit une boutique de vapotage pour « concurrence déloyale », et la décision du Tribunal de Commerce de Toulouse est très largement commentée (9-10 décembre 2013). Dès lors, la cigarette électronique n'est plus traitée comme une simple innovation ou un produit dangereux, mais un marché avec ses acteurs économiques, ses rachats (par Big Tobacco), ses distributeurs. Les réécritures de la TPD, suite aux négociations du trilogue, sont prises dans ce cadrage. Quelles que soient les raisons sanitaires de fond (toxicité du produit, attractivité, effet passerelle...), les arbitrages redéfinissent les contours d'un marché et de ceux qui le contrôleront :

« Derrière cette position du Conseil des ministres, il y a un argumentaire de sécurité sanitaire qui ne tient pas tellement la route, estime le Dr Antoine Flahault, spécialiste de santé publique à l'université Paris-Descartes. Dans la cigarette, ce qui est cancérigène, c'est le goudron et le gaz carbonique qui se dégagent de la combustion du tabac. Dans la cigarette électronique, on ne trouve que la nicotine,

---

<sup>23</sup>Le Figaro, Les vendeurs redoutent l'arrêt de mort de leur profession, 8 octobre 2013.

<sup>24</sup>La Croix, Les défenseurs de la cigarette électronique se mobilisent, 8 octobre 2018.

<sup>25</sup>Le Figaro, Les buralistes réclament le monopole sur l'e-cigarette, 9 octobre 2017

qui est addictogène mais pas cancérigène. Cette version du projet législatif est très préoccupante, car elle conduirait à ne laisser sur le marché que les modèles mis au point par les industriels du tabac, qui ne répondent pas aux besoins de tous les consommateurs », poursuit-il<sup>26</sup>.

Le compromis final, lui aussi largement commenté en termes économiques, dessine donc un nouveau régime d'encadrement, spécifique, mais surtout un nouveau « produit », le e-liquide réglementaire qui devient dès lors l'enjeu d'un travail d'appropriation par les metteurs en marché : limité en volume et en concentration pour ne pas devenir médicament, il va ouvrir dans ses marges un « marché illégal » et les pratiques de DIY. Mais, de manière remarquable, il n'a en rien éteint les controverses sanitaires sur la cigarette électronique. Les affirmations sur la toxicité ou le sevrage n'ont servi que de ressources argumentatives pour telle ou telle partie, et non de faits stabilisés partagés. Aussi, le cadre réglementaire de la TPD, s'il ouvre la voie à des marchés, laisse place dans la presse aux discussions autour des expertises qui se succèdent à partir de 2014.

#### **4/ Construire des données, maintenir des controverses**

Nous avons vu que la mise en marché s'est faite sans influencer les controverses sanitaires, dans une logique politico-économique. Mais cette stabilisation marchande laisse pleinement cours aux questions de risque sanitaire à partir de janvier 2014. Nous allons organiser cette section en fonction des enjeux différents afin de bien montrer cette dynamique continue de production de données sur ces questions, que ces données soient de nature expérientielle ou plus contrôlées dans des protocoles d'enquête ou expérimentaux.

Mais l'ensemble de cette section, sujet par sujet, montre également la quasi-absence de résolution de problèmes, ou plus exactement la faible part de raisonnements experts et scientifiques lorsqu'il y a résolution. Les controverses sanitaires se maintiennent dans la durée, alors que les usages et les marchés se développent et se transforment.

##### ***a/ De la question du sevrage à la politique de réduction des risques***

La Haute Autorité de Santé, en charge des recommandations dans le cadre de l'arrêt du tabac, produit en janvier 2014 un avis « ni ni » à propos de la cigarette électronique. Faute de données, la HAS ne recommande ni ne dissuade l'usage. Neuf mois plus tard, elle ajoute à ce constat une demande d'études sur 21 points différents, dont un grand nombre autour de cette question du sevrage :

comparaison d'efficacité avec les TNS dans le cadre du sevrage tabagique ; intérêt dans une perspective de réduction des risques ; impact sur l'entrée dans le tabagisme

---

<sup>26</sup> Le Figaro, Bruxelles veut toujours réguler la cigarette électronique, 4 décembre 2013.

; impact sur la banalisation, la normalisation et l'image sociale du tabagisme ; impact sur les prévalences de tentatives d'arrêt, taux d'abandon et tabagisme dans la population ;<sup>27</sup>

La question du sevrage et de la réduction de la consommation tabagique est traitée en février 2014 par une étude de l'Observatoire français des drogues et des toxicomanies, sans doute la première enquête sur les usagers et les usages à cette échelle<sup>28</sup>. Elle montre que la première motivation des vapoteurs est le sevrage total, mais qu'en pratique la quasi-totalité, au moment de l'enquête, continue de consommer du tabac, mais en moins grande quantité. La presse relayant ces résultats attribue donc à la cigarette électronique la baisse des ventes de cigarettes, constatée pour la première fois depuis 2005. Elle interroge aussi les usagers, en soulignant souvent leur statut d'ex-fumeur et en décrivant en détail les effets de l'arrivée de la cigarette électronique dans leur vie :

Ainsi, Agnès, fonctionnaire de 58 ans et fumeuse depuis quarante ans : « J'avais tout essayé. Le patch, les gommes, les médicaments, le Zyban, le Champix. Rien n'y faisait. » Puis un soir, elle voit son fils fumer un « stylo » ! En réalité, une cigarette électronique qui produit une vapeur au parfum de son choix (banane, poulet, citron, malabar...) avec ou sans nicotine. Elle essaie. Goût tabac blond. Séduite, elle repart, quelques semaines tard, d'un magasin avec l'achat de 100 euros de matériel en poche et devient vapoteuse, sans pouvoir se débarrasser au début de la « cigarette du matin ». Mais depuis huit mois maintenant, Agnès a totalement décroché du tabac. « J'ai réussi à m'arrêter en me faisant plaisir. Ce système est vraiment bluffant », dit-elle, avec pour l'heure un dosage de 12 milligrammes de nicotine dans le liquide.<sup>29</sup>

Comme avant la TPD, ces articles mettent aussi en scène l'écart entre cette expérience directe, probante aux yeux des (ex-)fumeurs et des vendeurs et la faiblesse des preuves scientifiques de la réduction ou de l'arrêt de la consommation. La Journée Mondiale sans Tabac du 31 mai 2014 est l'occasion, pour la première fois sans doute, de la théorisation de cette disjonction, à travers le précédent du sida. Certes, on ne connaît pas les dangers de l'e-cigarette, mais on connaît très bien ceux de la consommation du tabac, d'où le soutien de nombreux acteurs à une politique de réduction des risques (PRR) :

Certes, il vaut mieux ne pas fumer du tout, mais si on n'y arrive pas... C'est un peu comme la circulation routière : si on ne veut pas mourir au volant, autant ne pas conduire, mais il n'empêche que la ceinture de sécurité a divisé par trois le nombre de morts. Ou comme l'échange de seringues pour les toxicomanes : en France, on

---

<sup>27</sup> HAS, Recommandation de bonne pratique. Arrêt de la consommation de tabac : du dépistage individuel au maintien de l'abstinence en premier recours, octobre 2014.

<sup>28</sup> OFDT, Résultats de l'enquête ETINCEL-OFDT sur la cigarette électronique, février 2014. L'enquête ETINCEL portait sur 2000 personnes.

<sup>29</sup> Le Figaro, Plongée dans la France des vapoteurs, 4 février 2014.

ne voulait pas autoriser leur vente libre «pour ne pas inciter», disait-on. Résultat ? Dans les années 80, plus de 90% d'entre eux ont été infectés par le virus du sida, et dès que les seringues ont pu être achetées directement, le taux est tombé à moins de 5%, sans qu'il y ait la moindre hausse du nombre de consommateurs.<sup>30</sup>

Ce cadrage de PRR est constant dans la littérature militante, parfois dans l'expertise (HCSP 2014) et, on le verra, chez certains metteurs en marché, mais il n'est que très peu mobilisé dans les médias. Ces derniers maintiennent le plus souvent une triple entrée relativement séparée : le témoignage expérientiel, l'avis d'expert individuel – en général un médecin, l'étude officielle ou scientifique. En août 2014, en réaction au rapport de l'OMS, le secrétaire général de la Société française de tabacologie articule néanmoins les trois pour conclure en dépit des incertitudes :

On n'a pas le recul scientifique, en revanche on dispose d'une série de témoignages montrant que cela aide à décrocher : la cigarette électronique est finalement un moyen parmi d'autres pour arrêter de fumer. De toutes les façons, le principe de base est qu'il ne faut rien inhaler d'autre que l'air, qui est d'ailleurs déjà pollué. Mais entre le tabac et l'e-cigarette, on ne doit pas hésiter une seule seconde.<sup>31</sup>

Du côté des études, leur succession – et leurs contradictions, sont toujours commentés : le constat de la réduction de l'envie en décembre 2014, les conclusions du baromètre santé de l'INPES en février 2015 sur le vécu «d'une aide à l'arrêt par les fumeurs vapoteurs», le soutien de l'Académie nationale de médecine en mars 2015 et de Public Health England en août 2015 à la promotion du vapotage pour le sevrage, n'empêchent pas *Le Monde*, en juin 2016, de rapporter que « les études se multiplient mais leur qualité scientifique reste assez hétérogène ». La publication de l'étude de Santé Publique France à l'été 2017 ajoute aux incertitudes en décrivant un paysage contrasté de réduction mais non d'arrêt. C'est sur ce constat que se fonde la ministre de la santé pour ne pas promouvoir le vapotage :

La ministre dit ne pas souhaiter pour autant promouvoir le développement de la cigarette électronique, dans la mesure où elle estime que cela peut aider à réduire la consommation de tabac, mais pas à arrêter de fumer.<sup>32</sup>

A partir de 2015, la figure du « vapofumeur » est devenue un lieu commun des études mais aussi parfois de la presse. Par rapport à la figure idéale du sevrage – si présente dans la politique des drogues française depuis au moins la loi de 1970 – il met en avant une auto-régulation du fumeur, un progrès sensible (la baisse de consommation) mais non l'arrêt de l'addiction. Ce bénéfice est insuffisant aux yeux des autorités, eu égard à d'autres risques toujours discutés, portant sur la toxicité des produits du vapotage.

---

<sup>30</sup> Eric Favereau, Libération, Cigarette électronique : de quoi avez-vous vapeur ?, 31 mai 2014.

<sup>31</sup> Aujourd'hui en France, Cela aide à décrocher, 27 août 2014.

<sup>32</sup> Le Figaro, Le prix du paquet de cigarettes pourrait passer à 10 euros, 17 juin 2017.

### ***b/ Une toxicité moindre mais toujours inconnue***

En effet, l'autorisation explicite de la vente des produits par la TPD n'éteint pas la question de leur dangerosité. Ce sont d'abord les limites du côté des usagers qui sont visées : aucun acteur ne milite pour un usage chez les mineurs, et les femmes enceintes sont particulièrement pointées dans le rapport de l'OMS en juillet 2014, la France l'ayant déjà interdit, sans débat, pour les mineurs en mars 2014. Néanmoins, le vote de telles interdictions, que ce soit au niveau national ou européen, est appelé par certains acteurs – typiquement le Pr. Dautzenberg, comme exemple plus général d'une nécessité de régulation de ces nouveaux produits de consommation.

Face à cela, les acteurs du vapotage (metteurs en marché, vendeurs, usagers) désormais organisés après les combats sur la TPD, favorisent, comme beaucoup d'industries, un modèle d'autorégulation vertueuse. C'est notamment le cas de l'AIDUCE, régulièrement interrogée : « L'enjeu, c'est de créer une norme. Aujourd'hui, une personne mal intentionnée peut vendre tout et n'importe quoi »<sup>33</sup> C'est pour cela qu'ils se sont engagés dans des logiques de normalisation, notamment avec l'AFNOR, dont la presse parle pour la première fois en mars-avril 2014, avant que le processus n'aboutisse un an plus tard. La FIVAPE (et ses adhérents) était bien évidemment partie prenante et « espère que ça va tirer les fabricants par le haut »<sup>34</sup>. Elle se réjouit même de la diminution du nombre de boutiques pour assainir le marché. Face à cette logique procédurale et volontaire, le bien de consommation « vapoteuse » et « e-liquide » est traité dans une logique de conformité par la DGCCRF dont les résultats d'une enquête sont commentés à l'automne 2015 :

Concernant les recharges de liquide, la campagne de vérification, réalisée en 2014, conclut en effet à l'existence de « nombreuses anomalies d'étiquetage », révèle un communiqué de la DGCCRF. Sur 110 analyses chimiques effectuées, la DGCCRF a relevé 90% de liquides non conformes, "l'étiquetage n'étant pas adapté à la composition du produit analysé", comme par exemple à propos de la présence ou du taux de nicotine. [...] Concernant les chargeurs, sur les 14 modèles analysés, "13 ont été déclarés non conformes dont neuf dangereux en raison des risques de choc électrique liés à un défaut d'isolation", ajoute la DGCCRF.<sup>35</sup>

S'accompagnant de retraits de marchandises et de procédures contentieuses, cette campagne est la seule relayée par la presse. En banalisant ainsi pleinement les ENDS et les liquides comme produits de consommation, les acteurs économiques et publics s'éloignent des questions strictement sanitaires pour traiter de la fraude ou de l'information du consommateur. Mais, parallèlement, la question proprement toxicologique des liquides demeure ouverte.

---

<sup>33</sup> Aujourd'hui en France, Faut-il labelliser les e-cigarettes ?, 29 mars 2014.

<sup>34</sup> Aujourd'hui en France, Une norme pour les vapoteuses, 3 avril 2015.

<sup>35</sup> La Tribune, Cigarette électronique : la quasi-totalité des liquides et chargeurs sont hors normes, 1<sup>er</sup> octobre 2015.

En effet, comme pour le sevrage, l'enjeu de l'innocuité ou, au contraire, de la toxicité des liquides, ne cesse de rebondir, sans direction particulière, étude après étude. Ainsi, la présence de formaldéhyde est pointée dans une étude en novembre 2014 ; Que Choisir considère que ses analyses indiquent un progrès en décembre 2014 par rapport à l'alarme que la revue consumériste avait portée l'année précédente. Mais, un mois plus tard, la presse relaie une étude publiée dans le NEJM sur la cancérogénicité des produits de chauffage des liquides, et l'accompagne de nombreuses critiques de sa méthodologie. Fin 2016, c'est au tour d'une étude publiée dans Thorax :

Non seulement elle démontre que la cigarette électronique, utilisée par un million et demi de Français, peut « être potentiellement toxique », mais, pour la première fois, que la « nicotine peut avoir des conséquences délétères sur le poumon ». Jusqu'alors, les médecins pensaient que seuls les produits de combustion, comme la fumée, étaient à l'origine des problèmes respiratoires.<sup>36</sup>

Pourtant deux mois plus tard, *Le Monde* relaie une nouvelle étude sur la présence de composés dans la salive et les urines des vapoteurs, qui sont comparativement moins « contaminées » que celle des fumeurs. Une nouvelle fois, comme plus haut, on retrouve deux types d'approches : l'une, fondée sur la recherche absolue de dangers, va étudier la pratique du vapotage pour elle-même, tandis que l'autre va se reposer sur des approches comparatives entre vapotage et tabagisme. La dernière étude, sur animaux et cellules humaines soumis à une exposition exceptionnellement intense, parue à la toute fin de notre corpus d'étude, ne déroge pas à la règle : elle ne tranche pas sur l'innocuité du vapotage. La toxicité des liquides est donc toujours en débat, sans que cela ait un effet direct sur les produits, même si promoteurs et opposants du vapotage espèrent que l'effet d'information modifie les comportements.

### *c/ Le spectacle des explosions de batterie*

Une autre forme de danger associé à la cigarette électronique porte sur le matériel lui-même et les effets du réservoir de puissance électrique qu'il contient. Cette question demeure très marginale sur l'ensemble de la période, mais permet un traitement médiatique particulièrement spectaculaire : le récit des victimes et les photos de l'incident donnent à voir les conséquences dramatiques associées à un appareil banalisé et très répandu – à la manière des téléphones portables prenant spontanément feu ou de tout appareil domestique défectueux.

Sur le corpus considéré, on compte trois récits de ce type, tous uniquement mis en forme par *Aujourd'hui en France*, à l'exception d'une brève dans *Libération* pour le premier d'entre eux. Celui-ci concerne une personne de 64 ans brûlée par la combustion de son chargeur en

---

<sup>36</sup> Aujourd'hui en France, l'e-cigarette potentiellement toxique ?, 9 novembre 2016

septembre 2014. Encore plus spectaculaire, un accident en février 2016 a entraîné la destruction de quatre véhicules :

Le feu est parti d'un premier véhicule au moment où sa conductrice s'apprêtait à démarrer. Selon les premiers éléments de l'enquête de police, il semble qu'elle vapotait quand elle a senti que sa cigarette électronique chauffait anormalement. Une chaleur si intense qu'elle a dû la lâcher sur son siège. Le feu aurait pris quasi immédiatement dans l'habitacle. La conductrice est sortie de son véhicule et a été immédiatement prise en charge par les services de secours. Souffrant de brûlures superficielles au dos, elle a été hospitalisée quelques heures à l'hôpital de Bayonne. Le feu s'est propagé à trois voitures stationnées près du véhicule en flammes.<sup>37</sup>

Enfin, dans une sorte de combinaison des deux premiers accidents, un vapoteur a connu une explosion de batterie dans sa poche alors qu'il conduisait, entraînant des brûlures et un début d'incendie dans sa voiture en septembre 2016. Ce dernier article interroge la FIVAPE sur la question de la sécurité, et cette dernière rappelle son exigence de normes.

Cette faible présence médiatique n'empêche pas une préoccupation récurrente du côté des usagers, notamment les débutants : on note que sur le forum e-cigarette, près d'un millier de messages concernent soit des explosions de batterie constatées, soit des demandes et conseils sur le choix des batteries et l'usage des ENDS pour éviter toute surchauffe.

#### *d/ Un effet passerelle supposé mais peu discuté*

Dans les politiques des drogues, lorsqu'une substance ou une pratique est, par elle-même, non évidemment dangereuse, on s'interroge sur l'effet d'initiation et d'incitation qu'elle pourrait avoir. C'est notamment sur le cannabis qu'ont porté les travaux sur cette « gateway hypothesis », pour la porte d'entrée vers d'autres drogues, légales ou illégales, par la recherche d'effets similaires ou plus intenses. Mais la nicotine a elle-même fait l'objet d'une telle hypothèse face à la montée en puissance des pratiques de vapotage<sup>38</sup>, en faisant à la fois une drogue « douce » et une drogue « dure ».

La mise en scène de cet effet dans la presse se déroule suivant un schéma quasi-constant : il s'agit d'aller dans un lycée, généralement parisien, d'interroger ses acteurs et en premier lieu les lycéens, pour vérifier l'état des pratiques. Après avoir relayé en 2013, l'enquête Paris Sans Tabac qui indiquait que 64,4% des 12-14 ans avaient utilisé la cigarette électronique, le premier

---

<sup>37</sup> Aujourd'hui en France, Une cigarette électronique défectueuse brûle 4 voitures, 19 février 2016.

<sup>38</sup> Nous avons le choix dans ce rapport de ne pas indiquer les très nombreuses références en sciences sociales, santé publique ou sciences biomédicales qui auraient pu être utilisées en complément du matériel étudié et de l'analyse produite. Nous faisons ici une exception pour le remarquable article sur la théorie de l'effet passerelle Bell, K., & Keane, H. (2014). All gates lead to smoking: the 'gateway theory', e-cigarettes and the remaking of nicotine. *Social Science & Medicine*, 119, 45-52.

article de ce type s'intitule « Presque tous les lycéens ont goûté à l'e-cigarette »<sup>39</sup>, et comme son titre l'indique, décrit une pratique généralisée suite à un effet de mode. Quinze jours plus tard, *Le Monde*, dans un autre lycée, décrit une réalité bien différente.

Alexandre, 15 ans : « Au début, j'en ai acheté sans nicotine, goût mangue et Red Bull. C'est vraiment moins bien que la cigarette, du coup, je ne m'en sers plus. Je vais sûrement retourner en prendre une avec de la nicotine. Je pensais que ça allait me faire arrêter la clope, mais ça n'a pas vraiment marché.» Au lycée, raconte-t-il, ils sont peu nombreux à s'être mis à l'e-cigarette : «En tout cas, je n'ai jamais vu de gens s'y mettre sans qu'ils aient été fumeurs avant. »<sup>40</sup>

Ces récits discordants sur le profil des vapoteurs (fumeurs ou tout venant) se poursuivent sur la période, à un rythme très irrégulier : l'objet est beaucoup moins investi que la question du sevrage ou celle de la toxicité. On citera par exemple le règlement de tel ou tel lycée au cours d'un article sur la réglementation des lieux de vapotage.

Complémentairement à ce plan expérientiel minimal, on retrouve dans la presse les études commentées sur la prévalence d'usage chez les jeunes – à la manière de ce qu'on sait sur le tabagisme, personne n'envisage une « passerelle » pour les adultes, que ce soit en France ou Etats-Unis. Des données reprises dans le rapport OMS sont données à l'été 2014 :

L'étude des CDC, publiée dans *Nicotine and Tobacco Research*, a recensé aux États-Unis 263 000 nouveaux vapoteurs en 2013, parmi des collégiens et lycéens qui n'avaient jamais fumé, soit trois fois plus qu'en 2011 (79 000).<sup>41</sup>

De nouvelles enquêtes américaines, plutôt alarmantes, sont citées, environ une par an, jusqu'à janvier 2018. De manière intéressante, on y voit répétée la « théorie du geste » qu'on retrouvera plus bas à propos des débats sur les lieux publics : « Mais même sans nicotine, les ados prennent l'habitude d'inhaler un produit. Ils adoptent un geste, un comportement »<sup>42</sup>. Parallèlement, les nouveaux résultats du baromètre Paris Sans Tabac :

En 2014, 15 % à 20 % des non-fumeurs parisiens de 12 à 19 ans ont vapoté ainsi que 80 % des fumeurs du même âge. Les résultats de l'observatoire annuel Paris Sans Tabac sont clairs : la cigarette électronique rencontre un grand succès auprès des jeunes. L'étude indique aussi, entre 2011 et 2014, une réduction de 9 % des fumeurs quotidiens ou occasionnels pour cette tranche d'âge. Ces chiffres, encourageants, ne permettent pas de savoir si les adolescents convaincus par la cigarette électronique ne passeront pas au tabac plus tard.<sup>43</sup>

---

<sup>39</sup> Aujourd'hui en France, 16 mai 2014.

<sup>40</sup> *Le Monde*, Au lycée, on vapote pour « la mode » ou « les parfums », 30 mai 2014

<sup>41</sup> *Le Figaro*, E-cigarette : l'OMS pour l'interdiction aux mineurs, 27 août 2014.

<sup>42</sup> *Le Figaro*, Chez les ados, l'e-cigarette fait le lit du tabagisme, 6 janvier 2018

<sup>43</sup> *Le Figaro*, Une porte d'entrée vers le tabac ?, 26 janvier 2015



Dans une logique régulatrice, la décision d'interdiction aux mineurs a fait passer dans l'illégalisme toutes les pratiques de vapotage des jeunes, alors même que l'intérêt des médias pour cette question était déjà limité. Rappelons que les produits classiques du tabac sont tout aussi interdits aux mineurs... et au moins autant consommés. On assiste donc à une forme de routinisation de cette question, renvoyée à un éventuel débat scientifique plutôt qu'entre parties prenantes.

### *e/ Cannabis, cannabidiol : des usages dérivés des ENDS*

En revanche, un autre potentiel illégalisme fait l'objet d'un intérêt intense de la part de la presse : l'usage dérivé des inhalateurs pour consommer des produits si ce n'est illégaux, en tout cas sulfureux : le cannabis et le cannabidiol (CBD). A chaque fois, les articles vont se présenter sous la forme de révélations journalistiques et éventuellement d'alertes lancées à destination des autorités sanitaires sur le caractère légal, autorisé ou toléré de telles pratiques. Dans la période de traitement du vapotage comme « innovation », le cannabis était présenté comme l'une des saveurs possibles pour les liquides et la « e-chicha » évoquée comme possibilité de développement, avant qu'une start-up et sa vapoteuse Hooky ne soit présentée comme maîtresse de cette technologie en avril 2014. Mais c'est sous une tout autre forme que l'usage dérivé apparaît en décembre de la même année : l'e-joint. Pour ses promoteurs, il est un outil de PRR parfaitement adapté :

Offrir « un produit qui permette de réduire les risques liés à une consommation dangereuse et addictive de cannabis ». En somme, devenir au joint ce que la vapoteuse est déjà devenue à la cigarette, « un outil légal et plus sain » pour s'en détourner. [...] « Pas d'effet psychotrope », garantit le duo. « Le liquide à fumer, par inhalation de vapeur et sans combustion » qui sera fourni en cartouches jetables (24 pour 200 bouffées environ) est un extrait de chanvre « produit sous contrôle en France ou en République tchèque ».<sup>44</sup>

La presse s'empare rapidement du sujet (8 articles en deux jours), de même que le monde politique, la ministre de la santé souhaitant interdire Kanavape, le produit en question. Les fabricants indiquent qu'en fait il ne s'agit pas d'une alternative au joint, mais retardent finalement sa mise sur le marché, l'ANSM les mettant en garde sur la possibilité qu'il soit considéré comme un médicament en raison des effets relaxants vantés dans sa promotion. Finalement autorisé en juillet 2016, les fabricants ont néanmoins été poursuivis pour infraction à la législation sur le médicament et condamnés en première instance en janvier 2018.

Juste avant cette condamnation, on assiste à un deuxième épisode qui est une quasi-répétition du précédent. En effet, fin novembre 2017, un dossier d'*Aujourd'hui en France* met en scène la vente de cannabidiol sous forme de liquide à vapoter – cette fois-ci sans matériel supposément spécifique. Le journal met en scène cette vente légale, interroge des spécialistes

---

<sup>44</sup> *Aujourd'hui en France*, Après l'e-cigarette, l'e-joint, 16 décembre 2014.

sur la « vogue » du CBD et même des fumeurs de joints. Il décrit un véritable succès, le vapotage n'étant que l'un des moyens d'usage des substances :

Son succès se murmure sur les forums. Dans leurs discussions, des dizaines d'internautes n'hésitent pas à vanter les trois lettres CBD : « Je me vois plus zen, mes angoisses se dissipent », se réjouit Cbdlife. « J'en utilise depuis trois mois et le fais découvrir à beaucoup de monde autour de moi », poursuit-il, alors que d'autres apprécient son petit goût « végétal » aux effets positifs sur l'humeur.<sup>45</sup>

Si les forums, blogs et metteurs en marché que nous avons visités montrent le caractère très banalisé du produit<sup>46</sup>, le ministère de la santé a ordonné néanmoins des vérifications à l'ANSM, ce qui revient aux enquêtes de conformité (vérification du taux de tétrahydrocannabinol ou THC présent). Différentes enquêtes et études ont par ailleurs montré que les vapoteuses peuvent être détournées pour « fumer » du « vrai cannabis »<sup>47</sup>, mais, comme pour l'illégalisme précédent, il n'intéresse qu'épisodiquement les autorités sanitaires et la presse.

### *f/ La bataille des lieux d'usage*

L'avis du Conseil d'Etat décrit plus haut incitait le gouvernement à la prudence quant aux interdictions généralisées du vapotage, mais à l'action législative et réglementaire s'il s'agissait de mettre en œuvre des interdictions et limitations ciblées et proportionnelles. En conséquence, sur la période considérée (2014-2017), la grande bataille réglementaire sur le plan national porte sur la question des lieux d'usage ou de non usage du vapotage. Les hésitations gouvernementales, l'échange d'arguments sur les conséquences et les justifications des mesures en font un dossier controversé de longue durée. La situation de départ est celle d'une délégation de la réglementation aux entreprises elles-mêmes :

Pour l'heure, les autorités, publiques ou privées, doivent prendre un arrêté spécifique si elles souhaitent interdire le vapotage. L'Association internationale du transport aérien l'a fait pour les aéroports et les avions, la SNCF dans les gares et dans les trains, tout comme la RATP. En prison, les détenus peuvent fumer des cigarettes, mais semblent généralement privés de leur équivalent électronique. En entreprise, les employeurs doivent, s'ils veulent interdire le vapotage, le préciser dans le règlement intérieur.<sup>48</sup>

Mais comme sur chacune des questions abordées dans cette partie, face au droit ou à la science, le plan des usages est particulièrement présent. La presse met en scène des usagers civiques,

---

<sup>45</sup> Aujourd'hui en France, Vapoter du cannabis, c'est possible, 27 novembre 2017.

<sup>46</sup> Voir par exemple <https://www.lepetitfumeur.fr/eliquide-cbd>

<sup>47</sup> Le Figaro, Les ados américains fument des e-joints, 8 septembre 2015

<sup>48</sup> Le Monde, Des interdictions à géométrie variable, 30 mai 2014.

soucieux de concilier leurs pratiques avec l'environnement, quel que soit sa nature, afin de limiter les nuisances ou même d'en faire une pratique invisible :

Quelques grands principes de courtoisie se dégagent : demander aux collègues si on les gêne, ne pas vapoter à la tronche des gens, arrêter en cas de réflexion. Chacun recrée ses «référentiels», comme dit Flora. Beaucoup conservent leurs «vieux réflexes de fumeurs respectables», tel Valentin, 26 ans, qui vapote à la fenêtre au travail et «au bout du quai» dans les gares. D'autres se planquent. «L'avantage, c'est qu'on n'est pas obligé d'exhaler de la fumée. Dans le train, je prends une longue inhalation et je ne recrache pas la vapeur. Ni vu ni connu», confie Stéphane. Pour Pascal, «tout est une question d'éducation». [...] Pascal évite les liquides trop odorants - «Parfois ça pue quand même la mort !» - et demande toujours la permission au restaurant. «Ça m'ennuierait, moi aussi, si je prenais un nuage de vapeur à la framboise sur mon steak.»<sup>49</sup>

C'est dans cette même logique d'accommodement que des médecins du travail ont développé une charte des usages en entreprise en 2015, en visant à ne pas traiter un vapoteur comme un fumeur ou que les « plages sans tabac » accueillent les vapoteurs à l'été 2015. Mais face à cette logique, le gouvernement réaffirme dès septembre 2014 sa volonté d'interdire la pratique, sans toutefois faire adopter un texte dans l'immédiat. Surtout, l'argumentation ne porte plus sur les effets indésirables d'une telle pratique, mais sur un présupposé comportemental : "l'utilisation de la cigarette électronique dans des lieux publics tend à banaliser l'attitude du fumeur"<sup>50</sup>. Cet argument de la « renormalisation du tabac » devient le point central dans l'ensemble des articles qui suivent.

La priorité pour moi, c'est d'éviter que le geste de fumer soit banalisé, soit considéré comme un geste de séduction, un geste d'appartenance à un groupe<sup>51</sup>.

En dépit de la mobilisation de certains médecins à l'automne 2015, prédisant le retour au tabac des vapoteurs exclus, la ligne n'a pas varié jusqu'à la publication des décrets en avril 2017 pour application au 1<sup>er</sup> octobre de la même année. Le gouvernement interdit alors l'utilisation des cigarettes électroniques dans les établissements scolaires et les établissements destinés à l'accueil, à la formation et à l'hébergement des mineurs, dans les moyens de transport collectif fermés ainsi que dans les lieux de travail fermés et couverts à usage collectif. Principale différence avec la réglementation tabagique, les espaces individuels ne sont donc pas explicitement concernés, mais là encore l'enjeu essentiel était de savoir si « vapoter est fumer ».

---

<sup>49</sup> Libération, l'e-cigarette. Vapeur au poing, 5 septembre 2014.

<sup>50</sup> Le Monde, La cigarette électronique bientôt interdite dans les lieux de travail collectifs, 26 septembre 2014.

<sup>51</sup> Libération, 1<sup>er</sup> juillet 2015.

### *g/ Le poids de Big Tobacco*

Dernier domaine de controverse sur le vapotage, la place des Big Tobacco n'engage pas directement d'argumentation sanitaire, mais interroge le poids des acteurs économiques et leur capacité à s'inscrire ou pas dans des logiques favorables à une PRR. Les articles économiques du début des années 2010 soulignent combien Big Tobacco n'a pas saisi l'essor du marché du vapotage et ses effets sur la baisse du marché tabagique. Conséquence de ce décalage, les acteurs de santé publique tout particulièrement, et ceux du nouveau secteur économique du vapotage, s'inquiètent des vagues de rachat successifs sur des acteurs émergents<sup>52</sup>.

Le succès des cigarettes électroniques a-t-il décuplé ce lobbying ? Yves Martinet Les industriels ont eu du retard à l'allumage avec la vapoteuse. Ils n'ont pas vu que ça allait « marcher ». Mais ce retard, ils vont le combler. Car ils sont riches à milliards ! Ils vont racheter les entreprises, faire un peu de dumping pour casser les indépendants. Et demain, chez votre buraliste, vous pourrez acheter du tabac à fumer ou à chiquer, à chauffer ou encore à vapoter. L'idée, c'est que le client reste lié au tabac.<sup>53</sup>

L'économie préexistante, avec son monopole de distribution, son système de taxes qui rend « accro » l'État à la cigarette avait été soupçonnée de peser sur la position française sur la TPD ou sur la volonté de taxer les cigarettes électroniques. Ce même lien entre buralistes et Big Tobacco est travaillé du côté de ces derniers, par exemple lorsque Imperial Tobacco décide de fabriquer une marque spécifique de cigarettes et de liquides pour les buralistes, JAI.

La marque sera proposée au prix de 19 euros pour une boîte contenant 2 recharges, 2 batteries, 1 chargeur USB et un étui de voyage. La cigarette est petite et noire, de la taille des cigarettes classiques. Les boîtes de 2 recharges se vendront au prix de 10 euros, comme la vapoteuse jetable prête à l'emploi.<sup>54</sup>

On notera, nous y reviendrons, le choix d'adopter des modèles les plus proches possibles de celui des cigarettes. Dans la même logique, Big Tobacco est aussi accusé de jouer sur la confusion en développant sa propre gamme de « tabac chauffé » par la presse qui relate la commercialisation de la Ploom, de l'IQOS tout au long de l'année 2015. Big Tobacco a également lancé, à grand renfort de publicité, ses marques de e-cigarette telles que Logic ou Vype. Mais cette période de rattrapage s'arrête avec l'interdiction de la publicité début 2016, laissant une incertitude sur la bataille entre les « gros » et les « petits » de l'industrie du vapotage, tant du côté des metteurs en marché que des vendeurs.

---

<sup>52</sup> Peu d'acteurs semblent se placer dans une logique de start-up visant à être racheté, ils font au contraire un travail permanent de différenciation.

<sup>53</sup> L'Humanité, Le lobbying des « industriels de la mort », 30 mai 2014.

<sup>54</sup> Les Echos, E-cigarettes : Imperial Tobacco crée la marque JAI pour les seuls buralistes, 5 février 2015.

Un très long article du *Monde*<sup>55</sup>, largement alimenté par les études Xerfi, mais aussi par le recueil de témoignages, vise à mettre à plat la situation. Le marché de l'e-cigarette s'est extrêmement diversifié avec des métiers différents (importateurs de matériel, fabricant de liquide, distributeur) et des espaces de distribution très variables entre des produits standards vendus chez les buralistes et des produits des différentes niches des boutiques spécialisées. Il indique néanmoins que les produits rechargeables constituent la quasi-intégralité du marché, ce que nous confirmerons (en diversité en l'absence de données sur le volume) dans l'étude des metteurs en marché.

## 5/ Typologie des metteurs en marché

Cette différenciation est en effet observable à partir de l'offre légale présente dans la base ANSES. L'exploration des sites web et leur codage ne nous a pas amené à simplement observer différents positionnements en matière de métier, de questions sanitaires ou d'univers culturels de référence. Elle a interrogé de manière beaucoup plus profonde la nature même de l'objet « metteur en marché ». Si on l'observe à partir de la définition de la réglementation, elle est relativement simple : la Directive TPD introduit trois vocables importants pour nous dans l'article 2 de son titre 1, qui sont reproduits ci-après.

« fabricant », toute personne physique ou morale qui fabrique un produit ou fait concevoir ou fabriquer un produit, et commercialise ce produit sous son propre nom ou sa propre marque;

« importateur de produits du tabac ou de produits connexes », le propriétaire ou une personne ayant le droit de disposition des produits du tabac ou des produits connexes introduits sur le territoire de l'Union;

« mise sur le marché », le fait de mettre des produits, quel que soit leur lieu de fabrication, à la disposition des consommateurs de l'Union, à titre onéreux ou non, y compris par vente à distance; dans le cas de la vente à distance transfrontalière, le produit est réputé mis sur le marché dans l'État membre où se trouve le consommateur »

Or, la réalité de la « fabrication » et de « mise à la disposition » des consommateurs nous semble bien plus complexe que dans la TPD. Autrement dit, les « metteurs en marché » de la base ANSES, s'ils se déclarent importateurs et surtout fabricants, ne se laissent pas réduire à des catégories aussi tranchées, et ils « fabriquent » et « mettent à disposition » différents produits et services. Mais pour parvenir à une discussion sur leur définition, il nous faut d'abord décrire la filière de production des e-liquides telle qu'elle nous apparaît après l'analyse des sites web.

---

<sup>55</sup> Le Monde, Les nouvelles cartouches des majors du tabac, 17 février 2016.

### *a/ Décrire la filière des e-liquides*

Un e-liquide commercialisé semble en pratique un produit relativement simple, un liquide ayant certaines propriétés, notamment un taux de nicotine. Pourtant sa forme concrète est déjà plus complexe, puisqu'elle est descriptible comme un tryptique contenant-contenu-étiquette, auquel peut s'ajouter du packaging. Mais la nouvelle réglementation européenne a ajouté des artefacts supplémentaires, puisqu'il doit désormais être accompagné d'une déclaration avec sa composition, ses fiches de toxicité, etc., un dossier que nombre d'acteur du marché dénomment « TPD compliance ». On fait donc face à un objet emboîté, possédant différentes couches, en fonction des acteurs (fabricant, distributeur, régulateur, consommateurs...) l'importance donnée à chaque couche va fortement varier.

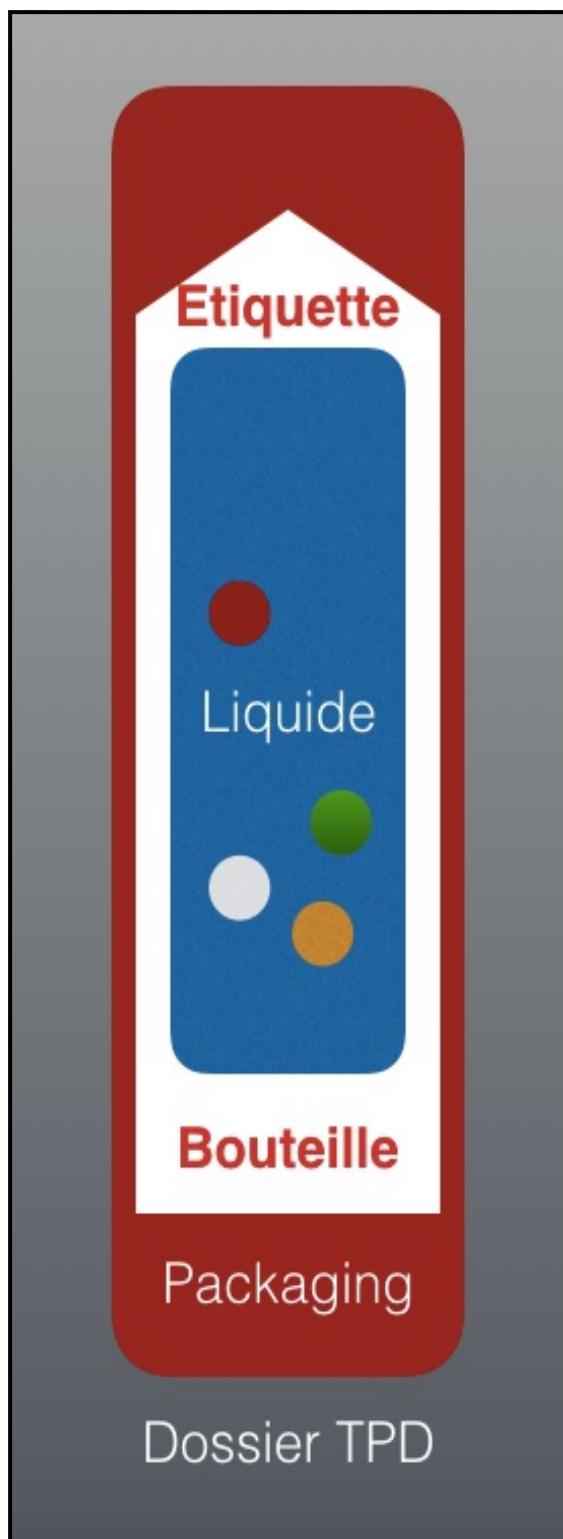
Par exemple, si on se concentre sur la composition du liquide lui-même, une partie du dossier TPD est consacré à l'analyse toxicologique des composants, essentielle pour le régulateur, alors que certains metteurs en marché vont insister sur la qualité de leur propylène-glycol (PG) ou la certification bio de leurs arômes ou de leur glycérine végétale (VG)<sup>56</sup>, pendant que des blogs vont se concentrer sur les propriétés organoleptiques de ces composants.

Cette multiplicité est également au cœur des processus de fabrication, dans une filière qui est marquée par des logiques d'assemblage : chacune des parties du « e-liquide » de la figure 2 ci-après peut être fabriquée par des acteurs différents, y compris, comme on le verra, par des consommateurs.

Le e-liquide légal « désassemblé » comprend au moins les éléments suivants : du PG ou un substitut d'origine végétale, de la VG, de la nicotine, des arômes, une bouteille de 10ml maximum, un bouchon réglementaire, une étiquette, un nom de marque, un dossier de mise en marché déclaré à l'Union Européenne.

---

<sup>56</sup> Par exemple Naturacig : <https://www.naturacig.com/content/24-propanediol-e-liquides-naturacig>



**Figure 2 - Schématisation d'un e-liquide post-TPD**

Indiquons tout de suite que certains metteurs en marché détournent cette définition du e-liquide légal : par exemple, la plupart des sites américains semblent vendre des embouteillages non-conformes à la réglementation européenne par exemple. Mais ce détournement peut être plus profond, à travers des pratiques du « do it yourself » (DIY) qui sont offertes soit aux consommateurs, soit aux distributeurs (produits semi-finis). On trouve ainsi sur le site Vampire Vape des recettes pour recréer soi-même son e-liquide par combinaison de PG, VG, d'arômes et de nicotine et même un mixing calculator<sup>57</sup>. Pour que cela soit possible, ce site et d'autres vendent directement les composants, éventuellement en grande quantité, y compris la nicotine. Dans ce cadre, le e-liquide est accompagné de nouveaux artefacts : des objets nécessaires (lunettes, pipettes), ainsi que des systèmes de formation et de conseil gratuitement fournis. Par exemple, on trouve des calculateurs en ligne pour faire les mélanges et des consignes pour obtenir une bonne sécurité des produits et une qualité organoleptique du résultat. Certains metteurs en marché structurent et modèrent même des forums où les clients s'échangent leurs recettes.

<sup>57</sup> <https://www.vampirevape.co.uk/advanced-mixing-calculator>

A l'inverse de cette délégation à l'aval de l'assemblage d'un e-liquide « non réglementé », d'autres metteurs en marché proposent une délégation en amont, en produisant pour autrui l'ensemble d'un e-liquide « légal », y compris le dossier TPD. Insistant sur la complexité technique, scientifique et réglementaire de l'objet, ils offrent donc un service complet de « ghost management » à d'autres entreprises qui, pour les consommateurs, apparaissent ensuite comme les véritables fabricants ou metteurs en marché. « Si vous voulez rassurer le consommateur et profiter de nos compétences sur la complexe mise en conformité à la TPD, vous devez en passer par nous », telle est en substance le message. Les sites et l'offre de service laissent penser que tous les cas sont possibles : des marques déjà constituées qui arrivent avec leur formulation et leur packaging et profitent des installations (intervention minimale), jusqu'à des clients qui demandent au fabricant de tout inventer, de la formulation à l'étiquette en passant par le marketing et la distribution (intervention maximale). Entre les deux on a vu passer des cas d'offre de service de simple embouteillage et expédition à partir d'un liquide constitué livré en gros (plus proche du pôle minimal), des cas de réception des bases déjà préparées pour assemblage et embouteillage par le fabricant (le milieu), des cas de remaniement léger de liquides existants ailleurs pour un marché national spécifique, à travers l'étude de la concurrence (plus proche du pôle maximal).

***b/ Qu'est-ce qu'un metteur en marché ?***

A partir de la base VAPORISK, on peut donc dessiner des portraits de ce qu'est un metteur en marché forts différents de celui de la réglementation. En effet, suivant les configurations, les metteurs en marché proposent des services et des produits, soit à d'autres entreprises du secteur, soit directement aux consommateurs ou aux boutiques. De plus, ces produits et services, comme on vient de le voir, sont loin d'être réductibles à l'objet e-liquide assemblé par la réglementation. Nous avons rassemblé des exemples redondants de ces « mises en marché » dans le tableau ci-après, en indiquant en gras les « e-liquides » au sens strictement réglementaire du terme :

	<b>consommateurs</b>	<b>fabricants/distributeurs</b>
<b>services</b>	mix calculator et autres outils pour du DIY, conseils organoleptiques, sur la réduction des risques ou le sevrage	TPD compliance, analyse des produits, réseau de distribution des produits, marketing
<b>produits</b>	aromes et personnalisation, nicotine pure, <b>e-liquide réglementaire</b> , <b>cartouche fermée</b> , goodies et matériel de mélange	Composants, étiquetage, embouteillage, <b>e-liquides complets</b> , packaging, vente en gros



## Tableau 2 - Offre des metteurs en marché

Pour bien saisir la nature extrêmement différente de ce que les metteurs en marché proposent, prenons l'exemple de Nerudia, société britannique typique du « ghost management » que nous venons de décrire et de la case en haut à droite du Tableau 2. Son offre sous l'onglet « products and services » est reproduite ci-dessous :



Figure 3 - Reproduction de [www.nerudia.com/products-services/](http://www.nerudia.com/products-services/)

Toujours au Royaume-Uni, mais dans un tout autre genre, le site Vampire Vape a une offre très variée, qui recoupe les trois autres cases du tableau 2. En effet, il propose d'une part tous les produits et services caractéristiques du DIY<sup>58</sup> à des consommateurs, dont un magnifique « mixing calculator » associé à l'ensemble des composants disponibles à la vente (nicotine, PG, VG, arômes...), avec ses produits (mélangeurs, aiguilles) et conseils associés à la préparation maison :

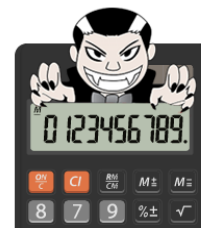
<sup>58</sup> Y compris pour la fabrication, le bricolage et la maintenance des dispositifs de vapotage (métaux bruts, résistances, tubes...).

### WELCOME TO THE VAMPIRE VAPE E-LIQUID CALCULATOR!

Enter the amount of E-liquid you wish to make in the top box. Flavouring %, this is personal choice, we recommend our concentrates are mixed at 15-20%, as a guide start at 15% & work upwards to taste. Nicotine Concentration, our nicotine is 72 mg/ml, check your bottle for other manufacturer levels & adjust accordingly.

Desired Concentration, is your preference on Nicotine Strength i.e. 3mg, 6mg, 12mg etc. Hit Calculate & your measurements will be listed under the recipe.

*Steeping is again a personal choice, most of our fruit flavours are good to go straight away, but oxidising the liquid over a few days will help improve the flavour. To get the best flavour out of the liquid, shake the bottle, then crack open the seal, squeeze a bit of fresh air in to oxidise the juice, then replace the cap & give it a good shake, or leave in a safe place (i.e. a dark cool cupboard) with the lid off for a few days.*



**Figure 4 - Reproduction de la page <https://www.vampirevape.co.uk/mixing-calculator>**

Par ailleurs, il indique fournir des services d'embouteillages et jouer le rôle d'équipementier (Original Equipment Manufacturer ou OEM) pour d'autres entreprises, en assurant l'ensemble de la traçabilité. Enfin, ils offrent aux consommateurs une vaste gamme de e-liquides réglementaires relativement standards (fruits, desserts, tabac, menthol...), commercialisés sous leur propre marque, mais également des kits et des dispositifs de vapotage standardisés.

Les sites web des metteurs en marché font donc apparaître au moins quatre modalités différentes, mais non exclusives, du metteur en marché : un fabricant (pour lui-même ou pour autrui), un distributeur (pour lui-même ou pour autrui), un marketeur (pour autrui) et enfin un vendeur (pour lui-même ou pour autrui). Par rapport à la dichotomie réglementaire (fabricant/importateur), la reconnaissance de ces quatre fonctions est importante pour saisir le fonctionnement concret du marché des e-liquides.

#### *c/ Premier essai de typologie*

La combinatoire foisonnante du marché des e-liquides est réelle et des acteurs peuvent donc continuer à inventer de nouveaux services, produits ou positionnements, qui étaient totalement impossibles sur un marché du tabac marqué par le contrôle réglementaire des lieux de vente et de la composition des cigarettes, notamment par l'interdiction des arômes. Mais notre première analyse montre également des régularités, que nous avons décidé de présenter sous la forme de prototypes dans une typologie des metteurs en marché.

Nous avons distingué huit types différents de metteurs en marché, en ajoutant quelques exemples prototypiques. Avant de décrire chacun des types, il faut préciser deux choses. Premièrement, il n'y a pas nécessairement une correspondance unique entre un metteur en marché et un type : par le jeu des marques, ils peuvent occuper plusieurs types ou simplement avoir une activité principale et une autre secondaire. Ou encore, la dynamique économique de leur activité les a amenés à développer des activités et pratiques nouvelles. Par exemple le site Vampire Vape, dont nous venons d'évoquer l'activité diversifiée, a connu une trajectoire de changement très rapide, de « fabricant à gamme réduite » à tout autre chose.

## WE ARE VAMPIRE VAPE

Vampire Vape was established in 2012 with only 12 flavours, we are now a multi award winning e-liquid manufacturer, based in Blackburn, United Kingdom, with customers across the world who enjoy vaping our e-liquids. We are a trusted brand with thousands of loyal customers who expect only the highest quality of e-liquid, we create a vast array of unique flavours which we are constantly being adding to on an ongoing basis using customer feedback and suggestions which is at the heart of everything we do.

### Figure 5 - Présentation du site Vampire Vape

Deuxièmement, et notamment en raison de cette dynamique économique, il y a une certaine continuité entre ces types, par exemple ils laissent tous une place, plus ou moins grande, aux pratiques et produits de DIY. Seuls font exception les « Big Tobacco et Kits », qui visent à mettre un place un marché totalement standard, et critiquent parfois explicitement ces pratiques au nom de la sécurité des consommateurs. Ces deux éléments ont pesé dans notre choix de ne pas systématiquement coder les metteurs en marché dans la base suivant leur type. Autant ce code serait approprié pour certains d'entre eux, notamment les exemples du tableau ci-dessus, autant il serait très réducteur pour d'autres metteurs en marché.

Type de metteur en marché	Exemples prototypiques
Fabricant à façon	Xyfill, Nerudia, Valeo, Flavor Art
Gros distributeur	Yourcigarette.eu, DemandVape
Gros fabricant (standard)	Liqua, Happy Liquids
Gros fabricant (signature)	Vincent dans les vapes, Gaïa Trend, Nicopure
Fabricant à gamme réduite et très identifiable	5 pawns, Space Jam, Royal Vapor Group (12 Monkeys), Liquid Science
Artisans	Shoreditch, Thenancara
Boutiques	Pipeline, le vapoteur breton
Big Tobacco & Kits (divers dont sevrage)	Blu, Vipe, Iqos, Ezee, NexVap

Tableau 3 – Typologie des metteurs en marché

Nous allons décrire successivement ces différents types, en essayant de caractériser leurs spécificités.

## **1/ Fabricant à façon**

Nous en avons déjà beaucoup parlé, il s'agit d'entreprises qui se comportent comme des équipementiers informatiques, en proposant toute une gamme de services associés, y compris de la gestion de marque. Nous en avons présenté un exemple à destination de « fabricants » d'e-liquides, mais cela concerne également les distributeurs : par exemple, Diamond Mist vise explicitement des « revendeurs », soit pour écouler leurs produits, soit pour fabriquer l'ensemble de leur marque.

## **2/ Gros distributeur**

A l'image du metteur en marché tchèque YourCigarette.eu, qui semble être un véritable « Amazon » du vapotage, ils centrent leur activité sur la distribution directe auprès des consommateurs (qualité et délai de livraison) des produits d'autrui, avec une activité marketing associée (mise en valeur des marques, produits en promotion, conseils...). Ils peuvent également posséder en parallèle des magasins physiques.

## **3/ Gros fabricant (standard)**

Toujours en République Tchèque, Liqua (Ritchy Group) représente l'archétype du gros fabricant de produits standards : arômes simples autour du quatuor classique (tabac, menthol, fruits, desserts), packaging simple et standard, pas de travail spécifique en termes d'univers culturels ou de références organoleptiques complexes, mais un affichage de ses capacités industrielles ou de son adéquation au cadre réglementaire<sup>59</sup>. Il peut inclure une partie en distribution physique, mais uniquement pour ses propres produits. Le gros fabricant standard peut évoluer vers le type suivant par une montée en gamme de son offre, ou du moins se positionner sur ce type de créneau en affichant « premium ».

## **4/ Gros fabricant (signature)**

C'est précisément le cas de Nicopure, fabricant américain ayant démarré comme « standard » en 2009, qui a aujourd'hui une logique de « signature » : la marque est bien identifiée, les parfums distinctifs (mais sans être de luxe) avec un discours organoleptique travaillé, de même que le packaging et éventuellement la bouteille, alors que la distribution demeure, comme dans le cas précédent, internationale et à grande échelle.

---

<sup>59</sup> Ce qui ne les empêche pas de vendre des flacons de e-liquides de 30ml contre les 10ml légaux.

## **5/ Fabricant à gamme réduite et très identifiable**

Par rapport au type précédent, la gamme de produits est plus réduite et surtout présentée comme beaucoup plus travaillée. Ainsi, 5 Pawns, metteur en marché américain, revendique « 2 vanilles différentes » dans l'un de ses produits, l'ensemble du liquide étant ensuite valorisé dans des futs de chêne. Chez ces fabricants, l'expérience organoleptique singulière, le savoir-faire, l'origine des produits ou les petites quantités sont mis en avant. La question de la distribution est secondaire, celle-ci pouvant être laissée à d'autres sites ou aux boutiques physiques.

## **6/ Artisans**

Les artisans valorisent une petite gamme (comme Shoreditch à Londres, Thenancara à Paris). L'aspect organoleptique est souvent très développé, sur un mode qui rappelle les produits de grand luxe, vins ou spiritueux, parfums, valorisation organoleptique qui contraste fermement avec le mode précédent, la recherche chimique débridée. Les sites présentent la boutique (et le site internet qui la prolonge) comme un véritable lieu de support pour le sevrage tabagique d'abord, l'éducation aux plaisirs sophistiqués du vapotage expert ensuite. Ces metteurs en marché assument une dimension militante autour de la réduction des risques ou du sevrage, ont des parties « blogs » avec de l'information très spécialisée et des commentaires sur l'état de la controverse scientifique comme de la réglementation, et peuvent souvent mettre en avant une histoire personnelle d'ancien fumeurs. La question de la relation aux consommateurs est ici centrale, et renvoie à l'expérience de face à face dans une boutique physique.

## **7/ Boutiques**

Ce sont les sites ayant grandi à partir d'une boutique physique et qui reproduisent sur le web le même type de service (comme l'allemand Pipeline). En France, on trouve d'une part les magasins qui ont lancé un site pour vendre leur petite gamme à plus de clients et à d'autres magasins. C'est toujours la même histoire du DIY artisanal fait dans l'arrière-boutique qui plaît aux amis, qui deviennent clients. De proche en proche la gamme est vendue sur un site pour la France entière, et parfois en gros à d'autres magasins. D'autre part, il y a les magasins qui ont créé un site pour y vendre les marques qu'ils ont en magasin. Cela peut aller jusqu'à d'importantes plateformes de vente en ligne, appuyées sur des réseaux de magasins, parfois franchisés. Ils ajoutent à cette offre leur marque. Ils ne cachent pas qu'elle est fabriquée par d'autres, généralement ceux dont ils vendent les marques. Ces derniers leur offrent en plus une marque de distributeur, élaborée avec le distributeur, en fonction de ce qu'il aime lui et connaît des attentes de ses clients.

## **8/ Big Tobacco & Kits**

Ce dernier type rassemble également deux profils distincts mais aux caractéristiques communes : les metteurs en marché liés à Big Tobacco et les vendeurs de kits, qu'ils soient à destination du sevrage ou vendus comme une alternative à la cigarette. Par rapport à l'ensemble des types précédents, ils vendent un produit très standard, presque toujours attaché au dispositif, et très proche dans les arômes de la cigarette. Il n'y a donc ici ni DIY, ni valorisation organoleptique, mais une mise en marché qui vise à vendre un produit de masse, standard et « propriétaire » (voir par exemple le site NexVap).

### ***d/ Quelle dynamique de ces marchés ?***

De nombreux metteurs en marché mettent en scène leur histoire et la dynamique économique et technique qu'ils ont connues en très peu d'années. Fondés le plus souvent à la fin des années 2000, à partir d'expériences antérieures (qu'elles soient industrielles, professionnelles ou personnelles), les metteurs en marché « survivants » ont grandement évolué depuis. De plus, les appels aux clients par les fabricants à façon, la recherche explicite de distributeurs par les gros et moyens fabricants, montrent que les relations industrielles et commerciales sont loin d'être stabilisées. Il serait important de connaître d'autres dimensions du marché, notamment les évolutions de la distribution physique, pour déterminer quelles sont les évolutions à venir. Il n'est pas dit que l'ensemble des types continuent à exister ou, à l'inverse, il est possible que de nouveaux types de metteurs en marché apparaissent. Ajoutons que le cadre réglementaire nouvellement mis en place joue un rôle décisif dans le déplacement de certains produits et certains metteurs en marché, nous y reviendrons plus loin.

## **6/ Le traitement des questions sanitaires par les metteurs en marché**

Nous avons dégagé trois manières très distinctes de traiter des questions sanitaires par les metteurs en marché, sachant qu'il en existe une quatrième, c'est de ne pas en parler du tout (c'est le cas de 161 sites sur 287 sites différents étudiés).

### ***a/ Le traitement industriel***

C'est un traitement qui est particulièrement saillant chez les fabricants à façon, mais peut également être présent chez les gros fabricants. On y parle bien de la question de la toxicité, mais comme les commentaires dans la base VAPORISK l'explicitent, ce volet prend un sens très particulier. Il ne s'agit pas de militantisme mais d'un mode de présence où le risque est résolu positivement par la mise en œuvre de processus industriels, souvent fièrement exposés, comme garantie pour le consommateur face à des fabricants chinois souvent dénoncés de manière virulente.

Le champ « process » s'il est coché, recouvre les descriptions des processus de production (nom des machines, références à l'industrie pharmaceutique, vidéo et photos des chambres stériles, des équipements, voire publication du règlement intérieur destinés aux employés). C'est la question de la contamination qui est abordée : les gros fabricants à façon mettent en scène sur leur site la manière dont ils évitent toute contamination lors de la fabrication des liquides. L'objectif est de montrer au consommateur que la liste d'ingrédients (voir plus loin) est exacte, à la fois pour l'identification des ingrédients par liste positive et pour leur concentration (notamment en nicotine<sup>60</sup>). Ce champ « process » recouvre par exemple toutes les mentions à la rigueur pharmaceutique, lorsqu'elle vilipende l'approche agroalimentaire capable d'écrire sur ses paquets « traces de X » : les sites visent à démontrer l'absence de toute trace par la démonstration de la rigueur robotisée de machines assurant le dosage des médicaments. Plus rarement, cette logique industrielle s'étend aux certifications et développements consacrés à la santé des employés. De gros fabricants à façon ou fabricants de leur propre marque peuvent expliciter une approche RSE qui vise entre autres choses à montrer que la fabrication des liquides n'est pas dangereuse pour ceux qui travaillent au plus près du processus.

Toujours chez ces gros fabricants à façon le codage « contenant » renvoie à des expériences industrielles précises. On sait que le contenant est assez étroitement réglementé<sup>61</sup>, mais certains sites développent bien plus la question que d'autres. Premièrement, c'est la question de la migration, abordée sous l'angle du plastique PET. Deuxièmement, la sécurité enfant du bouchon peut être mentionnée et même faire l'objet d'une norme ISO. Troisièmement, liant l'aspect sanitaire et environnemental, certains sites de fabricants à façon offrent un service de recyclage et re-remplissage.

Ces aspects « process » et « contenant » ne sont pas les plus fournis, par rapport aux « Produits » qui font l'objet d'amples développements sur les capacités analytiques, des liquides comme des fumées, chez les metteurs en marché. Elles peuvent être vendues comme

---

<sup>60</sup>La toxicité de la nicotine à haute dose est sans cesse rappelée dans ces sites. Ils attirent l'attention du consommateur sur la capacité outillée de parfaitement contrôler cette concentration. Par ailleurs, l'exactitude de la concentration du liquide en nicotine est importante pour les utilisateurs qui visent le sevrage à la nicotine, en baissant progressivement les concentrations de leurs liquides. La capacité à fournir quatre voire cinq concentrations en nicotine différentes pour un même liquide est l'un des arguments important de vente de ces gros fabricants à façon.

<sup>61</sup>Au moins pour les liquides destinés à la recharge de dispositifs ouverts. Les cartouches des kits et les dispositifs jetables soulèvent un problème particulier. Les metteurs en marché de ce type de combinaison sont très silencieux sur l'aspect migration, la sécurité enfant, les composants mêmes qui constituent les contenants dans ces recharges. Il peut exister des exceptions locales, mentionnées en commentaires, notamment sur la question du recyclage du contenant. Certains gros fabricants à façon offrent ce service de logistique et de recyclage pour les magasins qui vendent des kits, avec re-remplissage. Il nous semble cependant que sur cette configuration précise (kits et jetable), sur la question du contenant, la problématique du recyclage ou de la pollution, est absente.

service, parfois sur des liquides de la marque propre du metteur en marché en PDF sur le site (sous forme numérique, sous forme graphique avec explication de la signification des différents pics). Les technologies mises en œuvre ou le nom du laboratoire externe sont souvent mentionnés. Les produits ciblés (le diacétyle et ses dérivés, les parabènes, l'ambrox, parfois l'eau, l'alcool...) peuvent être accompagnés d'explications sur les raisons qui appellent une démonstration de leur absence.

Il y a les études scientifiques sur les effets de l'inhalation des liquides sur la santé. Dans ce premier sens, elles sont le plus souvent vendues comme service par le metteur en marché, donc absentes du site. Le metteur en marché explique qu'il dispose d'une bibliothèque et des compétences pour assurer une veille scientifique sur tous les composants entrant dans la composition des liquides. Il est capable d'identifier rapidement les problèmes émergents sur une substance, par la traçabilité qu'il met en œuvre sur chaque flacon, de les rappeler, et de rapidement modifier la composition de ses liquides. On l'a dit, une approche positive, par les solutions industrielles des questions sanitaires. Comme on va le voir, un autre sens de ces champs est possible, chez des acteurs militants qui eux font référence aux études scientifiques publiques, à la question de la toxicité des liquides prise en général. Ici, les études scientifiques sont souvent vendues, et relatives aux liquides produits par l'entreprise. Parfois, lorsque le fabricant à façon a sa propre gamme, les études de toxicité peuvent faire l'objet d'une publication sur site, avec partenariat avec l'université locale, description et explication des méthodes employées (exposition de cellules, pas d'utilisation d'animaux), des résultats obtenus.

Enfin il arrive que des développements soient consacrés à l'origine des ingrédients entrant dans la composition des liquides. Il est important de dire à nouveau que globalement l'ensemble du secteur, quel que soit le profil du metteur en marché considéré, est silencieux sur cette question (à l'exception des acteurs qui font dans le bio et le naturel, la provenance devient alors plus explicite). La raison de ce silence est parfois présente sur les sites eux-mêmes : personne ne veut dévoiler à la concurrence son fournisseur. Cependant, notamment du côté des gros fabricants à façon, les normes (pharmaceutiques sur la nicotine ou les bases, agroalimentaires sur les bases et arômes), les fiches de sécurité, peuvent faire l'objet d'une explication.

### ***b/ Le traitement militant***

A l'opposé de ce traitement industriel, qui ne laisse aucune place aux questions d'addiction ou de réduction des risques, le deuxième traitement de la question sanitaire, militant, les place au centre. Il s'agit principalement des sites du type « artisan » ou encore « fabricants à gamme réduite », tenus par les acteurs les plus militants, principalement anglais et français.

Ici, la question du process de fabrication et du contenant est quasiment absente. Pour être plus précis, on dira qu'il existe une exception, une configuration dans laquelle les militants parlent



abondamment du process. Il peut faire l'objet de commentaires traversés de tensions en France, sur la question du DIY comme process délégué au consommateur. Dans ces milieux militants, le DIY est valorisé comme constitutif de l'identité de la vape et de ses commencements mythiques par les usagers en lutte contre le tabac. L'âge d'or des commencements est celui où chacun pouvait constituer et explorer de manière évolutive les profils aromatiques qui lui conviennent, de manière économique et à des fins de réduction des risques. La tension provient des affaires sanitaires d'accidents liés au DIY (nicotine, contamination, mélanges expérimentaux en tout genre parfois liés à la drogues, peur d'accidents avec des enfants ou des animaux domestiques, potentiellement désastreux pour l'image de la vape). Ces sites considèrent que la TPD encourage à l'explosion du DIY (on ne déclare qu'une base nicotinée, le reste en arômes non déclarés et non taxés). La pratique peut s'étendre vers des publics novices, augmentant les risques d'accident. Sur cet aspect très particulier du DIY, entendu comme étape de fabrication déléguée au consommateur, les militants peuvent présenter une position construite, et, comme on vient de le voir, traversée par une forte tension entre valorisation du DIY et peur des accidents qu'il peut entraîner. Mais hors ce cas particulier, process et contenant sont absents des positionnements militants sur la question sanitaire.

Les références entraînant le codage des champs « produit » et « références scientifiques » sont aussi très différentes du traitement industriel. C'est avec ces champs que l'on dégage le plus clairement une autre façon chez les metteurs en marché de présenter la question sanitaire, différente de la présentation que nous venons de qualifier d'industrielle. Cette seconde présentation, que nous proposons de qualifier de militante, fait référence non plus à des compétences internes, vendues comme service et valorisées comme gage de sérieux dans une perspective de relocalisation des activités en Europe face à la concurrence asiatique, mais à des commentaires fouillés sur la controverse sanitaire dans l'espace public. Les études pro-vape sont recensées, souvent elles glissent de la question de la toxicité des liquides pris pour eux-mêmes à la démonstration d'une moindre toxicité par rapport à la cigarette classique. La liste des produits cancérigènes absents des liquides (mais présents dans les cigarettes) est développée. Les études contre la vape sont démontées, parfois à partir d'arguments fins sur le dispositif expérimental, les liquides employés pour l'expérience, les pratiques de vapotage. On retrouve la galaxie des références biomédicales bien identifiées dans la controverse socio-sanitaire : les Pr Polosa, Farsalinos, Dautzenberg...

Dans ce traitement de la question sanitaire, les champs « réduction des risques » et « sevrage » sont très largement activés. Le simple fait de se situer dans cette approche (*harm reduction* en anglais) est un marqueur important, il est souvent accompagné d'études scientifiques et de rapports d'experts. Il est parfois redondant avec les développements sur les études qui parlent de toxicité en montrant tout ce qu'il n'y a pas dans la vape, mais bien dans la cigarette classique. On trouve également sur les sites des conseils pour diminuer sa consommation de cigarette en

jouant sur les taux de nicotine. Il est important de noter que cette approche ne traite jamais de la question de la pérennisation de la situation de vapofumeur. La diminution de la consommation est vue comme positive en soi, avec des références au retour du souffle, la fin des dents jaunes ou la mauvaise odeur sur les vêtements, l'inconfort de la fumée pour ceux avec qui on discute.

Lorsqu'il s'agit de « sevrage », il est fait référence à l'arrêt complet de la cigarette, plus rarement à l'arrêt de la nicotine, mais jamais à l'arrêt de la vape. Des discussions similaires à celle sur la toxicité des produits sont déployées, cette fois-ci portant sur les études qui tendent à démontrer l'efficacité ou la non-efficacité du sevrage. En Grande-Bretagne, chez les metteurs en marché, le sevrage par la vape semble faire l'objet d'un consensus plus large qu'en France ou aux Etats-Unis, le rapport de Public Health England est d'ailleurs souvent cité par tous les acteurs. Les metteurs en marché anglais militants sont donc clairs sur ce sujet. En revanche, les américains surtout, et les français dans une moindre mesure, rappellent souvent qu'ils ne peuvent vendre leurs produits comme outil de sevrage... tout en évoquant leur expérience personnelle très positive en la matière. Ces acteurs militants peuvent également commenter les études consacrées à l'effet passerelle, pour les contester. Le débat n'est cependant pas vraiment vif.

Notons en passant qu'ici, la frontière entre la réduction des risques et le sevrage peut être très ténue. Les acteurs militants les plus consistants distinguent bien les deux et jouent sur les deux tableaux, arguant que diminuer sa consommation c'est positif en soi, c'est un bon commencement, cela introduit l'idée qu'on peut y arriver (encore une fois la situation du vapofumeur à long terme n'est pas du tout mentionnée). Mais la plupart du temps, il a été difficile pour nous de procéder à des distinctions. La solution retenue a été la suivante : avoir une acception stricte de la réduction des risques, comme un paradigme assignable qui devait être explicitement mentionné pour que la case soit cochée, avec précision des risques en question (substances et leurs conséquences sur la santé), la vape comme outil de diminution de l'exposition à ces substances, la référence aux débats qui agitent le champ de la santé publique, la référence aux acteurs de ce champ. La zone floue entre diminution de la consommation entendue comme un bien en soi, sans précision de l'horizon de temps ni du nombre de cigarette par jour, mêlée à la mention du sevrage de la cigarette ou de la nicotine est rejetée dans la catégorie sevrage, avec un commentaire. C'est cette zone floue qui est massive dans la base VAPORISK.

Enfin, dans ce traitement militant, le champ « comparaison autre produit », s'il est coché, fait signe vers la présence de diatribes enflammées contre les patchs et autres substituts nicotiniques vendus en pharmacie. Certes, on trouve aussi ici des critiques informées des études qui ont tenté la comparaison entre vape et patchs ou chewing-gum, mais surtout dans ce champ des

philippiques violentes contre le lobby de la Big Pharma, décrit comme un acteur qui cherche à tuer la vape à cause de la menace qu'elle fait peser sur ses produits.

### *c/ Le traitement réglementaire*

Le dernier traitement de la question sanitaire se retrouve principalement chez les fabricants de gammes réduites bien identifiés, et notamment californiens (élaboration organoleptique chimique, gros travail sur l'univers de référence), ainsi que chez les magasins français, boutique, les petits sites issus de DIY dans l'arrière-boutique.

De manière immédiatement tangible, le traitement réglementaire passe par la présence de l'avertissement de la FDA et de l'Etat de Californie, entraînant la validation des cases « produit », « sevrage » et « passerelle ». Pour le « produit » c'est l'avertissement général pour les femmes enceintes, allaitantes, les personnes présentant des problèmes cardio-vasculaire et l'absence générale de connaissance de la toxicité. Il y a un avertissement spécifique pour la nicotine (liste effroyable d'effets secondaires, de l'asthme à la dépression en passant par des *brain damages* et à son caractère létal à haute dose). Pour le « sevrage » c'est la précision suivante, avec quelques variantes : ce produit ne peut être considéré comme un outil de sevrage, ou un médicament. Pour « passerelle », c'est l'interdiction de vente aux mineurs, le rappel du caractère addictif de la nicotine, l'injonction à ne pas commencer la vape si on n'est pas fumeur. Pour tous ces acteurs californiens c'est le seul mode de présence de la question sanitaire, à l'entrée du site, ou plus souvent en bas de la page d'accueil. En France, l'avertissement est plus léger. Le champ « passerelle » est coché lorsque l'interdiction de vente aux mineurs est affichée, avec la même typographie que sur les paquets de tabac. Parfois on trouve un léger point sur la nicotine (champ « produit » coché) et sur le sevrage.

Il faut préciser que ce troisième traitement, beaucoup plus minimal dans l'ergonomie des sites, même s'il apparaît en premier, peut se surimposer aux deux autres. Ce sont les contorsions qu'on a signalées sur les sites militants : un avertissement légal sur la nicotine mais surtout sur le sevrage, rediscuté ensuite dans les pages du site pour contester tout problème de toxicité et affirmer l'efficacité du sevrage. Les sites californiens eux, assument un positionnement de « déglingue chimique ». Une fois l'avertissement passé, ils abandonnent ensuite toute position sanitaire et se réfèrent aux orgies sucrées, au surf, au gaming et au cloud chasing.

## **7/ Conclusion : des mondes du vapotage**

En conclusion, nous voulons d'abord souligner trois résultats importants, du point de vue de l'analyse du marché des e-liquides et de la sociologie économique sous-jacente mais aussi de l'analyse des controverses socio-sanitaires. Ils nous permettent d'aborder la question de la cartographie des acteurs par rapport à trois dimensions qui nous semblent essentielles : les

places dans la chaîne de coproduction et de distribution, le positionnement par rapport aux questions sanitaires, le rapprochement ou la distinction entre fumer et vapoter.

### *a/ Vers un marché de singularités ?*

Premièrement, nous sommes frappés par le caractère unique du marché des e-liquides, en ce qu'il semble faire émerger un marché de singularité à l'intérieur et à l'extérieur du cadre réglementaire. Nous avons longuement parlé de l'ensemble des pratiques du DIY mais il faut aussi évoquer l'existence d'équipementiers, la recherche permanente de nouveautés, les figures variées du consommateur et de son expérience, la valorisation du « contrôle de la nicotine » en vue de la réduction des risques et du sevrage et celle des variétés organoleptiques développées. A l'opposé d'un marché standardisé comme celui de la cigarette (circuit de vente exclusifs, produits très encadrés, prix quasiment publiquement fixé, packaging contrôlé, etc.), le marché du e-liquide semble permettre toutes les singularisations. Cela a pour nous une conséquence très importante : alors que la menace d'invasion de la vape par Big Tobacco a été très mise en avant par le passé<sup>62</sup> et continue à l'être par les acteurs militants, elle nous semble aujourd'hui datée. En effet, le lobbying sur le cadre réglementaire a largement échoué et le rachat d'entreprises spécialisées nous semble aujourd'hui peu probable, tant la vision industrielle et culturelle est divergente entre le secteur du tabac et celui de la vape.

Parallèlement à la vape grand public émergent des sous-cultures « do it yourself » extrêmes, comme le sub-ohm vaping, popularisé par des vidéos sur YouTube. Les mécanos de l'e-cigarette, adeptes de ces modifications avancées, passent des heures à démonter, bricoler eux-mêmes leurs résistances et mèches de coton afin de fabriquer les plus gros nuages de vapeur possible.<sup>63</sup>

Deuxièmement, nous avons été marqués par l'influence centrale du cadre réglementaire sur le positionnement des metteurs en marché : il constitue un argument publicitaire pour les fabricants à façon, est très utilisé dans la discussion des questions sanitaires et, peut-être de manière plus originale, il entraîne des comportements adaptatifs explicites visant à éviter la pression réglementaire pesant sur les produits. Au vu des discussions avec l'ANSES sur le recouvrement des taxes déclaratives, sur la volonté de certains metteurs en marché de retirer leurs notifications de produits ou d'en déclarer moins, nous pouvons estimer que ce phénomène est potentiellement massif, entraînant, comme certains metteurs en marché l'avaient estimé, un développement encore plus grand de la délégation au consommateur de la fabrication du e-liquide. Nous en donnons ci-après l'exemple le plus caractéristique, celui du site Naturacig :

---

<sup>62</sup>Cancer Research UK, *The Marketing of Electronic Cigarettes in the UK*, 2013, notamment pages III et 61 à 70.

<sup>63</sup> Libération, l'e-cigarette, vapeur montante, 21 juin 2014

L'ensemble de ces restrictions nous oblige à nous adapter pour continuer à vous proposer des e-liquides biologiques de haute qualité.

Nos nouvelles saveurs sont donc proposées sans nicotine en flacons de verre d'une contenance de 15 ml. Le verre a notre préférence pour nos e-liquides aromatisés car c'est un matériau totalement neutre et mieux recyclable.

Dans l'immédiat, si vous souhaitez rajouter de la nicotine dans nos nouvelles saveurs proposées sans nicotine, nous vous conseillons d'utiliser la Base Alpha en 16 mg/ml.

La quantité de Base Alpha à utiliser dépend du dosage de nicotine souhaité.

À titre indicatif :

Mélange de moitié Base Alpha 16 mg/ml + e-liquide sans nicotine = 8 mg/ml

Mélange de 1 tiers Base Alpha 16 mg/ml + 2 tiers d'e-liquide sans nicotine = 5,3 mg/ml

Dans le futur, tous nos e-liquides seront uniquement disponibles sans nicotine (ce changement interviendra entre le 20 novembre et le 31 décembre 2016). Nous vous proposerons une nouvelle base nicotinée, conforme à l'ordonnance, que vous pourrez utiliser pour obtenir le dosage de nicotine souhaité.

Sans arôme, cette base sera proposée en flacon en plastique recyclable d'une contenance de 10 ml avec un taux de nicotine de 18 mg/ml.

Vous aurez également la possibilité d'acheter sur notre site des flacons en verre de 30 ml, avec des bouchons pipettes, afin de réaliser les mélanges désirés.

Vous pourrez donc continuer à utiliser nos produits (presque) comme avant, nous vous souhaitons à tous une bonne santé et une bonne vape !

## **Figure 6 - <https://www.naturacig.com/blog/news/nouvelle-reglementation-e-liquide-cigarette-electronique>**

Cette question des singularités, de l'extension des pratiques de DIY, doit faire partie d'une cartographie des acteurs : les usagers ont été fortement présents dans les controverses, et il faut leur laisser une grande place dans l'étude du vapotage. Lors de la consultation des industriels fin 2013 par la Commission, ceux-ci estimaient que la DIY représentait 5% du marché, on peut parier que c'est aujourd'hui bien davantage avec la généralisation des vapoteuses à recharge et la généralisation du matériel de mélange. Mais en l'absence de données économiques, il est difficile d'aller plus loin.

### ***b/ Les questions sanitaires sont-elles importantes ?***

Nous avons montré que la question sanitaire est marginale pour une très grande majorité des metteurs en marché : non seulement 56% des sites ne l'évoquent pas du tout, mais l'un des traitements analysés, le réglementaire, est purement formel (avertissements légaux) et parfois contredit par le contenu des sites. Pour les fabricants à façon et les gros fabricants, la question sanitaire est réduite à un enjeu de sécurité industrielle : si on assure des processus certifiés et constants, les e-liquides sont non seulement conformes à la réglementation, mais ne posent pas de problème particulier. Seuls les sites militants en font un enjeu central, en l'inscrivant dans le paradigme de la réduction des risques pour lequel ils ont lutté, et notamment l'AIDUCE, dans les controverses socio-sanitaires.

Dans l'étude des controverses, nous avons montré que les acteurs sanitaires y jouaient une part importante, à commencer par l'omniprésent Pr Dautzenberg et nombre d'instances publiques spécialisées dans le domaine. Mais la dynamique d'encadrement réglementaire et économique dépend peu de la résolution de ces éléments sanitaires : par exemple, la justification de l'interdiction dans les lieux de travail ne repose que sur une intuition comportementale, elle-même non démontrée par des données, et non sur un effet de « vapotage passif » ou d'incitation

directe. En face, la plupart des arguments sont fondés sur du savoir expérientiel, d'autant plus mis en avant que les incertitudes scientifiques demeurent dans la durée. Le registre sanitaire apparaît donc d'abord comme un espace stratégique – indépendamment de la sincérité des acteurs – par lequel il est nécessaire de passer lorsqu'on cherche à promouvoir ou limiter le vapotage.

Le cadre de politique de réduction des risques marque fortement certains acteurs et constitue un ressort essentiel de leurs actions, mais il n'est pas partagé par tous. Et cette opposition recoupe une troisième dimension de la cartographie : les rapports à la cigarette, au tabac, et à l'acte de fumer.

### *c/ Vapoter est-il fumer ?*

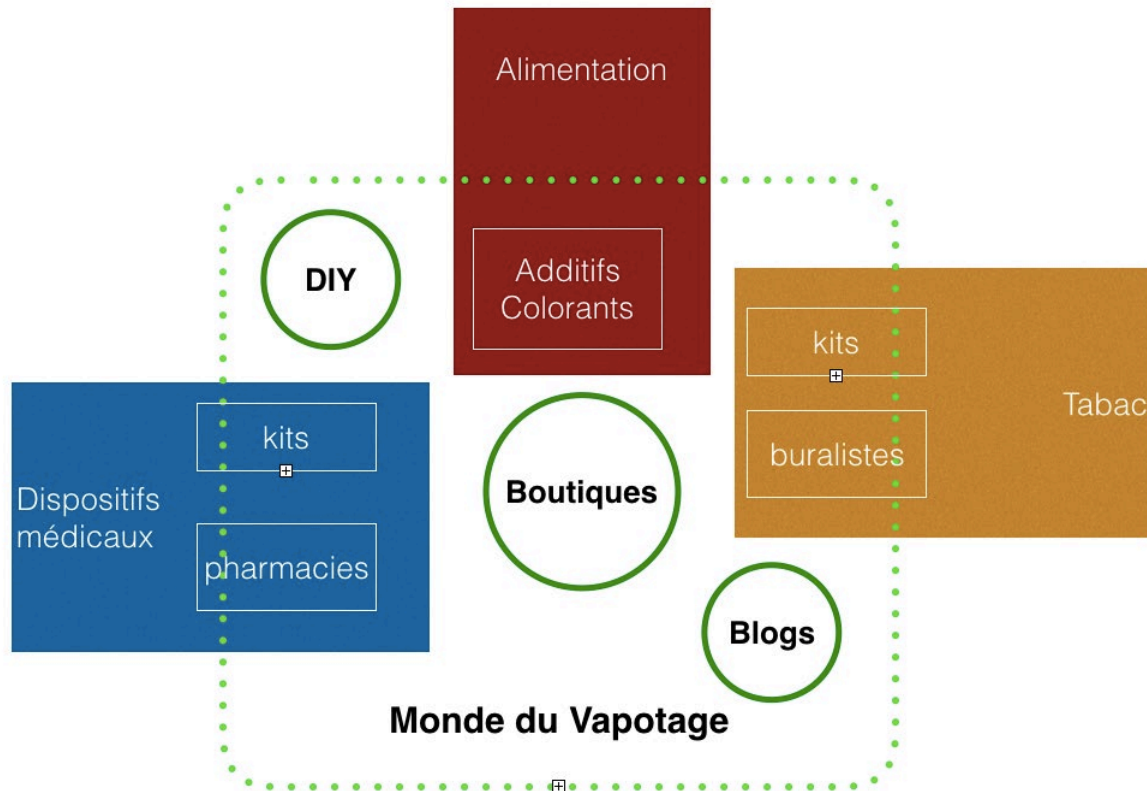
Cette question est revenue à plusieurs reprises dans l'analyse : on a vu que les acteurs se positionnaient fortement que ce soit dans l'espace de distribution, la forme des appareils, le type de réglementation à appliquer, les modèles de toxicité, la qualification des personnes (« vapofumeur »). Suivant la manière dont y répond, on se place dans un espace de possibles sur le plan réglementaire, technologique, consumériste.

Le tabac peut être un espace de référence, qu'il soit un repoussoir ou un guide. Les grands défenseurs de la PRR ne cessent de vouloir distinguer vapoteurs et fumeurs, pour valoriser les premiers au détriment des seconds, en pensant ainsi donner plus de chance à une sortie de l'usage du tabac. On a vu que la littérature scientifique sur la toxicité embarquait également cette référence par des approches comparatives. A l'inverse, Big Tobacco ou les buralistes, les vendeurs de cigalike font tout pour capter le marché des fumeurs en leur vendant « la même chose », sous une forme la moins différente possible. Et les autorités sanitaires, à travers l'effet passerelle ou la stigmatisation du « geste » dans la bataille de lieux assimilent les vapoteurs ou fumeurs.

A l'inverse, le vapotage peut être considéré comme totalement détaché de la référence tabagique, pour devenir un espace de plaisir dédié au cloud chasing, un lieu d'expérimentation gustatives et sensorielles ou encore un nouveau nexus de réglementations spécifiques. Certains défenseurs de la PRR soutiennent que c'est ce caractère détachable, y compris sur le plan toxicologique avec la variation du taux de nicotine, et de réinsertion sociale associée qui constitue la plus grande chance du sevrage. A l'inverse, les études scientifiques qui étudient la toxicité en soi ou les risques spécifiques du vapotage (pratique de DIY, vieillissement des liquides, produits de chauffage...) n'ont plus le « bénéfice » de l'abandon tabagique pour contrebalancer ces dangers.

### *d/ Deux cartographies des mondes de la vape*

Ces trois propriétés nous permettent de dessiner deux cartographies complémentaires des mondes de la vape. La première d'entre elles dessine les contours extérieurs de ce monde, dont les frontières ont été âprement fixées dans la TPD.

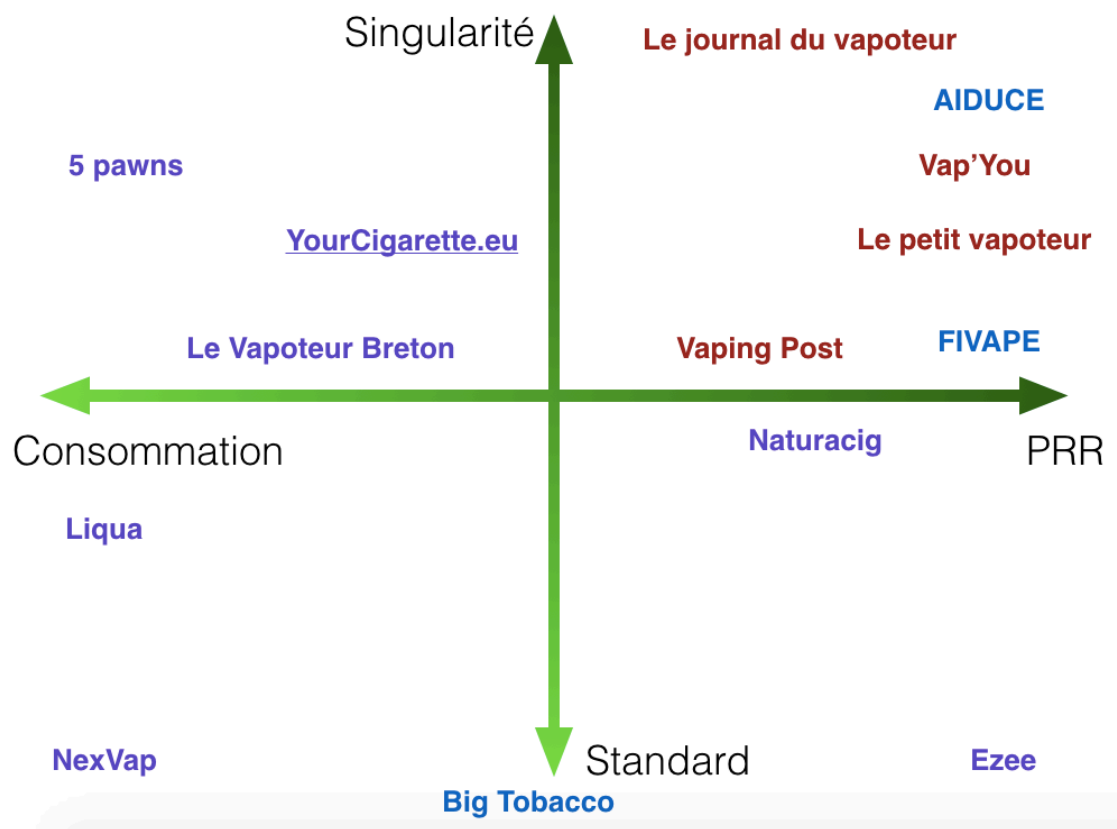


Elles ne sont néanmoins pas définies une fois pour toutes, d'où le choix des pointillés verts : la discussion sur le « geste », la volonté de Big Tobacco de faire des kits simples ressemblant aux cigarettes, sont autant d'attracteurs susceptible de confondre à nouveau tabagisme et vapotage. De même, les discussions sur le sevrage et la volonté d'expérimenter suivant des protocoles proches du médicament (produit standard, double aveugle...) menacent toujours l'autonomie ontologique du vapotage. Du côté des pratiques, ce sont les mêmes limites qui se posent concrètement, que ce soit dans les entreprises ou pour la répression des fraudes. Le pôle « alimentaire » n'est en revanche pas une menace, mais plutôt un point d'appui : les fabricants d'additifs ne souhaitent pas entrer sur ce marché du vapotage, mais fournissent aisément des composants et leur qualité « certifiée » permet souvent d'argumenter en faveur de régimes banalisés sur la question de la toxicité – laissant de côté la question du chauffage des dits

composants et de leur voie d'exposition respiratoire souvent non évaluée alors que les effets par ingestion sont bien documentés.

Au cœur de ce monde de la vape, on trouve trois éléments distinctifs qui soutiennent la vision d'autonomie. Premièrement, les boutiques – qui ne se consacrent qu'à ces produits, ne vendent ni tabac, ni substituts, sont partiellement représentées par la FIVAPE et partiellement alliées de l'AIDUCE : elles ne cessent de vanter le conseil aux consommateurs, le contrôle des produits. Deuxièmement, les blogs, dont on peut voir en annexe 3 que les plus gros sont également les plus militants d'une autonomie du vapotage, notamment vis-à-vis de Big Tobacco. Enfin, troisièmement, les pratiques et le matériel du DIY, vendus et vantés chez une grande partie des metteurs en marché, discutés sur les blogs, définissent le vapoteur comme un être profondément différent du fumeur, par la co-innovation, les modifications de pratique et l'expertise organoleptique ou technique.

Ces trois éléments-clés du monde du vapotage sont également des éléments de différenciation, qui permettent de dessiner une seconde carte des acteurs, prenant en compte les deux premières distinctions décrites dans cette conclusion.



Nous avons opposé sur le premier axe la dimension « consommation », dénué de tout aspect sanitaire – hors de la modalité « sécurité industrielle » décrite plus haut à une vision dominée



par la politique de réduction des risques. Sur le second axe, le produit standard s'oppose à la singularité quasi-totale des pratiques avancées de DIY.

En violet, nous avons indiqué des metteurs en marché typiques, dont on observe une distribution dans tout l'espace, sauf dans le quadrant en haut à droite. En bas, on retrouve différents vendeurs de kits, positionnés comme « sevrage » ou, à l'opposé, « plaisir », et plus on monte, plus on a affaire à des metteurs en marché valorisant des consommateurs avancés sur au moins une partie de leur site. Naturacig est un exemple prototypique de metteur en marché s'inscrivant sur les questions sanitaires, en vantant le bio face aux additifs chimiques des cigarettes.

En rouge, nous avons indiqué des blogs parmi les plus importants, tous situés dans le quadrant en haut à gauche, parce qu'ils assument un regard militant, indépendant de Big Tobacco, qu'ils critiquent de manière plus ou moins véhémente, et parce que les espaces de tests valorisent le plus souvent une expérience utilisateur variable. Le blog Vap'You est prototypique de ces espaces de discussion et de construction de doctrine autour de la vape. Nous n'avons pas distingué la dimension publicitaire de certains de ces blogs (voir annexe 3) et donc leurs liens commerciaux avec certains metteurs en marché.

Enfin, en bleu, nous avons indiqué trois regroupements d'acteurs dont le positionnement au constant tout au long de la période étudiée. D'un côté, Big Tobacco, qui cherche à déplacer/reproduire un marché standard, se positionnant de manière prudente sur les enjeux sanitaires ; de l'autre la FIVAPE et l'AIDUCE qui s'opposent à Big Tobacco et valorisent l'autonomie des pratiques de vape en mettant en scène la singularité, le conseil, l'expérience. Il est beaucoup plus délicat de placer de manière pérenne d'autres acteurs puisque leurs positions ont changé au cours du temps – typiquement le Pr. Dautzenberg.

Nous n'avons pas placé d'autres questions sanitaires sur cette carte, comme la question des mineurs ou la toxicologie des produits, parce qu'elles ne divisent pas réellement les acteurs des mondes de la vape. Il faut retenir de cette carte, comme du rapport, que les enjeux sanitaires ne sont pas centraux pour tous les acteurs, même si les plus militants et les plus visibles les portent. Et que certains d'entre eux, comme la toxicologie des produits, au cœur des préoccupations de l'ANSES, ne le sont pas nécessairement pour ces acteurs de la vape, hors du refus de telle ou telle substance, ou de l'adhésion à la « qualité des produits » comme étendard du professionnalisme des metteurs en marché.

## **8/ Perspectives**

L'étude menée à partir de la base VAPORISK, tout comme celle portant sur d'autres sources, se sont révélées extrêmement riches et nous ont permis de dégager les premiers éléments analytiques solides sur la mise en marché, l'évolution des controverses et les positionnements des acteurs. Mais elles ont également permis d'apercevoir des points aveugles par la découverte de questions structurelles à élucider sur le marché des e-liquides et de la vape.

En effet, nous avons montré que par le déplacement vers les produits semi-finis, la base VAPORISK ne représente aujourd'hui qu'une partie des produits utilisés, et que les dispositifs d'encadrements promulgués par la TPD ont été débordés. Cela conduit à un grand nombre de questions, puisque le risque pour les autorités publiques est de ne pas mesurer la réalité du marché, et encore moins des usages.

### **1/ Le rapport distancié à la réglementation**

Nous l'avons souligné à de nombreuses reprises, des produits et pratiques à la limite de la légalité sont promus et circulent à vaste échelle : toutes les pratiques de DIY qui existent à des degrés divers sur 90% des sites et qui sont valorisées dans les blogs, l'expédition transnationale sans déclaration, les e-liquide non-conformes, que ce soit pour leur bouteille ou leur contenance. Nous n'avons aucun moyen de connaître le poids économique de toutes ses pratiques, mais leur diffusion large, ouverte et internationale pèse en faveur d'une part non négligeable du marché.

### **2/ La réalité des processus d'approvisionnement et de transformation**

Des questions sur qui fabrique quoi, à partir de quels matériaux se posent principalement pour les fabricants à gamme réduite et les boutiques et artisans. Alors que les gros fabricants mettent en scène leur instrument de production, les metteurs en marché considérés sont beaucoup plus discrets à quelques exceptions près, comme Pipeline qui indique sur son site que High Class Liquid fabrique pour lui. Comme nous n'avons pas étudié le volet distribution en tant que tel, nous ignorons également les pratiques d'arrière-boutique en matière de mélange, reconditionnement ou autres « DIY de distributeur ».

### **3/ Les clients des fabricants à façon et l'importance de leur marché**

Symétriquement, c'est la place des fabricants à façon qui demeure incertaine : au vu de leurs sites web, ils semblent disposer de moyens industriels et humains très importants, ce qui impliquerait un grand nombre de clients et une part importante de la production. Non seulement nous n'avons pas de moyens de le vérifier, mais la discrétion de leur action fait partie prenante de leurs services.

#### **4/ Un processus de relocalisation en Europe ?**

La revendication de la « production nationale » par les fabricants à façon et l'insistance de nombreux metteurs en marché sur l'origine européenne ou nord-américaine souligne qu'au moins publiquement, on observe un rejet du « modèle chinois » en ce qui concerne les e-liquides (mais pas les dispositifs de vape), après les différentes alertes et affaires, largement commentées sur les blogs et sites spécialisés (diacétyl, parabène, taux de nicotine aléatoire, fraude à la consommation). Ce phénomène semble toucher les metteurs en marché chinois eux-mêmes puisque ceux-ci (Feel Life, Hangsen) affirment avoir ouvert des usines de production en Europe de l'Est.

#### **5/ Les raffinements du DIY**

Du côté des consommateurs, la mise à disposition généralisée de produits semi-finis moins chers et de matériel pour les manipuler entraîne certainement des effets d'apprentissage et une montée en compétence d'une partie d'entre eux. Il faudrait être en mesure, d'une part, de quantifier la part de consommateurs touchés par ce phénomène, d'autre part, de déterminer la gamme des pratiques de consommations ainsi créées. La construction d'un savoir sur des « utilisateurs standards », notamment en matière de sevrage ou de diminution de consommation tabagique, est aujourd'hui fortement critiquée, mais comment prendre en compte ces pratiques innovantes et leur éventuel effet en matière d'exposition et de consommation ?

#### **6/ L'innovation permanente ou la stabilisation d'un monde ?**

Les questions qui précèdent sont redoublées par des effets d'accélération temporelle. Nous avons souligné combien le cadre réglementaire a évolué sans résolution des controverses scientifiques. Mais nous avons également suggéré l'innovation permanente des dispositifs et e-liquides. Suivant la manière dont on la considère, on aboutit à des conclusions très différentes sur les possibilités de produire des connaissances scientifiques stabilisées. Soit on pense que chacune des variations considérées (composition des produits, concentration, température de chauffe...) devrait être prise en compte, et il semble impossible que « la science » ne rattrape jamais les usages ; soit on considère qu'on fait face à de simples effets combinatoires, que les cycles d'innovations vont se réduire, que la production va se concentrer chez un nombre limité d'acteurs, rendant « régulier » le vapotage.

### Annexe 1 : Metteurs en marché analysés

ADACT MEDICAL (FV)	<a href="http://www.friscovapor.com">http://www.friscovapor.com</a>	U.K.
Q-CIG	<a href="http://www.qcig.co.uk/">http://www.qcig.co.uk/</a>	U.K.
JT INTERNATIONAL SA	<a href="http://logicvapes.co.uk/">http://logicvapes.co.uk/</a>	Switzerland
Vašecigareta.cz, s.ro.	<a href="http://www.yourcigarette.eu">http://www.yourcigarette.eu</a>	Czech Republic
Nerudia Trading	<a href="http://nerudia.com">http://nerudia.com</a>	U.K.
Cuts Ice Ltd	<a href="http://www.cutsice.com">http://www.cutsice.com</a>	U.K.
Shenzhen Kangertech Technology Co., Ltd	<a href="http://kanger-tech.com/">http://kanger-tech.com/</a>	China
Flavour Warehouse Ltd.	<a href="https://www.vampirevape.co.uk/">https://www.vampirevape.co.uk/</a>	U.K.
Le Vap	<a href="http://demandvape.com">http://demandvape.com</a>	U.S.A.
Flavourtec Sp. z o.o.	<a href="http://flavourtec.net/">http://flavourtec.net/</a>	Poland
RITCHY EU s.r.o.	<a href="http://www.liqua.fr">www.liqua.fr</a>	Czech Republic
Wolfpack Wholesale Inc	<a href="http://wolfpackwholesale.com/">wolfpackwholesale.com/</a>	U.K.
ELDA Ltd.	<a href="http://www.elda.hr">http://www.elda.hr</a>	Croatia
Fullview	<a href="http://www.welovesyou.com">www.welovesyou.com</a>	Hong Kong
Xyfil LTD	<a href="http://xyfil.com/">http://xyfil.com/</a>	U.K.
East Coast Liquids	<a href="http://www.eastcoastliquids.com">http://www.eastcoastliquids.com</a>	U.S.A.
Shoreditch	<a href="http://vapeshoreditch.com">vapeshoreditch.com</a>	U.K.
PIPELINE GmbH	<a href="http://pipeline-store.fr">pipeline-store.fr</a>	Germany
Polyflame Europe SAS	<a href="http://www.polyflame.com">http://www.polyflame.com</a>	France
Dean & Simmons	<a href="http://www.deansimmons.com">http://www.deansimmons.com</a>	Luxembourg
Happy People GmbH	<a href="http://happy-liquid.com">happy-liquid.com</a>	Germany

Joh. Wilh. von Eicken GmbH	<a href="http://www.von-eicken.com">http://www.von-eicken.com</a>	Germany
Space Jam Juice LLC	<a href="http://spacejamjuice.com">spacejamjuice.com</a>	U.S.A.
Ripe Vapes, Inc.	<a href="http://www.ripevapes.com">www.ripevapes.com</a>	U.S.A.
Fontem Ventures B.V.	<a href="http://www.blu.com">www.blu.com</a>	Netherlands
Changning Dekang Biotechnology Co., Ltd.	<a href="http://www.dekangbio.com">http://www.dekangbio.com</a>	China
V JUICE E LIQUID LTD	<a href="http://vjuiceeliquid.co.uk">vjuiceeliquid.co.uk</a>	U.K.
Nicopure Labs LLC	<a href="http://www.nicopure.com">www.nicopure.com</a>	U.S.A.
Nicoventures Trading Limited	<a href="https://www.govype.com/fr/">https://www.govype.com/fr/</a>	U.K.
Joyetech Spain SLU	<a href="http://www.joyetech.com/">http://www.joyetech.com/</a>	Spain
myvapors Europe	<a href="http://www.myvapors.com">http://www.myvapors.com</a>	France
Avoria GmbH	<a href="http://www.avoria-liquids.de">www.avoria-liquids.de</a>	Germany
KVASS Inc	<a href="https://kvassinc.com/">https://kvassinc.com/</a>	U.S.A.
Vapourlites	<a href="http://www.vapourlites.com">www.vapourlites.com</a>	U.K.
VapourCore Wholesale Limited	<a href="http://www.vapourcore.com">http://www.vapourcore.com</a>	U.K.
EURYTHMOS Consultants Ltd	<a href="http://www.mixnmatcheliquids.com">http://www.mixnmatcheliquids.com</a>	Cyprus
RVG Distribution Limited	<a href="https://www.rvqdistribution.com/">https://www.rvqdistribution.com/</a>	Canada
SRNHorizon	<a href="http://www.diamondmist.co.uk/">http://www.diamondmist.co.uk/</a>	U.K.
AROMANCE	<a href="http://aromance-france.com/">http://aromance-france.com/</a>	France
Efuma Aps	<a href="http://efuma.com">http://efuma.com</a>	Denmark
Cali Steam LLC	<a href="http://www.calisteam.com">www.calisteam.com</a>	U.S.A.
Vivdvapes Ltd	<a href="http://www.vivdvapes.co.uk">http://www.vivdvapes.co.uk</a>	U.K.

ECO VAPE LIMITED	<a href="http://www.eco-vape.uk/">http://www.eco-vape.uk/</a>	U.K.
eCig Hellas	<a href="http://www.ecig.eu">www.ecig.eu</a>	Greece
Five Pawns	<a href="http://fivepawns.com">fivepawns.com</a>	U.S.A.
Sky Throne	<a href="http://truvape.co.uk">truvape.co.uk</a>	U.K.
INAWERA DOT COM Sp. z o.o Spółka Komandytowa	<a href="http://www.inawera.com">http://www.inawera.com</a>	Poland
Vapor Shark, Inc	<a href="http://www.vaporshark.com">http://www.vaporshark.com</a>	U.S.A.
FIS Group GmbH	<a href="http://www.vapor-giant.com">http://www.vapor-giant.com</a>	Austria
V.F.P FRANCE	<a href="http://shop.nova-liquides.com">http://shop.nova-liquides.com</a>	France
Flavourart Srl	<a href="http://www.flavourart.fr">http://www.flavourart.fr</a>	Italy
Liquid Sciences	<a href="http://liquidsciences.com">http://liquidsciences.com</a>	U.S.A.
Nexvap Limited	<a href="http://www.nexvap.com">http://www.nexvap.com</a>	U.K.
Ezee Products LTD	<a href="http://www.ezee-e.co.uk">www.ezee-e.co.uk</a>	U.K.
Concept Liquids Ltd	<a href="http://www.conceptliquids.com">http://www.conceptliquids.com</a>	U.K.
Druid's Brew Ltd	<a href="https://thedruidsbrew.co.uk/">https://thedruidsbrew.co.uk/</a>	U.K.
Valeo GmbH	<a href="http://www.e-liquid-wholesale.com">http://www.e-liquid-wholesale.com</a>	Germany
Equits Limited	<a href="http://www.lonjas.co.uk">http://www.lonjas.co.uk</a>	U.K.
PANAGIOTOPOULOS I. PANAGIOTIS AND CO LP	<a href="http://atmoslab.com">http://atmoslab.com</a>	Greece
Vape Manufacturing Labs, Inc	<a href="http://www.vmlinc.com">http://www.vmlinc.com</a>	U.S.A.
Kleargrade LTD	<a href="http://firefog-eliquid.com">http://firefog-eliquid.com</a>	U.K.
AKIVA	<a href="http://liquideo.fr">http://liquideo.fr</a>	France
Bad Drip	<a href="http://baddriplabs.com">http://baddriplabs.com</a>	U.S.A.

Ignight Ltd	<a href="http://tmax-juices.co.u">tmax-juices.co.u</a>	U.K.
GAIATREND	<a href="http://www.gaiatrend.fr">www.gaiatrend.fr</a>	France
CHARLIES CHALK DUST	<a href="http://charlieschalkdust.com">charlieschalkdust.com</a>	U.S.A.
Hangsen Sp. z o.o.	<a href="http://www.hkhangsen.com">http://www.hkhangsen.com</a>	Poland
Vape GmbH	<a href="http://www.hisvape.info/">http://www.hisvape.info/</a>	Germany
GG Enterprises ltd	<a href="https://www.gg-goldengreek.com/">https://www.gg-goldengreek.com/</a>	Malta
ARC Distribution LLC	<a href="http://www.arcdistro.com">http://www.arcdistro.com</a>	U.S.A.
SmokerStore GmbH	<a href="http://shop.smokerstore.de/">http://shop.smokerstore.de/</a>	Germany
Kilo ELiquid INC.	<a href="http://www.kiloeliquids.com">www.kiloeliquids.com</a>	U.S.A.
C Liquide France	<a href="http://cliquide.com">http://cliquide.com</a>	France
Triton Dtribution	<a href="https://www.tritondistribution.com">https://www.tritondistribution.com</a>	U.K.
Cosmic Fog Vapors LCC	<a href="http://www.cosmicfogvapors.com">www.cosmicfogvapors.com</a>	U.S.A.
SMOOKIES/SAVOUREA	<a href="http://www.savourea.fr">http://www.savourea.fr</a>	France
BSMW	<a href="http://www.blendandbottle.com">http://www.blendandbottle.com</a>	U.K.
IVPS TECHNOLOGY UK CO., LTD	<a href="http://www.smoktech.com">http://www.smoktech.com</a>	U.K.
LA 47e HEURE	<a href="http://www.thenancara.com">http://www.thenancara.com</a>	France
PowerCigs Ltd.	<a href="https://www.powercigs.net/">https://www.powercigs.net/</a>	Germany
LABORATOIRES PHODE	<a href="http://www.phodesense.com">http://www.phodesense.com</a>	France
DROPS E-LIQUID SL	<a href="http://en.dropseliquids.com">http://en.dropseliquids.com</a>	Spain
Element E-Liquids LTD	<a href="https://www.elementeliquids.com/">https://www.elementeliquids.com/</a>	U.K.
Tiny Tony GmbH	<a href="http://www.tzig.com">http://www.tzig.com</a>	Germany

VEM DISTRIBUTION	<a href="https://www.ecwid.com/store/vapeempire/">https://www.ecwid.com/store/vapeempire/</a>	Malaysia
Steamworks Tech Ltd	<a href="https://steamworks.cc/">https://steamworks.cc/</a>	U.K.
Oplus Technology Ltd	<a href="http://www.oplus.co/">http://www.oplus.co/</a>	China
Zeus Juice Ltd	<a href="http://www.zeusjuiceuk.com">http://www.zeusjuiceuk.com</a>	U.K.
NATURACIG	<a href="http://www.naturacig.com">www.naturacig.com</a>	France
INNOVATIVE	<a href="http://www.sogood-eliquid.f">www.sogood-eliquid.f</a>	France
Aroma Sense	<a href="http://aromasense.fr">http://aromasense.fr</a>	France
Alter Smoke	<a href="http://www.altersmoke.com">http://www.altersmoke.com</a>	France
E-RAG	<a href="http://thefuu.com">http://thefuu.com</a>	France
AUVERGNE PHYTO sas	<a href="http://flavour-power.com">http://flavour-power.com</a>	France
JFT Co.,Ltd.	<a href="http://www.justfog.com">http://www.justfog.com</a>	Korea
VAPE Arymi	<a href="http://www.arymi.com">www.arymi.com</a>	China
EXTRA-PURE	<a href="http://extrapure.fr/">http://extrapure.fr/</a>	France
Zerspanungstechnik Adrian e.K	<a href="http://www.steampipes.de">http://www.steampipes.de</a>	Germany
Hardcorevapers B.V.	<a href="http://hardcorevapers.com">http://hardcorevapers.com</a>	Netherlands
cigtronica ltd	<a href="http://cigtronica.co.uk/">http://cigtronica.co.uk/</a>	U.K.
JWELL France	<a href="http://www.j-well.fr">http://www.j-well.fr</a>	France
BIO CONCEPT / CONCEPTA-ROME	<a href="http://www.bio-concept-pharma.com">http://www.bio-concept-pharma.com</a>	France
Ramina Shirazi	<a href="http://www.hollywoodvapelabs.com">www.hollywoodvapelabs.com</a>	Canada
dicodes GmbH digital controlled devices	<a href="http://www.dicodes-mods.com/">http://www.dicodes-mods.com/</a>	Germany
Sonrisa	<a href="http://www.sonrisa-smile.com">www.sonrisa-smile.com</a>	France



Le Vapoteur Breton	<a href="http://www.levapoteurbreton.fr">http://www.levapoteurbreton.fr</a>	France
SARL CIGATEC	<a href="http://cigatec.com">cigatec.com</a>	France
ALP-LIQ SA	<a href="http://alpliq.com">http://alpliq.com</a>	Switzerland
BFL	<a href="http://www.eleafworld.com">http://www.eleafworld.com</a>	France
FRANCOVAPE SAS	<a href="http://francovape.com">http://francovape.com</a>	France
Sélectarôme	<a href="http://www.selectarome.com">http://www.selectarome.com</a>	France
Shenzhen Noto-Tech Electronics Co., Ltd	<a href="http://www.noto-tech.com/">http://www.noto-tech.com/</a>	China
13th Floor Elevapors	<a href="http://www.13thfloorelevapors.com">http://www.13thfloorelevapors.com</a>	U.S.A.
FEEL LIFE CO., LIMITED	<a href="http://www.feellife.com">http://www.feellife.com</a>	China
CIGTRONIC	<a href="http://www.cigtronic.fr/">http://www.cigtronic.fr/</a>	France
VAPONAUTE	<a href="https://vaponaute.com">https://vaponaute.com</a>	France
SAS GREEN LIQUIDES	<a href="http://www.green-liquides.com">http://www.green-liquides.com</a>	France
SUNNY SMOKER	<a href="http://sunnysmoker.fr">http://sunnysmoker.fr</a>	France
Flawless Vape Labs LTD	<a href="http://litejoy.co.uk">litejoy.co.uk</a>	U.K.
DELIFICA SAS	<a href="http://www.flavor-hit.com">http://www.flavor-hit.com</a>	France
SARL QUE DU BON AIR	<a href="http://www.quedubonair.com">http://www.quedubonair.com</a>	France
BOCA AROMATIC SRL	<a href="http://www.bocaromatic.com">http://www.bocaromatic.com</a>	Italy
Von Erl GmbH	<a href="http://www.vonerl.com">http://www.vonerl.com</a>	Austria
AIROMIA	<a href="http://www.airomia.com">http://www.airomia.com</a>	France
DEA Flavor s.r.l.	<a href="http://deaflavor.com">http://deaflavor.com</a>	Italy
Glas LLC	<a href="http://glasvapor.com">glasvapor.com</a>	U.S.A.

LE PETIT VAPOTEUR	<a href="https://www.lepetitvapoteur.com">https://www.lepetitvapoteur.com</a>	France
iBliss Inc	<a href="https://iblissvapor.com">https://iblissvapor.com</a>	U.S.A.
LYC INDUSTRIE	<a href="http://www.lyc-lab.com">www.lyc-lab.com</a>	France
Global Tobacco, LLC	<a href="https://www.x2ovapes.com">https://www.x2ovapes.com</a>	U.S.A.
Laboratoire Cosmer	<a href="http://laboratoire-cosmer.fr">http://laboratoire-cosmer.fr</a>	France
Arbi Group Srl	<a href="http://www.categoriacigarette.com">http://www.categoriacigarette.com</a>	Italy
E-Liquide SARL	<a href="http://www.e-liquide.com">http://www.e-liquide.com</a>	France
Laboratoires AEROMA SAS	<a href="http://aeroma.fr/">http://aeroma.fr/</a>	France
REPUBLIC TECHNOLOGIES FRANCE	<a href="http://republic-technologies.com">http://republic-technologies.com</a>	France
KAB Global Distribution	<a href="http://www.kabgd.com">http://www.kabgd.com</a>	U.K.
VECTEUR SANTE	<a href="http://www.vecteur-sante.com">http://www.vecteur-sante.com</a>	France
Manabush	<a href="https://manabush.com">https://manabush.com</a>	U.K.
Jammes Hugo	<a href="https://www.evaps.fr/">https://www.evaps.fr/</a>	France
Draco Vapors LLC	<a href="https://dracovapors.com/">https://dracovapors.com/</a>	U.S.A.
Valmont trading s.r.o.	<a href="http://topcigars.eu/">http://topcigars.eu/</a>	Czech Republic
CleanVaping	<a href="https://cleanvaping.de/">https://cleanvaping.de/</a>	Germany
HEAVEN GIFTS IRELAND CO., LIMITED	<a href="https://www.heavengifts.com/">https://www.heavengifts.com/</a>	Ireland
LDF-D'LICE	<a href="http://www.dlice.fr">http://www.dlice.fr</a>	France
VAP FIP, S.C.P	<a href="http://www.vapfip.com/">http://www.vapfip.com/</a>	Spain
Vapour Labs Ltd	<a href="https://www.vapouriz.co.uk/">https://www.vapouriz.co.uk/</a>	U.K.
Sub Ohm Juice Ltd	<a href="http://www.subohmjuice.com/">http://www.subohmjuice.com/</a>	U.K.

Meet Harmony Limited	<a href="http://kanlab.org/">http://kanlab.org/</a>	U.K.
Tobacco Brewery Limited	<a href="http://www.vape-house.com">www.vape-house.com</a>	Malta
PUR E-LIQUIDE	<a href="http://pureliquide.fr">http://pureliquide.fr</a>	France
Shenzhen Smoore Technology Limited	<a href="http://www.smoorecig.com">http://www.smoorecig.com</a>	China
BandZ Srl	<a href="http://www.bandz-srl.eu">http://www.bandz-srl.eu</a>	Italy
DeOro Srls	<a href="http://www.deoroliiquid.com">http://www.deoroliiquid.com</a>	Italy
TNT VAPE D.O.O	<a href="http://tnt-vape.com/">http://tnt-vape.com/</a>	Croatia
Gilla Operations Europe S.R.O.	<a href="http://gilla.com">http://gilla.com</a>	Slovakia
VMR CZ, s.r.o.	<a href="http://www.vapour2.eu">www.vapour2.eu</a>	Czech Republic
Innova SAS	<a href="http://www.nhoss.com">http://www.nhoss.com</a>	France
Feal GmbH	<a href="http://vape-distribution.de">http://vape-distribution.de</a>	Germany
UK vape Suplies LTD	<a href="https://www.ukvapesupply.co.u">https://www.ukvapesupply.co.u</a>	U.K.
THEODOROU DIM PSY- CHOGYIOPOULOS AN OE	<a href="http://www.atmizoo.com">www.atmizoo.com</a>	Greece
Perfection and Collection	<a href="http://percolle.nl/">http://percolle.nl/</a>	Netherlands
Sigelei UK Limited	<a href="http://sigelei.com">http://sigelei.com</a>	U.K.
Toutatis	<a href="http://mecaniquesdesfluides.fr">http://mecaniquesdesfluides.fr</a>	France
UK Electronic Cigarette LTD	<a href="http://wolfpackwholesale.com">wolfpackwholesale.com</a>	U.K.
Verdict Vapors, LLC	<a href="http://www.verdictvapors.com">www.verdictvapors.com</a>	U.S.A.
SARL ALAV	<a href="http://cig-access-pro.com">http://cig-access-pro.com</a>	France
SAS SAPORES	<a href="http://www.myvap.fr">http://www.myvap.fr</a>	France
Vape Base Ltd	<a href="https://www.vapebase.co.uk/">https://www.vapebase.co.uk/</a>	U.K.

Premium Labs	<a href="http://premiumlabs.com">http://premiumlabs.com</a>	Canada
The Ark	<a href="http://theark.es">http://theark.es</a>	Spain
DCG Brands Limited	<a href="http://www.thedripclub.com">http://www.thedripclub.com</a>	U.K.
Schwartz E Liquid -USA VApe Lab	<a href="http://www.usavapelab.com">http://www.usavapelab.com</a>	U.S.A.
Kimree Holdings (HK) Co., Limited	<a href="http://www.kimsun.com/">http://www.kimsun.com/</a>	China
AEKSANG KOREA CO.LTD	<a href="http://www.e-liq.co.kr">http://www.e-liq.co.kr</a>	Korea (Republic of)
Lavinia Zhang	<a href="http://arteryvapor.com">arteryvapor.com</a>	China
Webjee SAS	<a href="http://www.cloudvapor.com">http://www.cloudvapor.com</a>	France
Shenzhen Ehpro Technology Co., Ltd.	<a href="http://www.szehpro.com/">http://www.szehpro.com/</a>	China
Dough Boys Vaped Goods	<a href="http://www.diamond-vapor.com">http://www.diamond-vapor.com</a>	U.S.A.
Coastal Clouds LLC	<a href="https://coastalcloudsco.com/">https://coastalcloudsco.com/</a>	U.S.A.
Buckshot Vapors	<a href="https://chemular.com/">https://chemular.com/</a>	U.S.A.
CuttWood LLC	<a href="http://www.cuttwood.com">www.cuttwood.com</a>	U.S.A.
ShenZhen Woody Vapes Technology Co.,Ltd.	<a href="http://woodyvape.com/">http://woodyvape.com/</a>	China
UFATRADER LTD	<a href="http://shop.ufatrader.com/">http://shop.ufatrader.com/</a>	U.K.
SmartCigs Limited	<a href="http://prohibitionvapes.co.uk/">http://prohibitionvapes.co.uk/</a>	U.K.
Real Farma Srl	<a href="https://www.facebook.com/Real-Farma-France-791731134274051/">https://www.facebook.com/Real-Farma-France-791731134274051/</a>	Italy
Sigel Srl	<a href="http://www.suprem-e.com">www.suprem-e.com</a>	Italy
VAPOCLOPE	<a href="https://www.vapoclope.fr/">https://www.vapoclope.fr/</a>	France
JASPER TECHNOLOGY SPOLKA Z O. O.	<a href="http://www.hkhangsen.com">http://www.hkhangsen.com</a>	Poland
DISTRIVAPES	<a href="http://www.distrivapes.fr/">http://www.distrivapes.fr/</a>	France

HOOLOO INC.	<a href="http://www.hooloo.com/">http://www.hooloo.com/</a>	U.S.A.
EDENVAPE	<a href="http://www.edenvape.fr">http://www.edenvape.fr</a>	France
SASU VAPEOLOGY	<a href="http://www.vapeology-distribution.com">http://www.vapeology-distribution.com</a>	France
VDLV	<a href="http://vdlv.fr">http://vdlv.fr</a>	France
Shenzhen LFS Medical Device Co., Ltd	<a href="http://lfsmedical.com">http://lfsmedical.com</a>	China
ALD GROUP LIMITED	<a href="http://www.aldcigarette.com/">http://www.aldcigarette.com/</a>	China
Vaptio GmbH	<a href="https://vaptio.com/">https://vaptio.com/</a>	Germany
Simple Vape Company	<a href="http://simplevapeco.com">simplevapeco.com</a>	U.K.
FABIANO	<a href="http://www.purvapor.fr/">http://www.purvapor.fr/</a>	France
Vapotarome Fashion	<a href="http://www.vapotarome.fr">http://www.vapotarome.fr</a>	France
Lost Art Liquids, LLC	<a href="http://www.lostartliquids.com">www.lostartliquids.com</a>	U.S.A.
Enovap	<a href="http://www.enovap.com">www.enovap.com</a>	France
Feel Life Co., Limited	<a href="http://www.feellife.com/">http://www.feellife.com/</a>	China
SECLA	<a href="http://www.ekomscig.com/">http://www.ekomscig.com/</a>	France
Electronic Cigarettes Europe Ltd.	<a href="http://dansmoke.com">dansmoke.com</a>	U.K.
Vapour International d.o.o.	<a href="http://www.ribilio.com">http://www.ribilio.com</a>	Croatia
GS International Trading LTD	<a href="http://www.gsdistribution.co.uk">http://www.gsdistribution.co.uk</a>	U.K.
Strawberry Queen	<a href="http://www.strawberryqueen.com">http://www.strawberryqueen.com</a>	U.S.A.
Pro Vape Ltd	<a href="http://www.provape.com/">http://www.provape.com/</a>	Latvia
LABORATOIRE LIPS FRANCE	<a href="http://www.lefrenchliquide.com">http://www.lefrenchliquide.com</a>	France
E-breeze LTD	<a href="http://e-breeze1.co.uk">http://e-breeze1.co.uk</a>	U.K.

AU VAPOTISTE	<a href="http://www.bourgogne-vap.com/">http://www.bourgogne-vap.com/</a>	France
SV PACKAGING	<a href="http://www.saveurvape.com">www.saveurvape.com</a>	U.S.A.
PROPHET PREMIUM BLENDS	<a href="http://www.prophetpremium.com">http://www.prophetpremium.com</a>	U.K.
BOMB SAUCE	<a href="http://unifiedvape.com">http://unifiedvape.com</a>	U.S.A.
DKS Eliquid GmbH	<a href="http://www.dkseliquid.com">http://www.dkseliquid.com</a>	Germany
SARL NEOPRO	<a href="http://www.cigaroma.fr">http://www.cigaroma.fr</a>	France
Morris & Green Ltd	<a href="http://www.morrisgreen.co.uk">http://www.morrisgreen.co.uk</a>	U.K.
Cube Trading	<a href="http://www.eliquide-xplorer.com">http://www.eliquide-xplorer.com</a>	France
SHENZHEN UNITOPCN TECHNOLOGY CO.,LIMITED	<a href="http://vstormecig.com/">http://vstormecig.com/</a>	China
Shenzhen Augvape Industrial Co.,Ltd	<a href="http://www.augvape.com/">http://www.augvape.com/</a>	U.K.
SHENZHEN FREEMAX TECH.CO.,LTD	<a href="http://freemaxvape.com">http://freemaxvape.com</a>	China
KJC France SAS	<a href="http://www.olalavape.fr">http://www.olalavape.fr</a>	France
Shenzhen Smoant Technology Co., Ltd	<a href="http://smoant.com/">http://smoant.com/</a>	China
Cafe Racer Vape	<a href="http://www.caferacervape.com">www.caferacervape.com</a>	U.S.A.
IDEAL V	<a href="http://www.vape-institut.fr/">http://www.vape-institut.fr/</a>	France
PGVG LABS	<a href="http://pgvg-labs.com">http://pgvg-labs.com</a>	Canada
SHENZHEN MINGJIETONG TECHNOLOGY CO.,LTD	<a href="http://www.mjtecig.com/">http://www.mjtecig.com/</a>	China
Hands Hong Kong Corporation Limited	<a href="http://handsgroups.com">http://handsgroups.com</a>	Hong Kong
DRIPMORE LLC	<a href="http://dripmore.com">dripmore.com</a>	U.S.A.
SOLUBAROME	<a href="http://www.solubarome.f">www.solubarome.f</a>	France
VAPOSFER	<a href="http://vaposfer.com">vaposfer.com</a>	Switzerland

VAP'POTES	<a href="http://www.vap-potes.fr">http://www.vap-potes.fr</a>	France
Heaven Gifts Germany GmbH	<a href="https://www.heavengifts.com/">https://www.heavengifts.com/</a>	Germany
LCA DISTRIBUTION	<a href="http://www.lca-distribution.com">www.lca-distribution.com</a>	France
SNAP Liquids Distribution Ltd	<a href="http://www.kabgd.com/">http://www.kabgd.com/</a>	U.K.
Comunica Concept	<a href="http://www.selectarome.com/fr/">http://www.selectarome.com/fr/</a>	France
DIY AND VAP	<a href="http://www.selectarome.com">selectarome.com</a>	France
Dotmod Inc	<a href="https://dotmod.com/">https://dotmod.com/</a>	U.S.A.
Terrible Cloud SARL	<a href="http://www.terrible-cloud.com">www.terrible-cloud.com</a>	France
SHENZHEN SMISS TECHNOLOGY CO., LTD	<a href="http://www.smisscigarette.com">http://www.smisscigarette.com</a>	China
TEVAP	<a href="http://www.tevap.fr">http://www.tevap.fr</a>	France
NAFIS NIAGA RESOURCES	<a href="http://godfather.my/">http://godfather.my/</a>	Malaysia
KREEMA	<a href="http://www.espacevap.com">www.espacevap.com</a>	France
JPC	<a href="http://blog.e-clopmania.com">http://blog.e-clopmania.com</a>	France
savage e-liquids	<a href="http://www.savageeliquid.com">http://www.savageeliquid.com</a>	U.S.A.
ULTIMAX	<a href="http://www.abalon-liquides.fr">http://www.abalon-liquides.fr</a>	France
Mr & Mrs VAPE	<a href="http://www.mr-mrs-vape.com">www.mr-mrs-vape.com</a>	France
Nicodam Trading	<a href="http://www.highvaping.com">www.highvaping.com</a>	France
AIRMUST	<a href="http://airmust.com">http://airmust.com</a>	France
ELIQUID France PHARM_LUX	<a href="http://www.eliquid-france.com">http://www.eliquid-france.com</a>	France
LE VAPORIUM	<a href="http://www.levaporium.fr">www.levaporium.fr</a>	France
LES JUS DE NICOLE	<a href="http://recy-clope.com/">http://recy-clope.com/</a>	France

VAPOLIQUE	<a href="http://vapolique.fr">http://vapolique.fr</a>	France
NEWhere Liquids	<a href="http://www.newhere.com">www.newhere.com</a>	U.S.A.
Pfeifen-Heinrichs-Peter Heinrichs KG	<a href="http://www.peterheinrichs.de">http://www.peterheinrichs.de</a>	Germany
APIVAP	<a href="https://fr-fr.facebook.com/www.apivap.fr/">https://fr-fr.facebook.com/www.apivap.fr/</a>	France
E-INTENSE SARL	<a href="http://www.e-liquide-gold.fr/">http://www.e-liquide-gold.fr/</a>	France
OCEANYDE	<a href="http://oceanyde.com">http://oceanyde.com</a>	France
Shenzhen meihe dianzi youxian-gongsi	<a href="http://lovaper.com">http://lovaper.com</a>	China
BAR A BRUME	<a href="http://www.barabrume.fr">www.barabrume.fr</a>	France
Vasileios Papakonstantinou ESG	<a href="http://www.esmokeguru.com">www.esmokeguru.com</a>	Greece
LEVEST-ROYKIN	<a href="http://www.roykin.fr">www.roykin.fr</a>	France
DanSmoke Europe Ltd.	<a href="https://dansmoke.com/">https://dansmoke.com/</a>	Ireland
L'ATELIER DU VAPOTEUR	<a href="http://www.latelier-du-vapoteur.com">www.latelier-du-vapoteur.com</a>	France
ELSASS FUNKY JUICE	<a href="http://www.elsass-funky-juice.fr/">http://www.elsass-funky-juice.fr/</a>	France
Lachesis	<a href="http://www.503-eliquids.fr">www.503-eliquids.fr</a>	France
KAPALINA	<a href="http://www.kapalina.fr">http://www.kapalina.fr</a>	France
Milddream	<a href="http://www.milddream.com">http://www.milddream.com</a>	France
solana	<a href="http://www.solana-eliquides.fr/">http://www.solana-eliquides.fr/</a>	France
LCC DISTRIBUTION	<a href="http://www.vapindigo.com">http://www.vapindigo.com</a>	France
VAPOTROTTER	<a href="http://www.vapotrotter.site-fr.fr">http://www.vapotrotter.site-fr.fr</a>	France
BIOCOMPANY	<a href="http://www.lab-biocompany.com">http://www.lab-biocompany.com</a>	France
DATA SMOKE	<a href="http://www.data-smoke.com">www.data-smoke.com</a>	France



BELGIAN JUICE	<a href="http://www.belgianjuice.com">http://www.belgianjuice.com</a>	Belgium
Liquid'Arom Distribution	<a href="http://www.liquidarom-distribution.com">http://www.liquidarom-distribution.com</a>	France
Shenzhen Eigate Technology Co. LTD	<a href="http://www.aspirecig.com/">http://www.aspirecig.com/</a>	China
RIWATEL	<a href="http://www.altipro.fr">http://www.altipro.fr</a>	France
Shenzhen S-body Electronics Technology Co., Ltd	<a href="http://sbodytech.com">http://sbodytech.com</a>	China
CIGUSTO-HDDB HOLDING	<a href="http://www.cigusto.com">http://www.cigusto.com</a>	France
Shenzhen Uwell Technology Co., Ltd.	<a href="https://myuwell.com/">https://myuwell.com/</a>	China
CLAUDE HENAUX	<a href="http://www.claudehenauxparis.com">www.claudehenauxparis.com</a>	France
SARL ADAR INNOVATIONS	<a href="http://www.edsilver.fr">www.edsilver.fr</a>	France
Cigartex	<a href="http://www.cigartexinternational.com">http://www.cigartexinternational.com</a>	France
OFFICINE SVAPO SRL	<a href="http://www.officinesvapo.eu">www.officinesvapo.eu</a>	Italy
Steep Vapors	<a href="http://www.steeppvapors.com">http://www.steeppvapors.com</a>	U.S.A.
Puff Vapors LLC	<a href="http://www.puffvaporslv.com">www.puffvaporslv.com</a>	U.S.A.
VANDYVAPE Technology Co., LTD	<a href="http://vandyvape.com/">http://vandyvape.com/</a>	China
IVAPOTE	<a href="http://www.ivapote.fr">http://www.ivapote.fr</a>	France
Cloud Works Distribution	<a href="https://www.cloudworksdistribution.com/">https://www.cloudworksdistribution.com/</a>	U.S.A.
Debangstix UK LTD	<a href="http://debangstix.co.uk">debangstix.co.uk</a>	U.K.
INNOCENT CLOUD	<a href="http://innocentcloud.com">innocentcloud.com</a>	France
Zhangshan eda commerce Co., Ltd.	<a href="http://www.edazone.com">www.edazone.com</a>	China
Digital smoke supplies	<a href="http://www.digitalsmokesupplies.com">www.digitalsmokesupplies.com</a>	Canada
Shenzhen Hcigar Technology Co., Ltd	<a href="http://hcigar.com/">http://hcigar.com/</a>	China

SV3 LLC	<a href="http://smokingvapor.com">smokingvapor.com</a>	U.S.A.
MILLESIME	<a href="http://www.liquide-millesime.fr">http://www.liquide-millesime.fr</a>	France
SHENZHEN HENGSHIJIAN TECH CO.,LTD	<a href="http://hengshijian.com/">http://hengshijian.com/</a>	China
O-SMOKE	<a href="http://www.osmoke.fr">http://www.osmoke.fr</a>	France
K and C Aitken LLC	<a href="http://elysianlabs.co">elysianlabs.co</a>	U.S.A.
Vapour grade LTD	<a href="http://www.frumist.com">www.frumist.com</a>	U.K.

## Annexe 2 : Metteurs en marché sans site

Eden Mods Ltd	U.K.
High-Class-Liquid	Germany
SHENZHEN INNOKIN TECHNOLOGY CO., LTD	China
Essentra Filter Products	U.K.
P-VAPER LTD	U.K.
Go For It Trading Limited	U.K.
M+V Electronics GmbH	Germany
StattQualm GmbH	Swit- zerland
Kapoor	Germany
Artur Schwarze Technische Produkte	Germany
VEM DISTRIBUTIONS SDN BHD	Malaysia
TECHNALYS	France
Zhuhai Youde Technology Co., Ltd.	China
TYV Limited	U.K.
LABORATOIRE FRANCAIS INDUSTRIEL	France
Eurovapera GmbH	Germany
Take a Breath/BordO2	France
Zcreation Sdn Bhd	Malaysia
Laboratoires Cérés	France
Ovale Poland Spolka Zoo	Poland
Rebecca vapour LLC	U.S.A.

S.A.S. AUVERGNE PHYTO	France
REF	France
Azhad's Elixirs Srl	Italy
D.NTREBOS-B.PRAGIAS O.E.	Greece
Easytek Ltd	U.K.
shenzhen hongwei international industrial co.,ltd	China
DAKE INVEST	Belgium
KELCO LTD	Bulgaria
Ruthless vapor distribution ltd	U.K.
Carpediem	France
DAUGE COMMUNICATION	France
JAPAPA	France
Aerovap	France
Dongguan BEC Electronic Technology Co., Ltd.	China
Heisenberg-ltd	France
CARAMILLE	France
LIFE	U.K.
GRUPA DYNAMIC SPÓŁKA Z OGRANICZONA ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ SPÓŁKA KOMANDYTOWA	Poland
HAPPY BEM	France
Premium Goods	France
Laboratoire Cyrus	France

Pufftech electronic company limited	China
Shenzhen Nuoweiier Electronics Co.,Ltd	China
Shen Zhen Shi Wei Qi Guan Information Technology Co., LTD	China
Shenzhen brahman ni di technology co., LTD	China
Shenzhen Wanna Technology Co.,Ltd	China

### Annexe 3 : Sites et blogs visibles sur la question du vapotage

#### 1/ Vaping Post <https://fr.vapingpost.com>

Sa date de création est inconnue, il est basé en Suisse, mais sans précisions sur les personnes physiques qui alimentent le site. Une page contact permet à tout un chacun de proposer des nouvelles et événements. C'est un site central sur la question du vapotage, alimenté à haute fréquence (au moins un post par jour, souvent plus) avec une lettre de diffusion hebdomadaire qui indique les articles les plus lus. Le site a une version en anglais et une autre en russe. Un compteur indique que depuis juin 2017, 4674 avis ont été postés (toutes les pages ont un espace commentaire et les réactions sont nombreuses, surtout sur les sujets les plus polémiques d'un part, d'autre part les tests de matériel), 3906 articles publiés, presque 671 000 pages vues.

Le site s'affirme comme totalement indépendant et financé par la publicité, publicité d'entreprises en accord avec leurs valeurs de vape indépendante des Big Tobacco. Plus que de la publicité classique, ce sont en fait des partenaires et sites de vente en ligne qui sont présents à chaque page web. La boutique en ligne *Le petit vapoteur* a un statut particulier, présenté dans le menu principal comme la boutique du site.

L'audience visée est clairement identifiable, ce sont les consommateurs, et pas seulement les plus experts. Le site est clairement prosélyte et semble au fond être plutôt dirigé vers l'enrôlement de nouveaux consommateurs. Trois onglets leur sont destinés : « je débute », « guides », « boîte à question ». Les autres onglets, « actualité », « grands sujets » et « tests », prennent souvent un tour très pédagogique, ce qui renforce l'audience visée des nouveaux consommateurs. On y trouve typiquement deux séries d'information : d'une part, des caractéristiques et témoignages sur le vapotage, surtout dans ses aspects sevrage et sanitaires, avant de se lancer (et le site se donne comme objectif explicite de le convaincre) ; d'autre part des conseils sur le matériel. Aux consommateurs experts, le site dédie plutôt le fil d'actualité (qui englobe le monde entier). Tout est fait pour mettre la puissance d'internet au service de la vape indépendante : le site se veut rassurant sur les questions sanitaires, offensif contre la cigarette, débordant de guides et de tests pour orienter parmi la prolifération des marques, et enfin les liens vers les sites partenaires de vente.

Le ton des rubriques est militant, lié à Sovape, FIVAPE, AIDUCE, et les scientifiques Etter, Farsalinos, Dautzenberg, la réduction des risques. Tous les sujets sont abordés : effets sur la santé, sevrages, passerelle, vapotage passif, réglementation dans le monde entier, marché.

#### 2/ Le petit vapoteur <http://www.vapoteurs.net/>

Ce site ne précise pas sa date de création ou la liste des personnes qui tiennent le blog. Il s'agit d'un blog militant explicitement lié à la FIVAPE et à l'AIDUCE, qui s'affiche comme indépendant des Big Tobacco et Big Pharma. Le site de contenus est lié au site de vente en ligne *Le petit vapoteur*, avec une fréquence de rafraîchissement très importante (plusieurs articles par jour). Le site a des actualités, en mode « brève », des articles sur les sujets militants plus fouillés, mais le cœur du site est le test de matériel. Il y a également un espace d'offre d'emploi, avec notamment de nombreuses offres pour être vendeur en boutique.

Par rapport au Vaping post, il est moins orienté vers le recrutement de nouveaux vapo-teurs, et beaucoup plus tourné vers les usagers réguliers. Les offres d'emploi en témoi-gnent, tout comme les tests, qui concernent du matériel avancé. En outre, les dossiers plus fouillés que les seules actualités sont moins sur les questions sanitaires ou politiques et plus du type commercial ou consommateur « comment faire pour avoir un Vapeshop au top ? », « bien se préparer pour vaper pendant l'été », « vape et grossesse ».

### 3/ **Le Vapelier** <http://www.levapelier.com/>

Ce site est lié au précédent, il se concentre uniquement sur les tests, matériels et liquides. Lié à la FIVAPE, il est clairement militant, mais ici les noms et photos de l'équipe de tes-teurs est présente sur le site.

Les tests sont très fouillés, sur l'ensemble des aspects : composition des liquides, condi-tion de test, packaging, respect de la réglementation, et bien sûr le jus lui-même. Les textes sont longs et fouillés, une grande partie des liquides sont testés par plusieurs personnes, avec des notes composites à la fin, séparées en rubriques. Il est possible de commenter ces tests. Enfin, les tests comportent un lien vers les sites où on peut trouver le liquide en question à son prix le plus faible.

### 4/ **Vap'you** <http://www.vapyou.com/>

Ce site est la forme électronique d'un magazine, qui semble entièrement écrit et composé par Sébastien Béziau (vice-président de SoVape, qui organise par ailleurs les sommets de la vape). Le magazine comme le site internet associé ne comportent pas de publicité. Le magazine papier est vendu aux boutiques (physiques et en ligne) qui offrent le magazine à leurs clients s'il y a acte d'achat (pour ne pas tomber sous le coup de la loi qui interdit toute publicité pour la vape). Sébastien Béziau a d'abord tenu le blog et est ensuite passé au magazine papier. Comme il vend ce magazine aux boutiques, il semble que cela tende à vider progressivement le blog.

Le blog repose sur deux logiques : d'une part, une veille de l'actualité ; d'autre part, des guides de bonnes pratiques. La veille d'actualité se présente sous forme d'une série de textes très militants et très virulents, avec attaques *ad hominem*, sur un ton d'ironie mor-dante. Par rapport aux blogs précédents, au ton plus lisse, les éléments factuels (études scientifiques, données économiques) sont moins présents. Les témoignages d'anciens fu-meurs sont eux largement développés. Le design est travaillé et fait penser à un fanzine. Les bonnes pratiques ne font pas référence à des marques ou des produits en particulier, mais portent beaucoup sur le DIY.

Il y a un espace de commentaire abondant, sur le mode et le ton du blog, militant, et qui recueille principalement des critiques acérées de l'État, des buralistes ou de tout autre acteur identifié comme opposé au vapotage.

### 5/ **Le journal du vapoteur** <http://journalduvapoteur.over-blog.com/>

Blog tenu par un (des?) anonyme, dont la fréquence de publication est très importante (un à plusieurs billets par jour). Les actualités sont courtes et souvent des reprises proches du copié-collé. Il y a des conseils pratiques, mais surtout des vidéos de tests ma-tériels et liquides. Les tests sont moins développés que chez Le vapelier : ici, aucune vo-lonté de devenir une référence, le ton est très personnel, ne vise pas à l'exhaustivité, plutôt à documenter sa pratique, ses lectures et recherches sur la vape (Le Vapelier lui vise presque à créer des dossiers exhaustifs et qui font référence). On y trouve également des recettes DIY très complexes - où le temps de repos en semaines est également indiqué, avec une valorisation très marquée des goûts et des impressions du vapoteur.

#### 6/ **Le repaire des vapeurs** <http://www.forum-ecigarette.com/>

C'est sans doute l'espace de discussion francophone le plus important sur le vapotage avec 4400000 messages et plus de 90000 membres... 1000 membres en permanence sur le forum.

On y retrouve des rubriques guides, tests matériel et liquides, allant des logiques de débutant à des discussions d'experts sur le « steeping » ou les modifications avancées du matériel.

Une section est également dédiée à des fils de discussion générale sur les études scientifiques et la réglementation. De manière plus spécifique, le site accueille des discussions sur l'arrêt du tabac et sur la santé du point de vue des utilisateurs (nombre de problèmes rencontré par les vapoteurs et peu abordés ailleurs y sont présents). Enfin, les marques communiquent et ont tous un espace dédié pour présenter leurs produits, offres...

Notons que ce forum a produit une « réponse » en mai 2011 au communiqué de l'AFSSAPS sur la e-cigarette, sans doute première expression publique de représentants des vapoteurs, en s'inscrivant clairement dans une logique de réduction des risques.

#### 7/ **Blog Vape** <https://blog-vape.com/>

Blog semi-anonyme (une adresse est fournie dans les mentions légales), il est mis à jour quotidiennement. On y trouve surtout du militantisme sur les études scientifiques, la réglementation, le marché, les Big Tobacco, avec des informations venant du monde entier. Le site n'est pas interactif, puisqu'on n'y trouve ni espace de commentaire ni logique de contribution des usagers, à l'exception des boutiques qui peuvent indiquer leurs coordonnées et sont géolocalisées sur une carte de France.

#### 8/ **Dany Vape** <http://danyvape.com/>

Depuis 2012, un anonyme tient ce blog, où il invite des auteurs à contribuer. Il en revendique une cinquantaine, plus de 1000 articles et 22 000 commentaires depuis la création. Il y a des partenaires, qui sont les sites de vente en ligne. Il y a beaucoup de reviews et des billets sur la vie quotidienne (comment arrêter de tousser, chasser les odeurs de vape...), un peu d'informations militantes (sur le cadre français, la TPD) mais c'est plutôt sur un mode informatif (fait le point sur ce qui est autorisé et ne l'est pas en France comme à l'étranger, sur la pub, les lieux publics...). Il fait également des interviews intéressantes de ses partenaires (des sites de vente en ligne). Il s'agit donc surtout d'un blog de test et d'information pratiques, alimenté régulièrement et commenté.

#### 9/ **AIDUCE** <https://www.AIDUCE.org/>

L'AIDUCE de Brice Lepoutre n'a pas un site qui est fréquemment alimenté. L'AIDUCE publiait un magazine jusqu'en 2015, propose l'inscription à une newsletter dont la périodicité est très irrégulière, de télécharger ses brochures et tracts, ainsi que des « tickers » (de petits compteurs qui évaluent, lorsqu'on essaie d'arrêter de fumer, le nombre de cigarette non consommées, l'argent gagnée...). Hors des actualités, on y trouve un espace témoignage (368 recensés).

La partie actualités est remplie une à deux fois par mois. L'orientation est originale puisqu'il s'agit principalement de recenser les actions à destination des media (interviews



dans la presse quotidienne nationale, radios), à rendre compte d'actions politiques (courriers aux candidats à la présidentielle, conférences et sommets), à publier des lettres ouvertes (à Marisol Touraine, à Tabac Info Service, à tel ou tel media).

#### 10/ **Vapolitique** <http://vapolitique.blogspot.fr/>

Blog militant suisse, né en avril 2014, édité par Philippe Poirson (ex-journaliste, il vient d'entrer à SoVape). Ne concerne pas que la Suisse mais bien la vape dans le monde entier, centré sur le vapotage comme outil de réduction des risques. Avec 2 à 3 billets par semaine, il reprend beaucoup d'actualités présentes sur les autres blogs déjà recensés. Les posts sont de taille moyenne, militants, plutôt orientés vers la communauté de la vape, avec un tropisme international affirmé. Il s'agit d'informer des professionnels, militants, usagers experts des évolutions de la législation dans le monde, de l'état des connaissances scientifiques (sur le sevrage, l'effet passerelle...), des manœuvres des Big Tobacco.

#### 11/ **Breaking Vap** <http://www.breakingvap.fr/>

Blog très fréquemment alimenté, avec un post par jour à peu près dans une approche plutôt militante, sur la réglementation, les interdictions de vapoter, la position de l'OMS ou de la ministre. Surtout des revues et des outils (tables pour faire du DIY...) ainsi que des tutoriels sur des pratiques d'experts, par exemple l'usage des sels de nicotine, l'agrandissement des trous de diffusion ou le choix des accumulateurs pour le matériel de vapotage. Il a peu de commentaires mais un grand nombre de partenaires.

#### 12/ **Vapor Gate** <http://www.vapor-gate.com/>

Blog anonyme dont l'alimentation se fait à un rythme plus faible, plutôt deux ou trois posts par mois. Le blog comporte des interviews d'acteurs du marché : fabricants, reviewers, Pr Dautzenberg. Mais il n'y en a qu'une dizaine. Ensuite il y a des posts plus polémiques, regroupés dans une rubrique militante, contre Marisol Touraine, la TPD, les buralistes etc... mais aussi et c'est plus intéressant, sur des controverses internes à la Vape (des liquides toxiques, des pratiques de vape dangereuses...) avec analyses (par exemple pour le diacétyle) la question des contrefaçons... Ces pages sont longues et fournies, virulentes et très intéressantes. Elles ont une position critique vis-à-vis de l'AIDUCE et de la théorie du complot des Big Tobacco, pour rappeler que sévissent les crises sanitaires, court-circuit de dispositifs, explosions, matériel de mauvaise qualité, contrefaçons chinoises... D'où leur slogan « une autre idée de la vape libre ». Enfin, il y a de longues et nombreuses évaluations de liquides et de matériel.

#### 13/ **DIY Vape** <https://vaping.fr/>

Blog personnel, mais anonyme (le style des billets est très identifiable). Il contenait un billet tous les deux ou trois jours, jusqu'à septembre 2017, depuis le rythme s'est beaucoup réduit, uniquement autour du test de matériel. Les arguments et descriptions sont très fouillés, et difficilement compréhensibles hors des initiés. Le site propose des guides de plus de 50 pages sur tel ou tel matériel.

#### 14/ **Un air neuf** <http://www.unairneuf.org/>

Ce site est tenu par un consultant en tabacologie, vraisemblablement auprès des professionnels de santé, et se présente comme « le magazine des solutions proposées comme remèdes au tabagisme ». Le blog est dense, les posts longs et souvent référencés avec études scientifiques. La ligne est très virulente contre les autorités de santé (françaises et européenne), accusées d'être aux mains des Big Pharma. Le blog est très critique vis-à-vis

des substituts nicotiques, accusés d'être inefficaces, par contre très positif sur la cigarette électronique, et donc virulent contre la frilosité des institutions françaises (HAS, ministère...). Le rythme de parution est variable, mais le volume total est important avec 1400 billets.

En sus de ce contenu, le propriétaire du blog propose aux lecteurs de les aider à arrêter de fumer via une plateforme téléphonique payante, le numéro étant mentionné sur le site et les compétences du service vantées.

15/ **Carnets de vape** <https://carnetsdevape.wordpress.com/>

Il s'agit d'un blog collaboratif récent, qui a fonctionné de manière éphémère entre juin et novembre 2017, au rythme d'un billet toutes les semaines. Le blog est tourné vers les débutants, et les conseils pratiques : trouver les bons liquides, gérer le taux de nicotine.

16/ **Vap Actus** <https://vap-actus.fr/>

Une femme dénommée Florence, fumeuse depuis 20 ans, a ouvert ce blog en octobre 2015, elle met en scène son propre sevrage tabagique grâce à la vape, au rythme d'un post tous les deux trois jours, espace commentaire, mais peu fourni (elle y répond personnellement), jusqu'à l'été 2017. Elle a aussi une chaîne YouTube et une page Facebook. Elle semble être une personnalité du milieu, souvent invitée aux salons et tables rondes militantes. Le blog couvre les trois catégories déjà décrites plus haut : le conseil aux débutants, les actualités scientifiques et réglementaires et marché et enfin les revues, plutôt centrées sur des liquides haut de gamme.

17/ **Au Geek à vapeur** <http://www.geek-a-vapeur.ch/>

Il est tenu par 3 auteurs anonymes qui se définissent comme « amateurs de liquides gourmands », alimenté avec une grande fréquence jusque début 2017. On y trouve un peu de militantisme sur le sevrage et la toxicité mais le cœur du site est constitué des tests et des conseils, visant un public d'experts orienté vers les pratiques de DIY.

18/ **The Vapologist** <http://thevapologist.blogspot.fr/>

Trois posts par mois depuis juillet 2014, semble s'être plus ou moins éteint ces derniers temps. Revue de liquides haut de gamme seulement, et revues compréhensibles, concentrées sur le goût et son évocation.

# Etude sur les pratiques des vapoteurs

Étude réalisée par



pour



Février 2020

# Sommaire

<b>Contexte et méthodologie de l'étude</b>	<b>p. 3</b>
<b>Vapotage et statut tabagique</b>	<b>p. 7</b>
<b>Pratiques de vapotage</b>	<b>p. 12</b>
<b>Perception de la cigarette électronique</b>	<b>p. 21</b>
<b>Matériel de vapotage utilisé et lieu d'achat</b>	<b>p. 24</b>
<b>Types de produits et quantités vapotés</b>	<b>p. 30</b>
<b>Conclusions</b>	<b>p. 42</b>

# CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

Bva

# Contexte et objectifs de l'étude

Selon les données 2018 du Baromètre Santé de Santé publique France, 34,7% des 18-75 ans avaient déjà essayé l'e-cigarette et 5,3% l'utilisaient lors de l'enquête, 3,8% quotidiennement. Ces comportements étaient en augmentation par rapport à 2017 (respectivement 32,8%, 3,8% et 2,7%). La moitié environ des vapoteurs continuent à fumer occasionnellement ou quotidiennement (vapofumeurs), l'autre moitié est composée d'anciens fumeurs et moins de 1% n'ont jamais fumé.

Il existe aujourd'hui un manque de données scientifiques concernant les risques sanitaires liés à l'utilisation de ces produits.

Dans le cadre de ces missions d'analyse des risques, **l'Anses a souhaité disposer d'informations sur les usages et habitudes des vapoteurs (usagers de la cigarette électronique) afin de caractériser leurs pratiques de consommation et établir les profils de consommateurs pour *in fine* mieux évaluer les risques liés aux substances qu'ils peuvent utiliser.**

Par le biais d'une enquête auprès de vapoteurs, il s'agissait de recueillir les informations suivantes :

- Déterminer la fréquence de vapotage et les situations d'usage
- Connaître les matériels de cigarette électronique et les fonctionnalités utilisés par les consommateurs
- Estimer les produits et quantités (saveurs, produits avec ou sans nicotine, sels de nicotine, volume des recharges...)
- Évaluer les pratiques concernant l'utilisation des cigarettes électroniques (réglages, mélanges de produits...)
- Identifier les motifs de vapotage et les lieux d'achat
- Mettre en regard les pratiques du vapotage avec le statut tabagique des consommateurs

# Méthodologie



Enquête réalisée par Internet du **6 au 18 février 2020**



**Interrogation d'un échantillon national représentatif de vapoteurs âgés de 18 à 75 ans, composé de 1 000 personnes**

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes :

- Sexe
- Age
- Catégorie socioprofessionnelle du répondant
- Région
- Catégorie d'agglomération

Les données de cadrage ont été fournies par Santé Publique France et sont issues du Baromètre Santé 2017.

# Structure de l'échantillon (% redressés)

	Base	1000
<b>SEXE*</b>		
Hommes		57%
Femmes		43%
<b>ÂGE*</b>		
<b>ST Moins de 35 ans</b>		<b>32%</b>
18-24 ans		11%
25-34 ans		21%
<b>ST 35 ans et plus</b>		<b>68%</b>
35-54 ans		51%
55-75 ans		17%
<b>PROFESSION DU RÉPONDANT*</b>		
<b>CSP+</b>		<b>37%</b>
Indépendants, chefs d'entreprise		3%
Cadres et professions intellectuelles supérieures		16%
Professions intermédiaires		18%
<b>CSP-</b>		<b>41%</b>
Employés		31%
Ouvriers		10%
<b>Inactif</b>		<b>22%</b>
Retraités		11%
Étudiants		5%
Autres inactifs		6%
<b>ACTIVITÉ PRINCIPALE</b>		
Actifs		78%
Inactifs		22%

\* Variables de redressement

	Base	1000
<b>CATÉGORIE D'AGGLOMÉRATION*</b>		
<b>Petites villes</b>		<b>36%</b>
Moins de 2 000 habitants		19%
2 000 à moins de 20 000 habitants		17%
<b>Moyennes et grandes villes</b>		<b>64%</b>
20 000 à 99 999 habitants		13%
100 000 habitants et plus		34%
Agglomération parisienne		17%
<b>SITUATION FAMILIALE</b>		
<b>ST Seuls</b>		<b>28%</b>
Seuls		20%
Seuls avec un ou des enfants		8%
<b>ST En couple</b>		<b>65%</b>
En couple sans enfant		24%
En couple avec un ou des enfants		41%
<b>ST Avec enfants</b>		<b>49%</b>
<b>Autre situation</b>		<b>7%</b>
<b>RÉGION*</b>		
Région Parisienne		19%
Nord-Est		19%
Nord-Ouest		27%
Sud-Ouest		10%
Sud Est		25%

Note de lecture des résultats dans le rapport

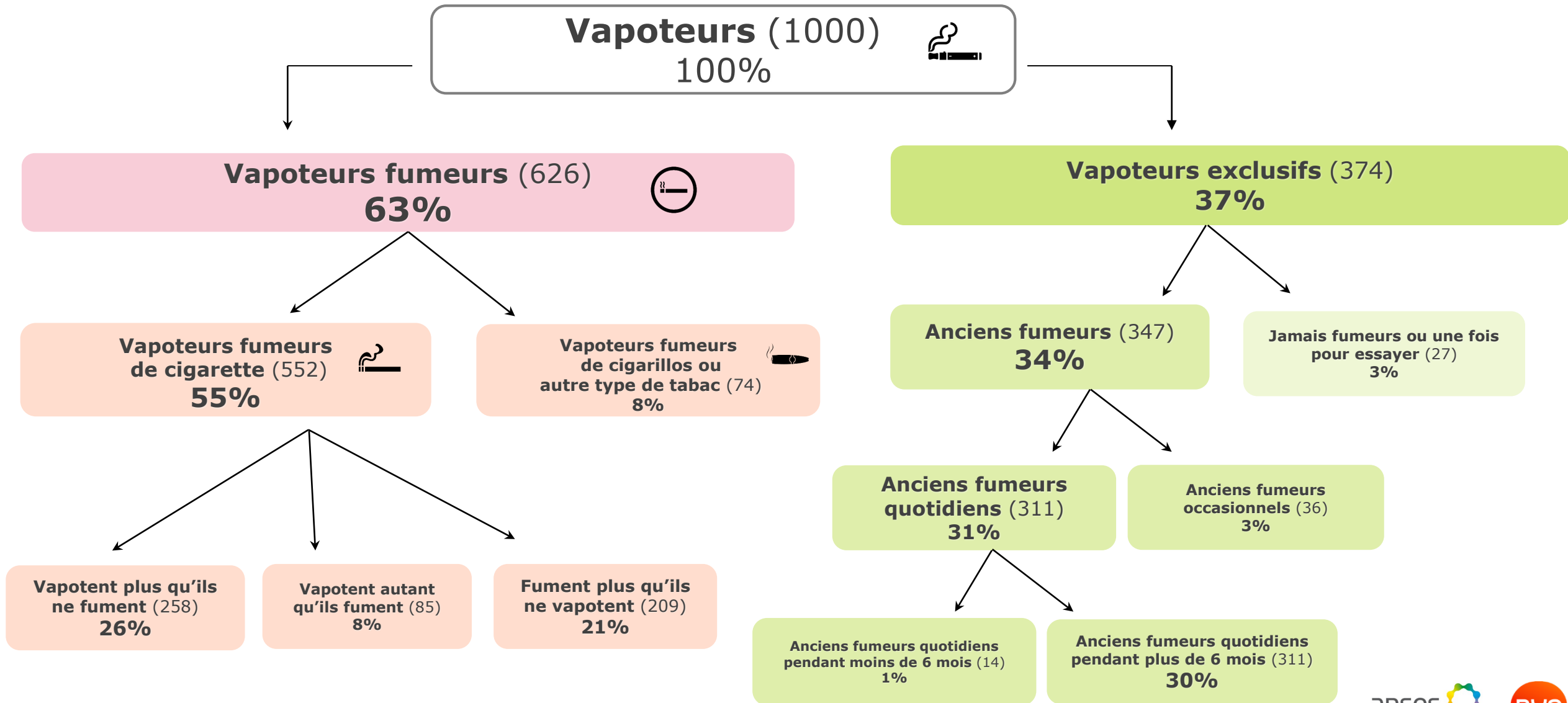
- Les bases sont affichées en effectifs redressés et les % sont arrondis.
- La mention ST signifie « Sous-total ». Par exemple : % ST D'accord = % Tout à fait d'accord + % Plutôt d'accord.



# VAPOTAGE ET STATUT TABAGIQUE

Bva

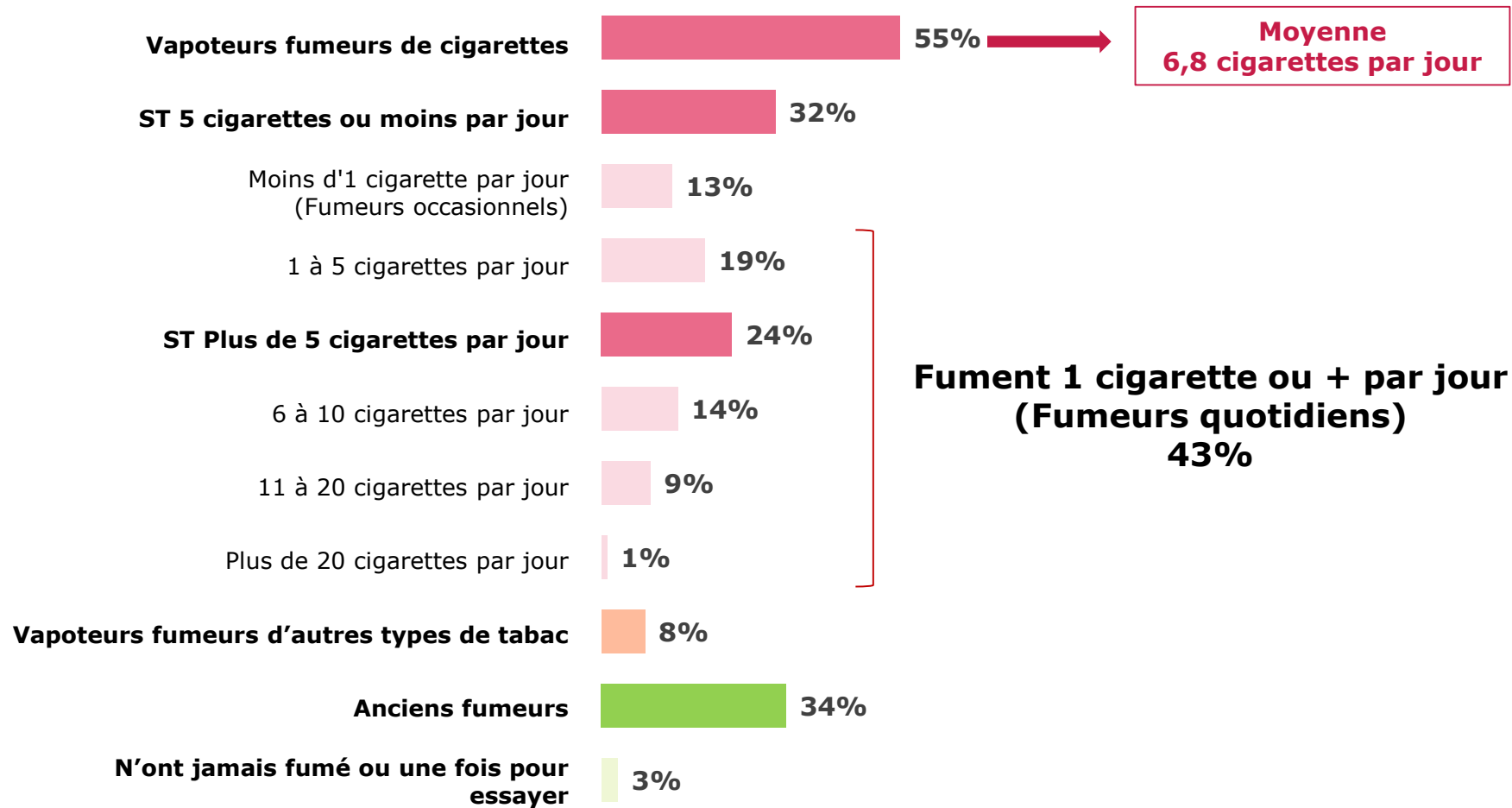
# Statut tabagique des vapoteurs



# Presque 1 vapoteur sur 2 fume encore quotidiennement

## Q32. Combien de cigarettes fumez-vous en moyenne ? (cigarettes roulées comprises)

Base : Aux fumeurs de cigarettes (552), recalculés sur base ensemble (1000)



# Une hétérogénéité du vapotage parmi ceux qui fument encore

## Q33. Utilisez-vous actuellement...

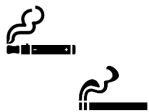
Base : Aux fumeurs de cigarettes (552)



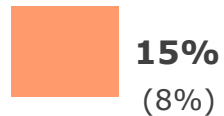
**Davantage la cigarette électronique**  
que la cigarette de tabac



**Davantage la cigarette de tabac** que la  
cigarette électronique



**Autant la cigarette électronique que**  
la cigarette de tabac

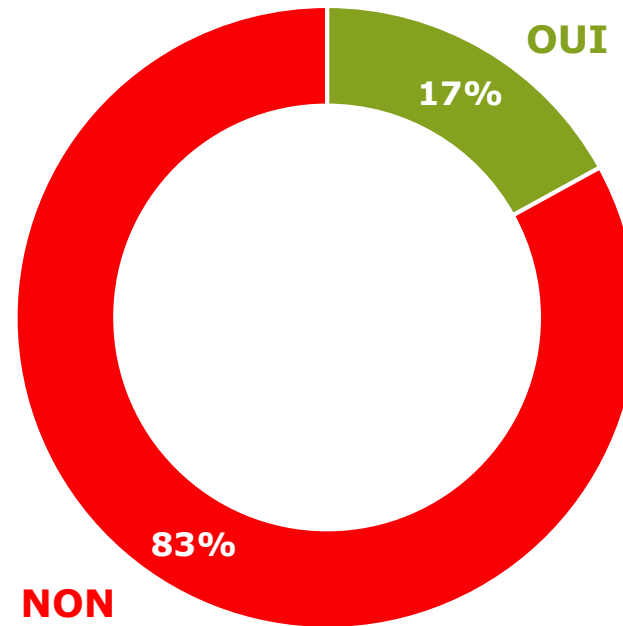


( ) résultats recalculés sur base ensemble (1000)

# Près d'1 vapoteur sur 5 a fumé du cannabis au cours de l'année

**Q35. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fumé du cannabis, ne serait-ce qu'une fois ?**

Base : A tous (1000)



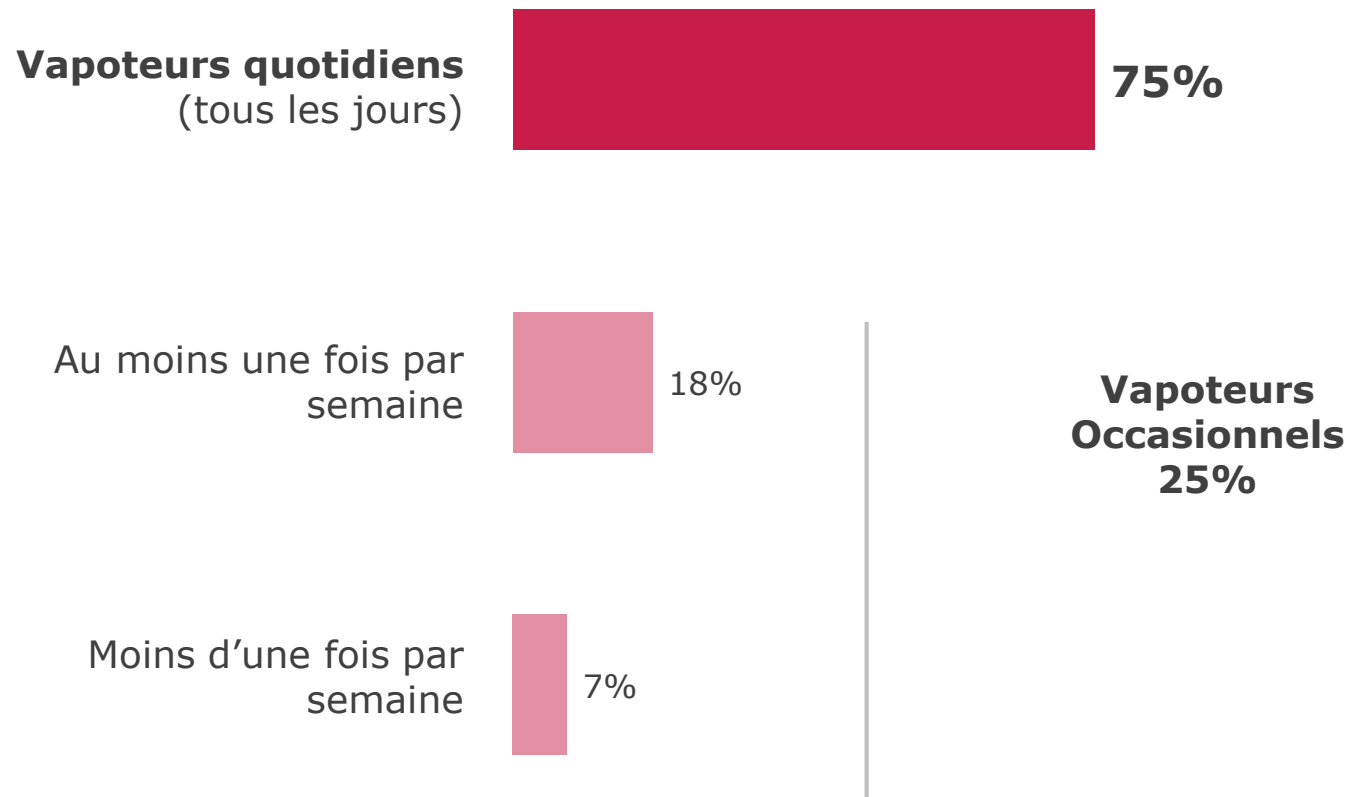
# PRATIQUES DE VAPOTAGE

Bva

# Trois quarts de vapoteurs quotidiens

**Q1. A quelle fréquence utilisez-vous la cigarette électronique ?**

Base : A tous (1000)

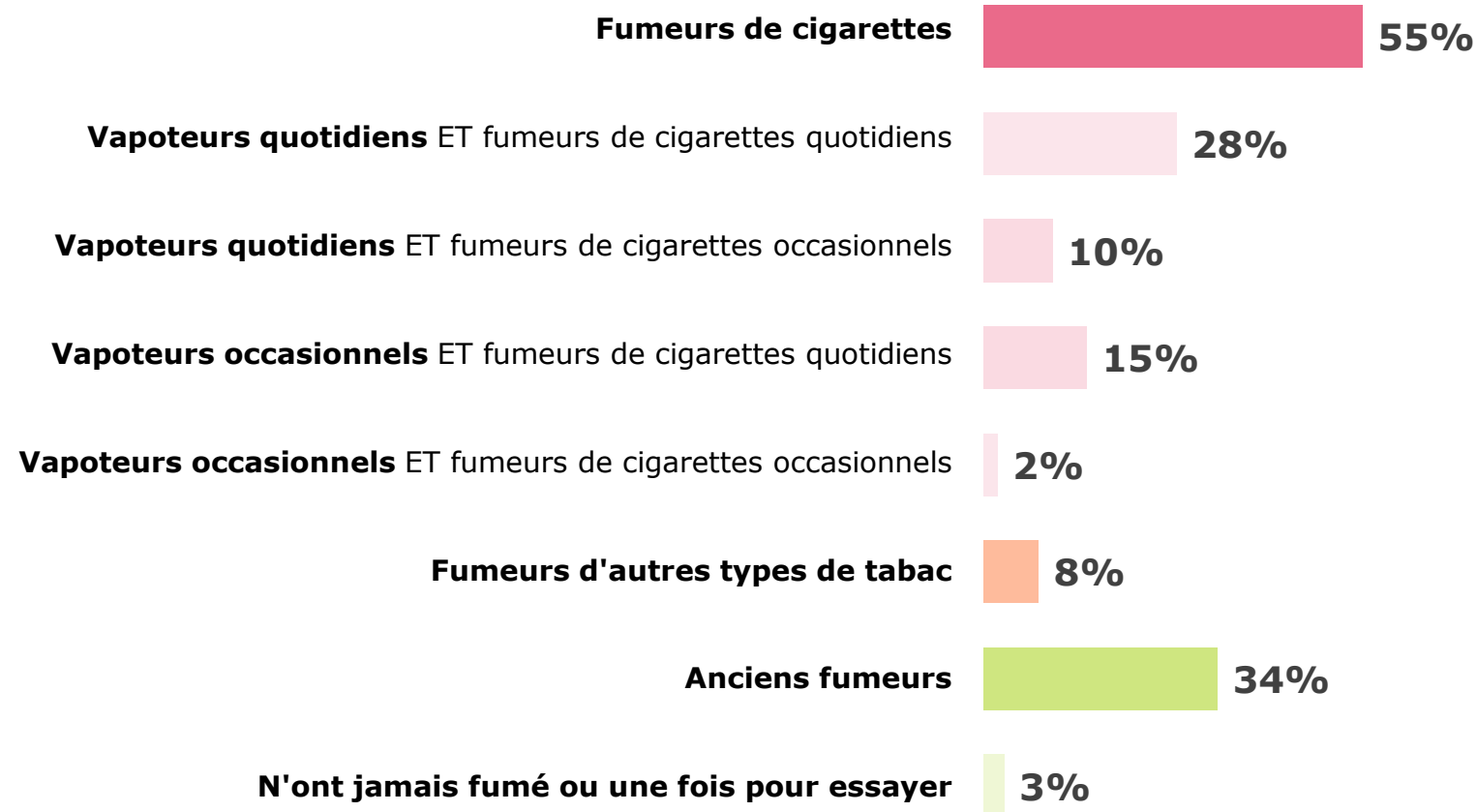


# Fréquences de consommation du tabac et de la e-cigarette

Q1. A quelle fréquence utilisez-vous la cigarette électronique ?

Q32. Combien de cigarettes fumez-vous en moyenne ?

Base : Aux fumeurs de cigarettes (552), recalculés sur base ensemble (1000)

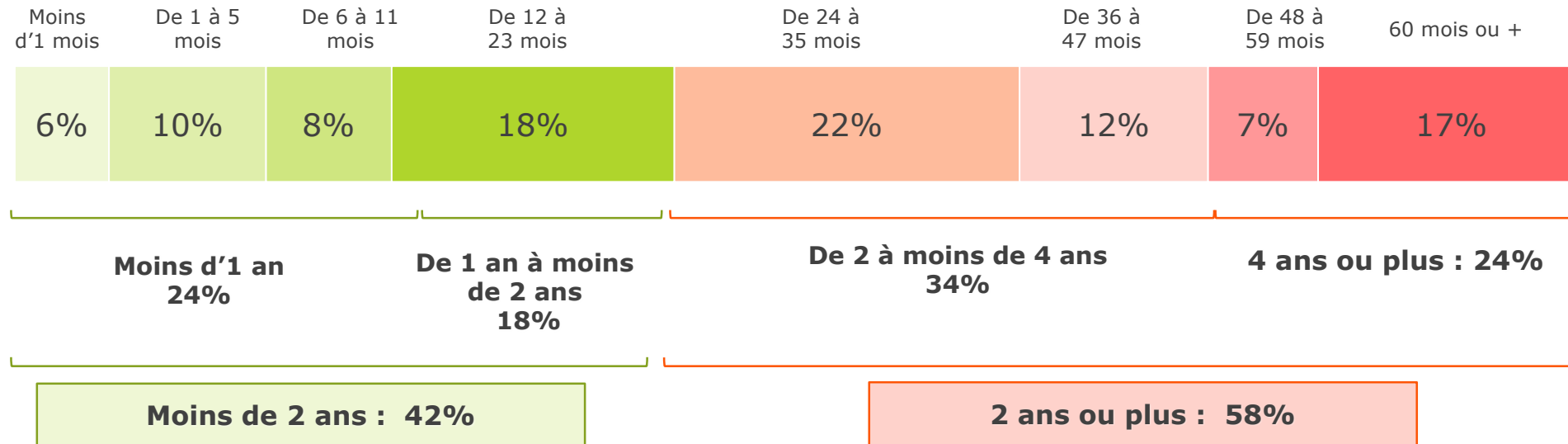




# En moyenne un vapotage qui dure depuis au moins 2 ans

## Q3. Depuis combien de temps utilisez-vous la cigarette électronique ?

Base : Répondants (999)\*

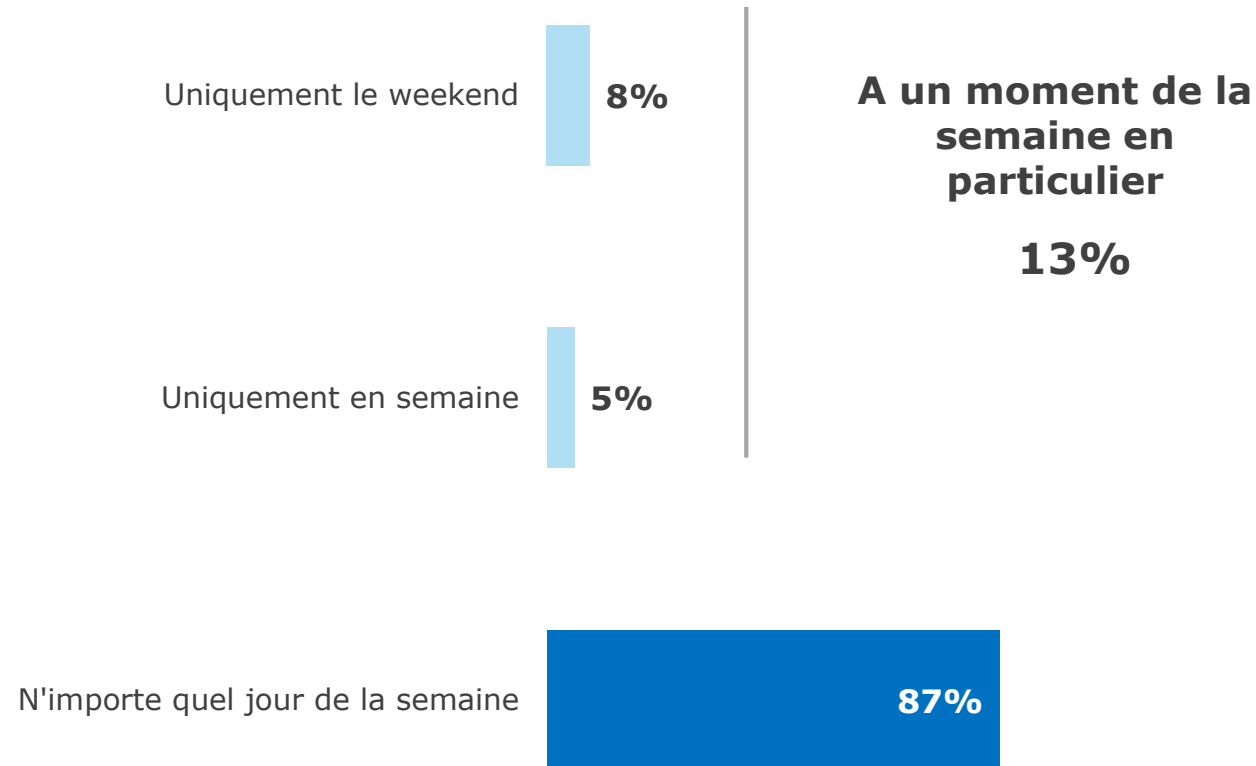


**Vapotent depuis  
28 mois en  
moyenne  
(Médiane 24 mois)**

# Un vapotage régulier tout au long de la semaine

## Q2. Et utilisez-vous la cigarette électronique...

Base : A tous (1000)



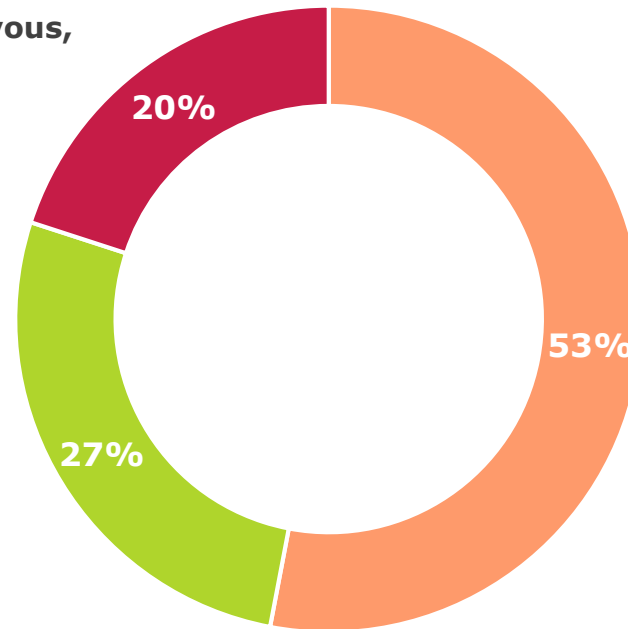
# Près des deux tiers des vapoteurs utilisent la cigarette électronique en intérieur

Q4. De manière générale, vous utilisez votre cigarette électronique...

Base : A tous (1000)

Plutôt à l'intérieur d'un bâtiment, chez vous,  
dans une voiture

Plutôt à l'extérieur, à l'air libre

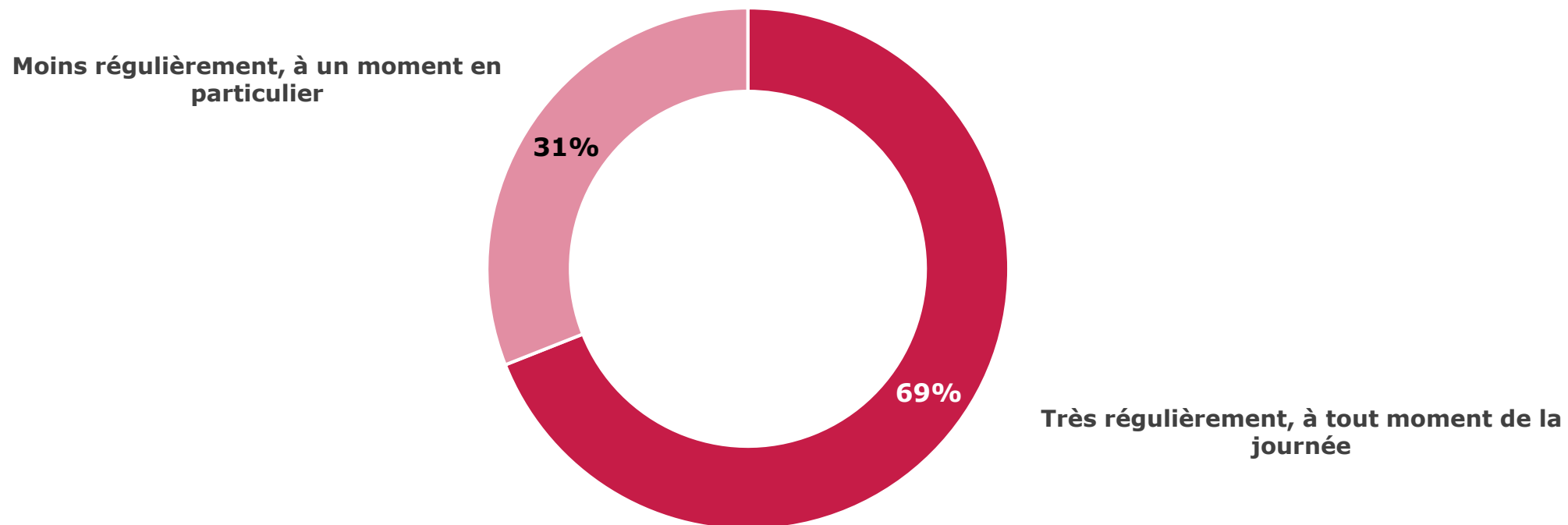


Autant à l'intérieur qu'à l'extérieur

# Plus des deux tiers des vapoteurs vapotent tout au long de la journée

**Q3bis. Lorsque vous utilisez votre cigarette électronique, vous vapotez...**

Base : A tous (1000)



# L'aide au sevrage, raison principale du vapotage devant les facteurs financier ou santé

## Q7. Pour quelles raisons principales utilisez-vous la cigarette électronique ?

Base : A tous (1000) | Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

Aide à l'arrêt du tabac / de la nicotine **68%**

*La cigarette électronique me permet de remplacer en partie ou totalement la cigarette de tabac* 55%

*Parce que je suis dépendant à la nicotine* 27%

Parce que cela revient moins cher que de fumer des cigarettes de tabac **36%**

La cigarette électronique est meilleure pour la santé que la cigarette de tabac **30%**

La cigarette électronique a meilleur goût que la cigarette de tabac **17%**

La cigarette électronique me permet de fumer quand je le veux et dans des lieux où la cigarette de tabac est interdite **15%**

Pour ne pas déranger les gens avec qui je me trouve **14%**

C'est mieux perçu d'utiliser la cigarette électronique que la cigarette de tabac **12%**

J'aime les sensations que la cigarette électronique me procure **11%**

C'est tendance d'utiliser une cigarette électronique **4%**

Par curiosité **3%**

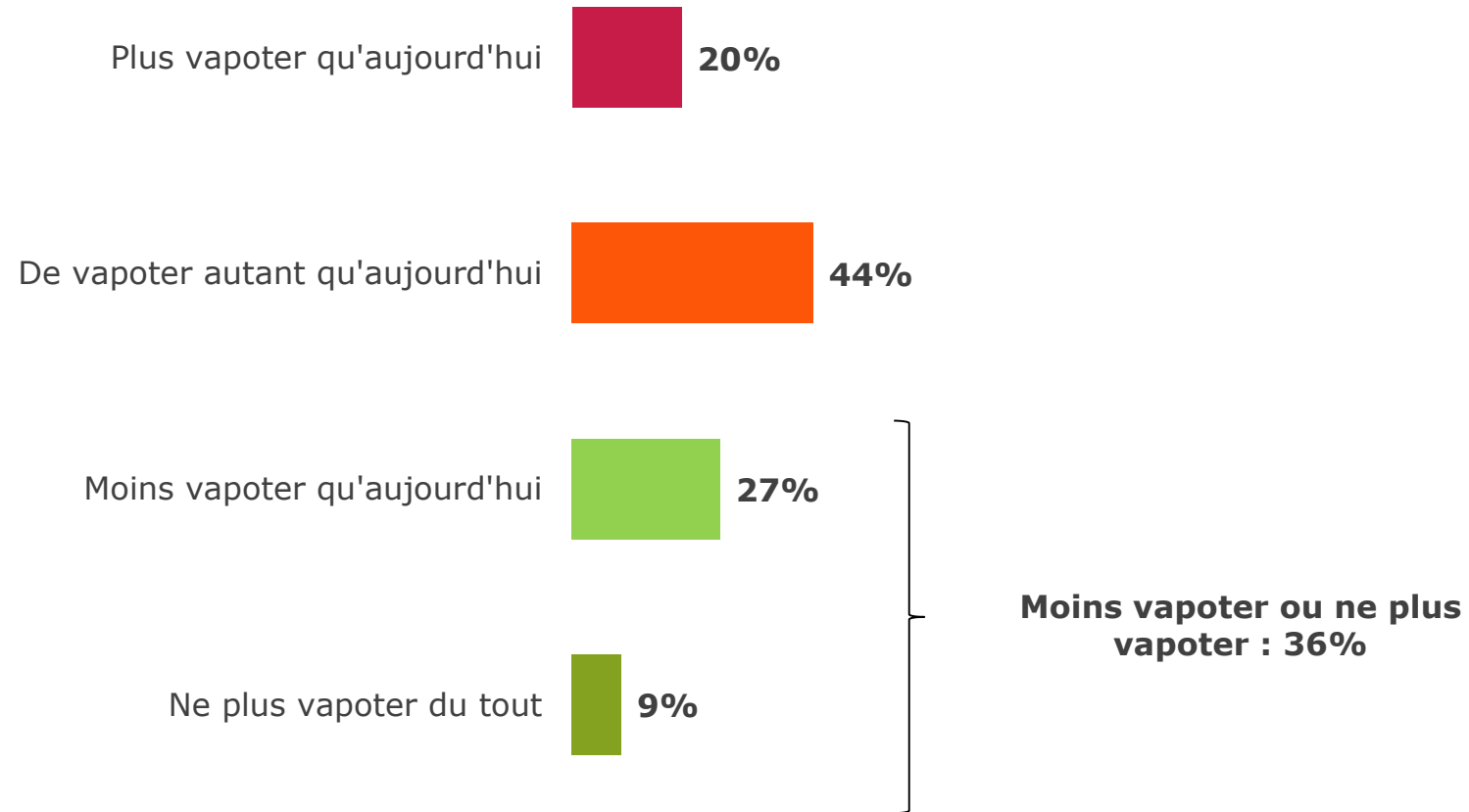
La cigarette électronique permet de se sociabiliser, de rencontrer des gens **3%**

Pour une autre raison **3%**

# Des intentions de continuer ou d'arrêter devapoter qui diffèrent d'un individu à l'autre

Q27. Dans les 12 prochains mois, avez-vous l'intention de...

Base : A tous (1000)



# PERCEPTION DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE

Bva

# Opinion sur l'utilisation de la e-cigarette en tant qu'outil de sevrage et de dépendance

**Q30. Pour finir, voici quelques affirmations sur vos opinions ou habitudes de vie. Merci d'indiquer, pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.**

Base : A tous (1000)

■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

**ST D'accord**

**ST Pas d'accord**

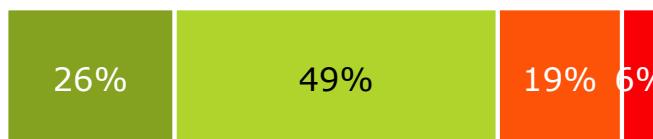
Je pense que l'on peut devenir dépendant à la cigarette électronique



**84%**

**16%**

Je pense que la cigarette électronique est le moyen le plus efficace pour arrêter de fumer



**75%**

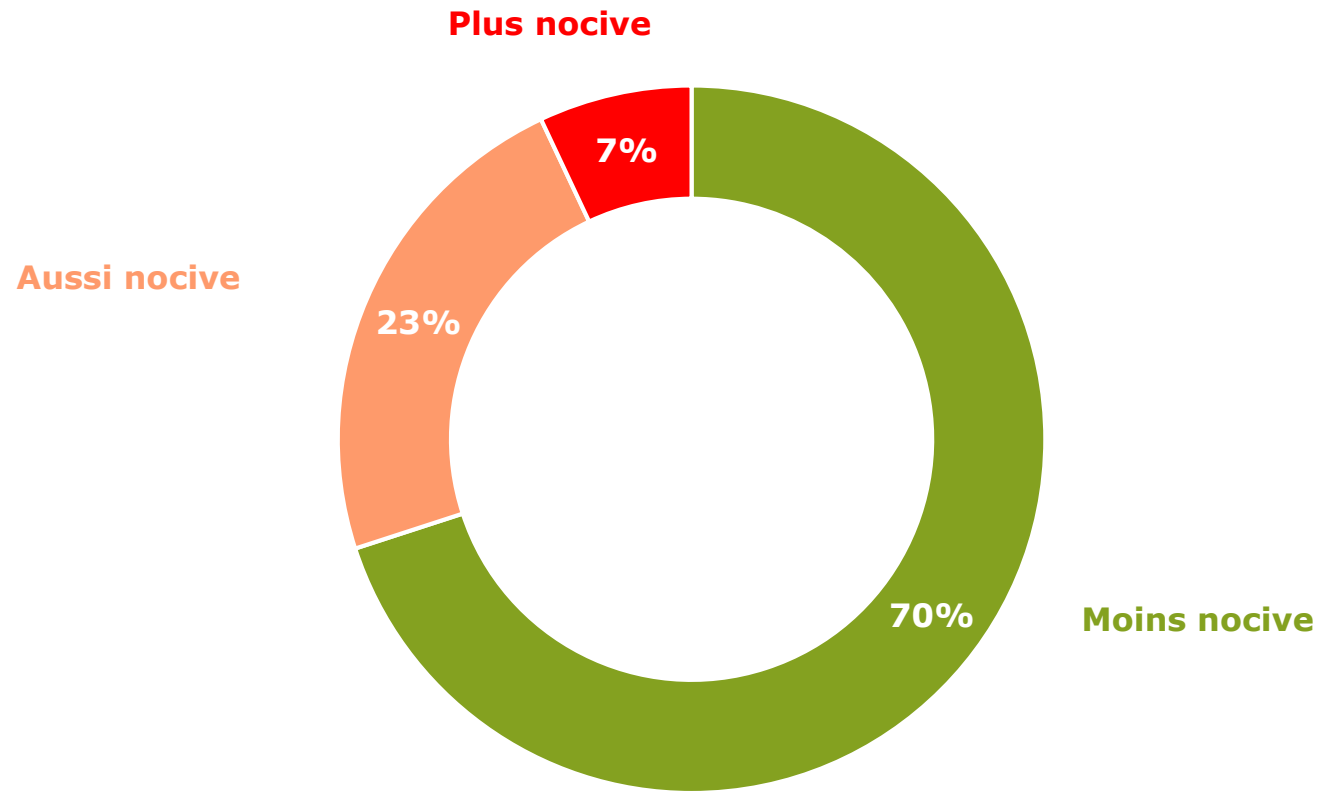
**25%**



# Le vapotage jugé globalement moins nocif que le tabac

**Q29. Pensez-vous que la cigarette électronique est plus nocive, moins nocive ou aussi nocive pour la santé que la cigarette de tabac ?**

Base : A tous (1000)



# **MATÉRIEL DE VAPOTAGE UTILISÉ ET LIEU D'ACHAT**

**Bva**

# Les modèles MOD très présents chez les consommateurs, suivis par les PEN

Q8. Quel(s) type(s) de cigarette électronique utilisez-vous actuellement ?

Q9. Quel type de cigarette électronique utilisez-vous le plus souvent ?

Base : A tous (1000)

## ST Utilise

- Utilise moins régulièrement
- Le plus souvent

Seulement 9% des vapoteurs utilisent plusieurs types différents de e-cigarettes

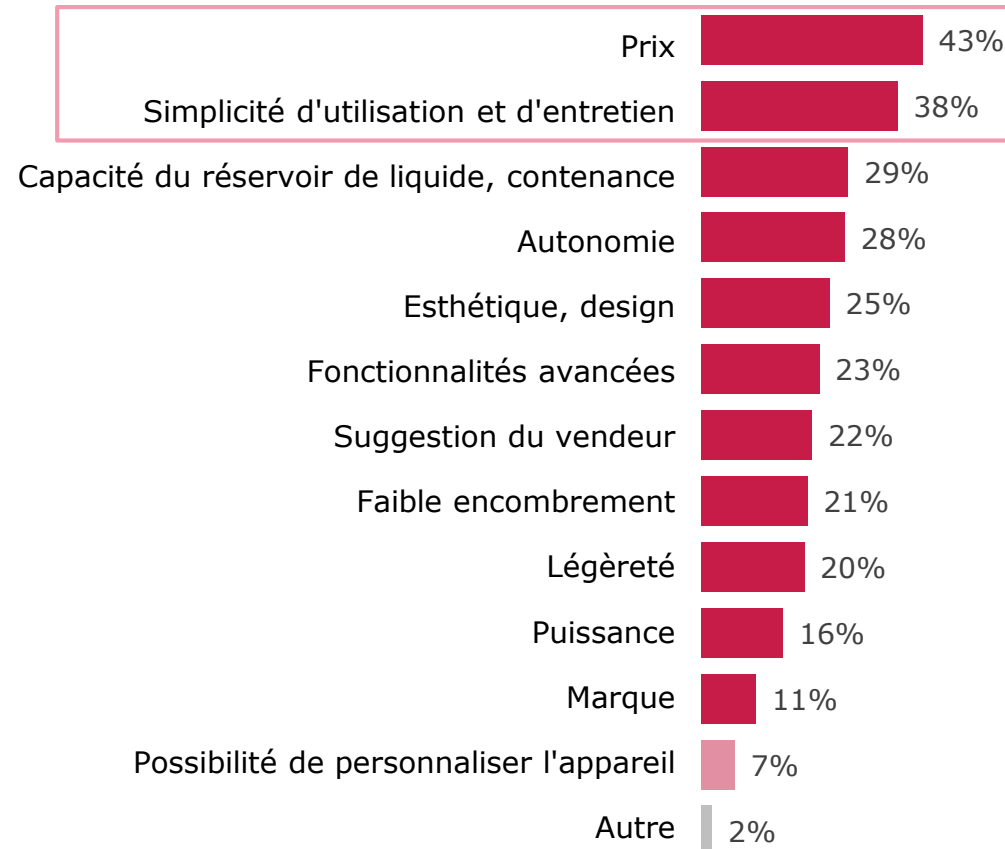


# Prix et simplicité plébiscités

**Q14. Pour quelle(s) raison(s) principale(s) avez-vous choisi cette cigarette électronique ?**

Base : Aux acheteurs de cigarette électronique (924)

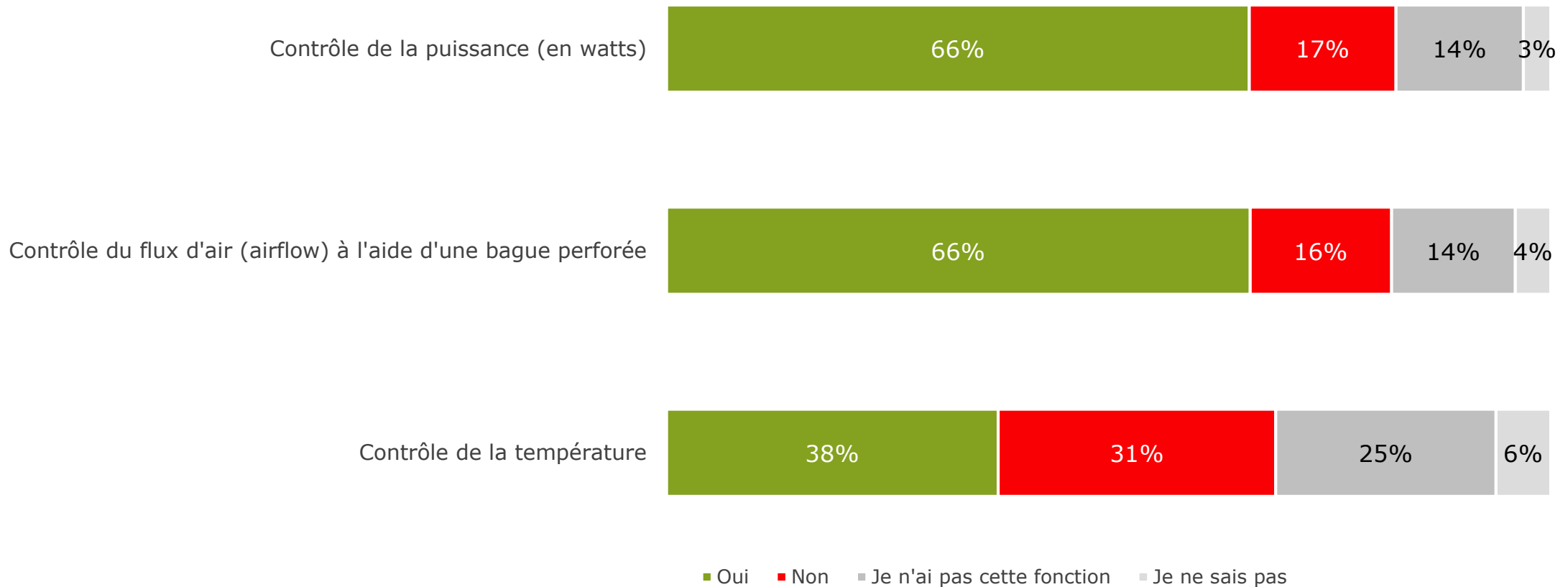
Nombre moyen de raisons citées : 3



# Des usagers de MOD et PEN qui utilisent majoritairement les fonctions de réglage de puissance et de flux d'air

## Q10. Utilisez-vous les fonctionnalités suivantes sur votre cigarette électronique ?

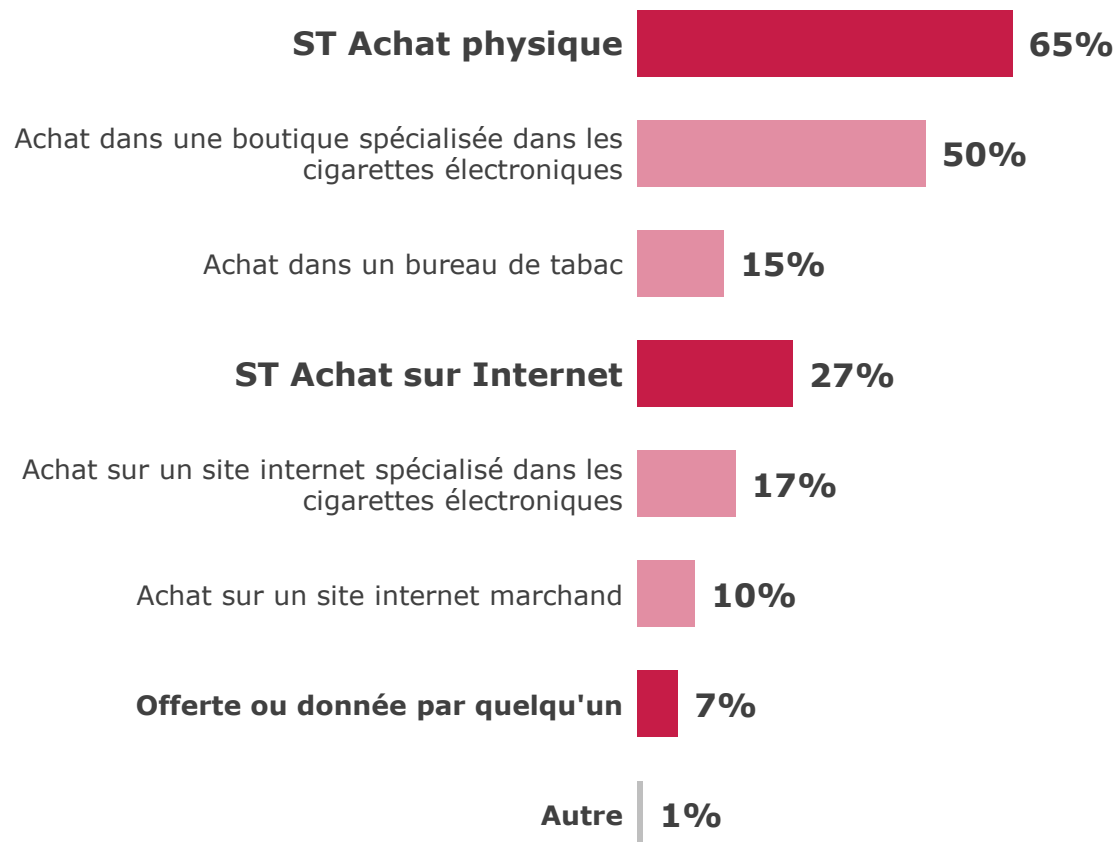
Base : Utilisateurs principaux de MOD ou PEN (868) pour lesquels ces fonctionnalités peuvent être disponibles



# La moitié des achats d'e-cigarettes se fait en boutique spécialisée

## Q13. Comment avez-vous eu cette cigarette électronique ?

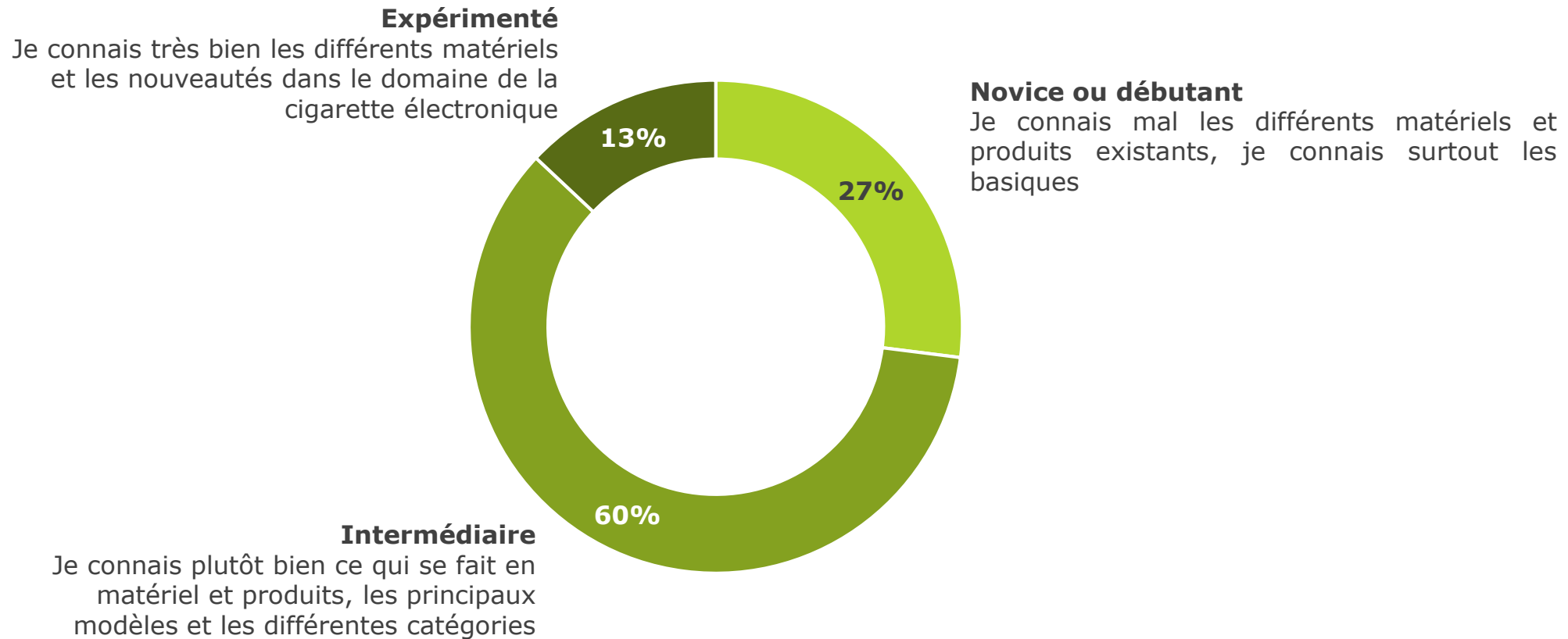
Base : A tous (1000)



# Une perception de son niveau d'expertise cohérente avec les pratiques

**Q26. Par rapport à votre utilisation de la cigarette électronique, vous considérez-vous plutôt comme...**

Base : A tous (1000)



# TYPES DE PRODUITS ET QUANTITÉS VAPOTÉS

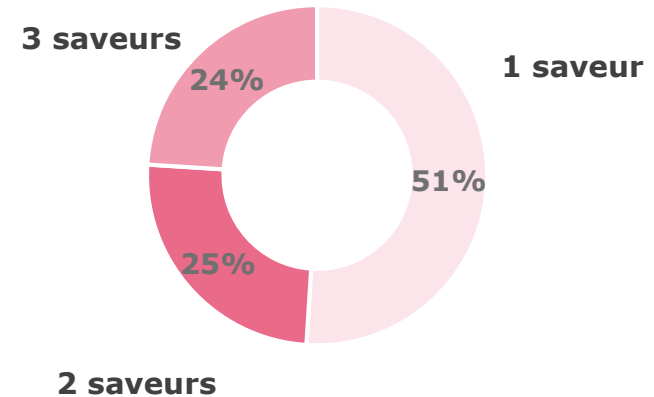
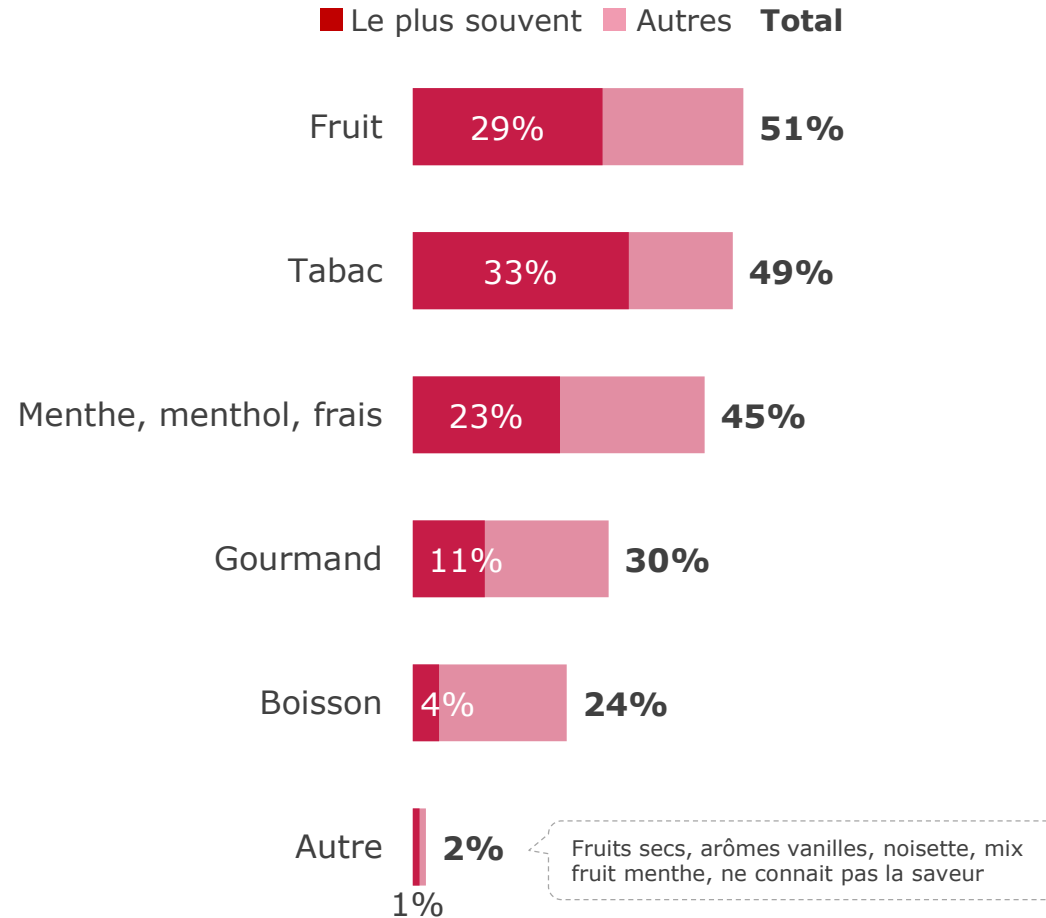
Bva



# Des saveurs fruitées autant utilisées que l'arôme tabac mais davantage privilégiées par les plus jeunes

**Q25. Quel(s) type(s) de saveur d'e-liquide utilisez-vous actuellement ?**

Base : A tous (1000) | Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

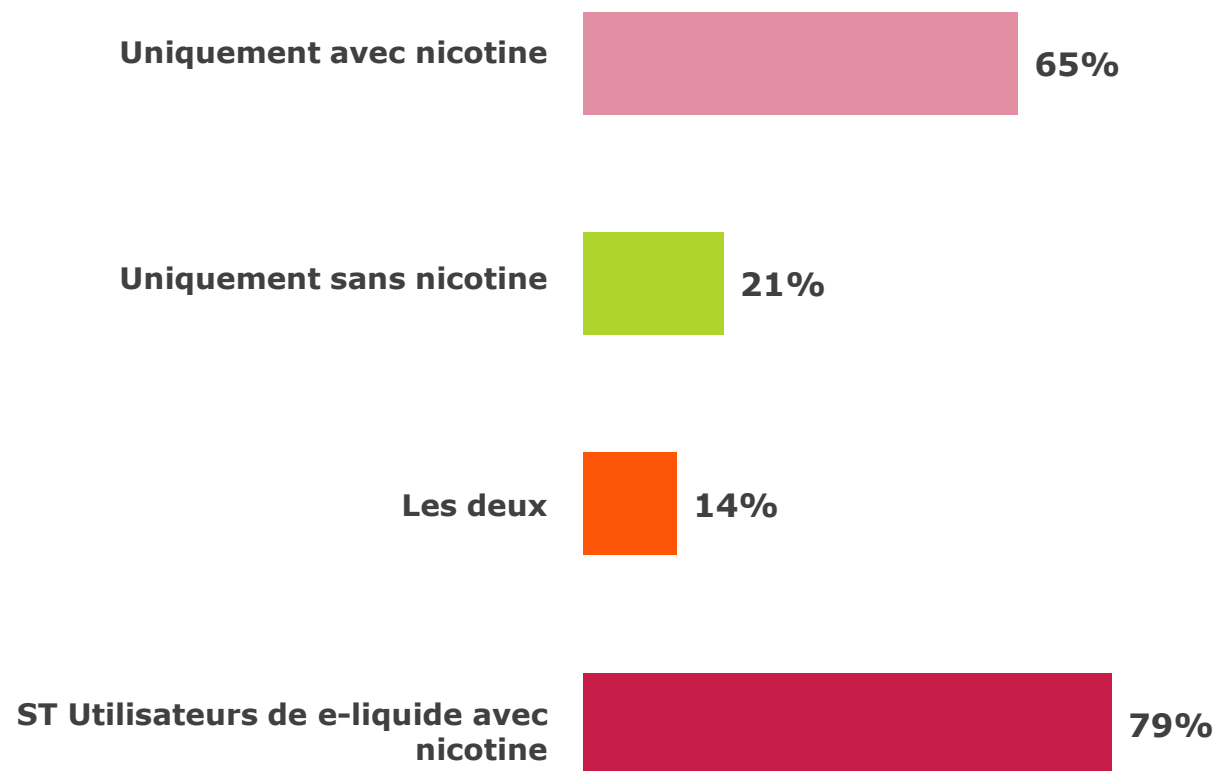


**Plusieurs saveurs : 49%**

# Un usage de nicotine qui dépend prioritairement du statut tabagique

**Q15. Quel type de e-liquide utilisez vous actuellement dans votre cigarette électronique ?**

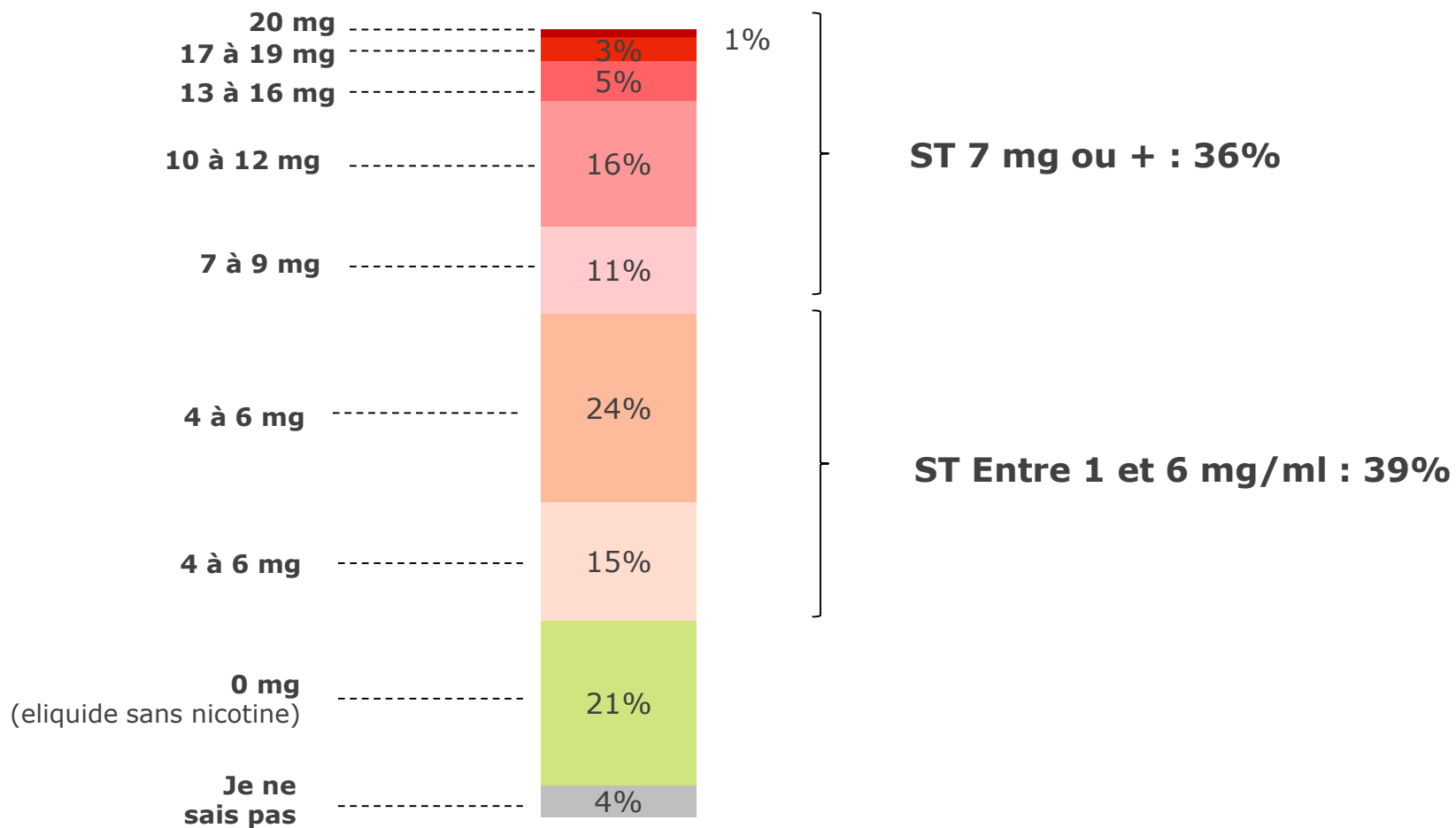
Base : A tous (1000)



# Des concentrations en nicotine variables

**Q16. Actuellement, quelle est la concentration de nicotine que vous utilisez le plus souvent ?**

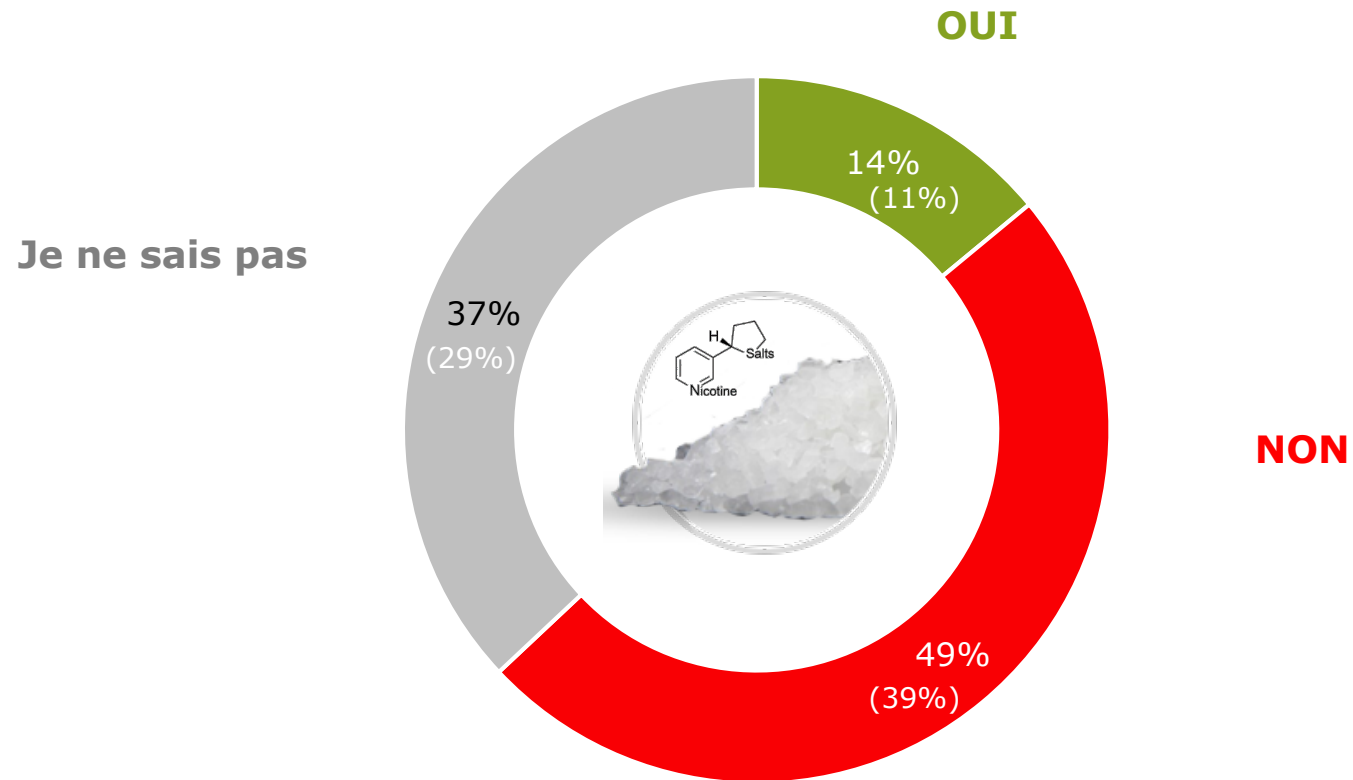
Base : Utilisent des produits à base de nicotine (795), recalculés sur base ensemble (1000)



# Une utilisation de sels de nicotine qui reste marginale

**Q18. Utilisez-vous actuellement du e-liquide avec des sels de nicotine ?**

Base : Utilisent des produits à base de nicotine (795)

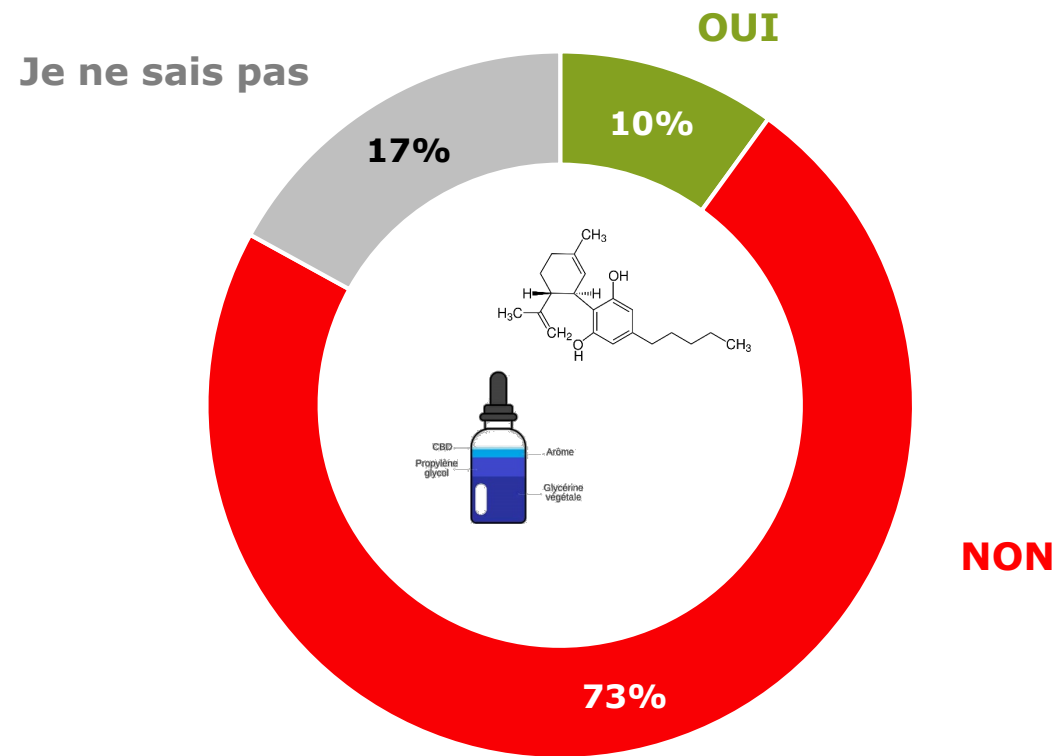


( ) résultats recalculés sur base ensemble (1000)

# 1 vapoteur sur 10 utilise du CBD

**Q19. Utilisez-vous actuellement des produits pour cigarette électronique à base de cannabidiol (CBD) ?**

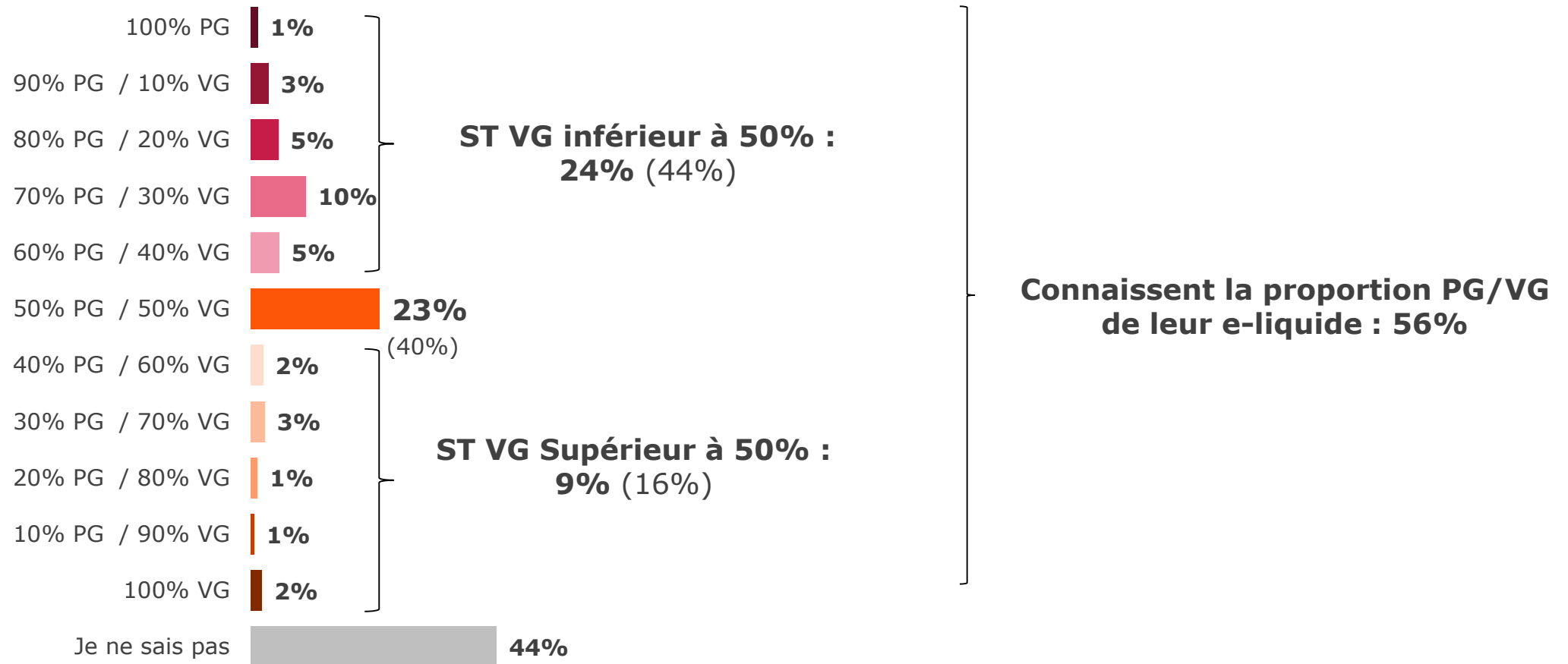
Base : A tous (1000)



# Près de la moitié des vapoteurs ne savent pas la proportion PG/VG contenue dans leur e-liquide

**Q17. Quelle est la proportion de propylène glycol (PG) et de glycérine végétale (VG) contenue dans le e-liquide que vous utilisez le plus souvent ?**

Base : A tous (1000)



# Le DIY concerne près de 4 vapoteurs sur 10

**Q23. Vous arrive-t-il de fabriquer vous-même votre e-liquide (Do It Yourself, DIY) ?**

Base : A tous (1000)

■ Oui, exclusivement ■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, jamais

à partir de produits spécifiquement dédiés aux cigarettes électroniques que vous achetez en boutique ou site Internet spécialisés



**ST Oui, exclusivement ou souvent**

**30%**

**ST Oui**

**38%**

**ST Ont fabriqué au moins une fois leur e-liquide**  
**40%**

à partir de produits non spécifiquement dédiés aux cigarettes électroniques, de produits maison



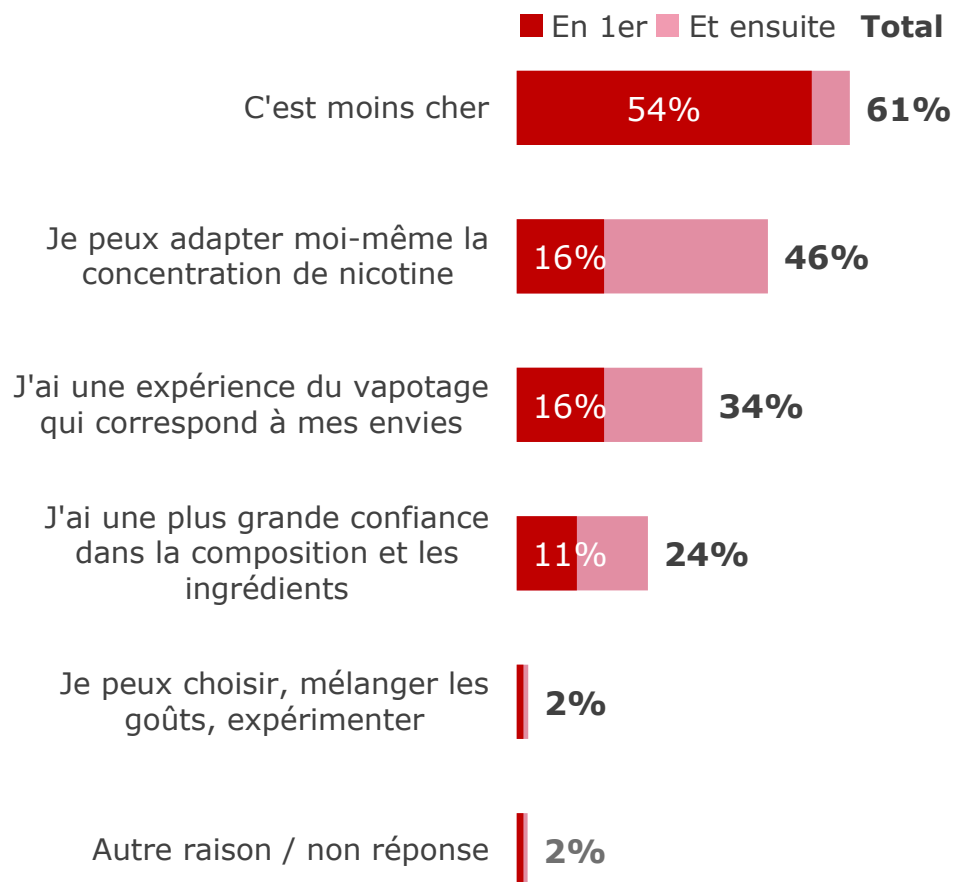
**14%**

**23%**

# Le prix, principale raison du DIY

**Q24. Pour quelle(s) raison(s) préparez-vous vous-même votre e-liquide ? En 1er ? Et ensuite ?**

Base : A ceux qui préparent du e-liquide eux même (400 ) | Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

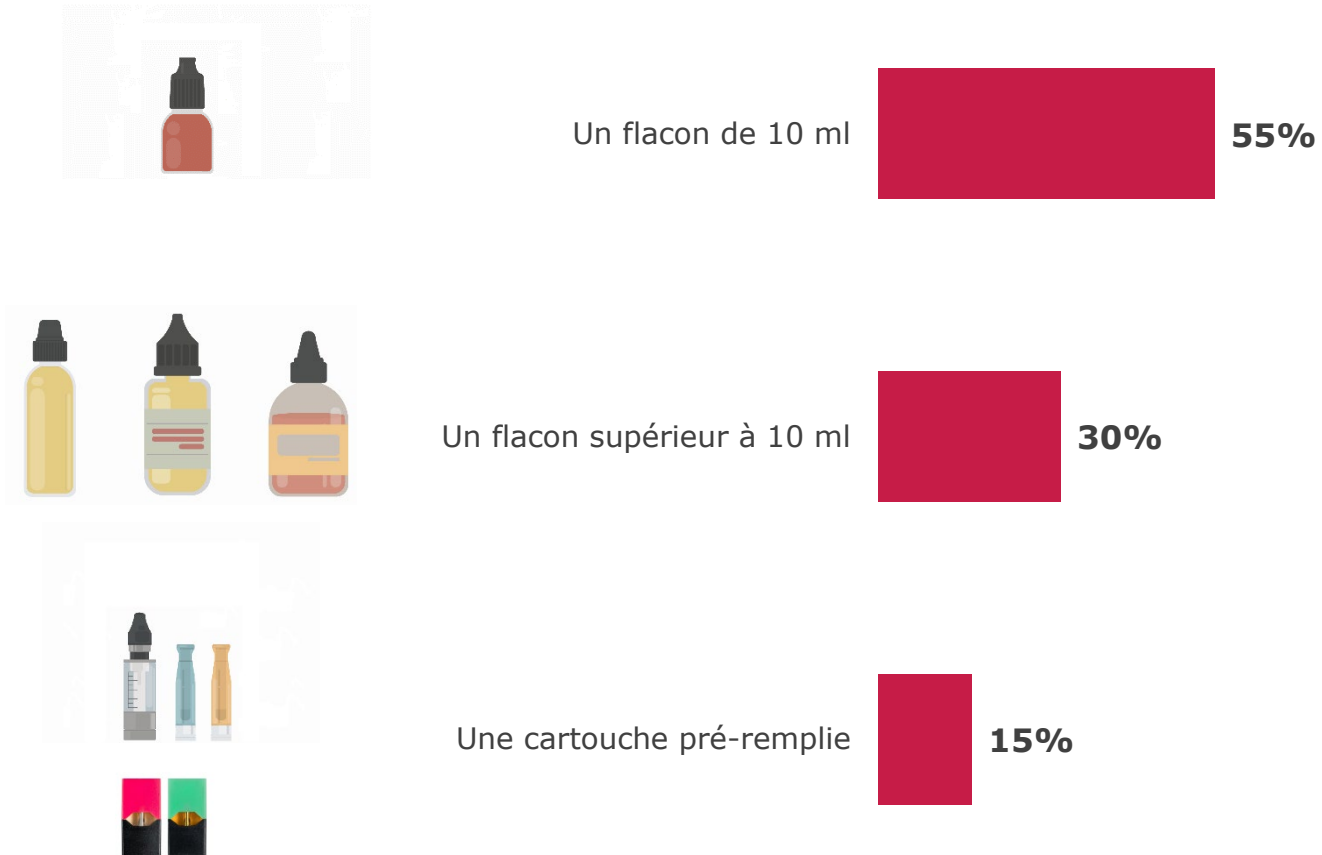




# Le flacon de 10 ml, principal contenant utilisé pour recharger sa cigarette électronique

Q20. Le plus souvent, qu'utilisez-vous pour recharger votre cigarette électronique avec du e-liquide ?

Base : A tous (1000)

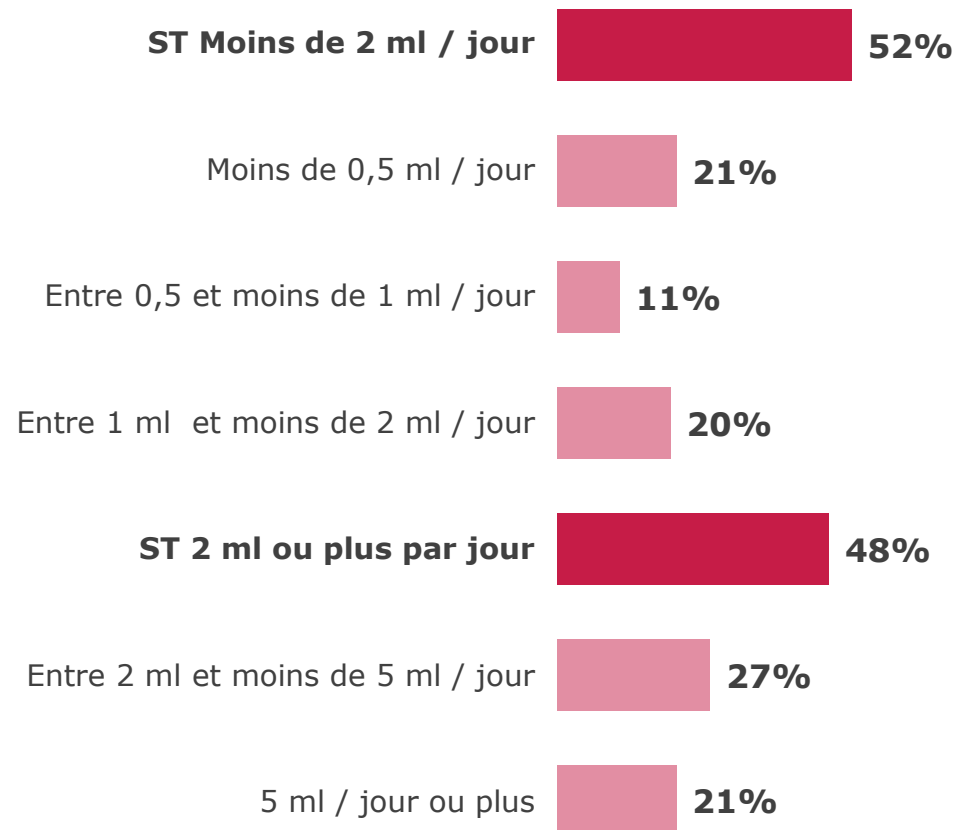


# Consommation moyenne d'e-liquide (hors cartouche)

**Q20a. Combien de millilitres (ml) contient le flacon de recharge de votre cigarette électronique ?**

**Q21. En combien de temps finissez-vous un flacon de X [réponse Q20/Q20a] ml ?**

Base : base répondants qui utilisent un flacon de 10 ml ou plus et connaissent la taille de flacon utilisé (774)

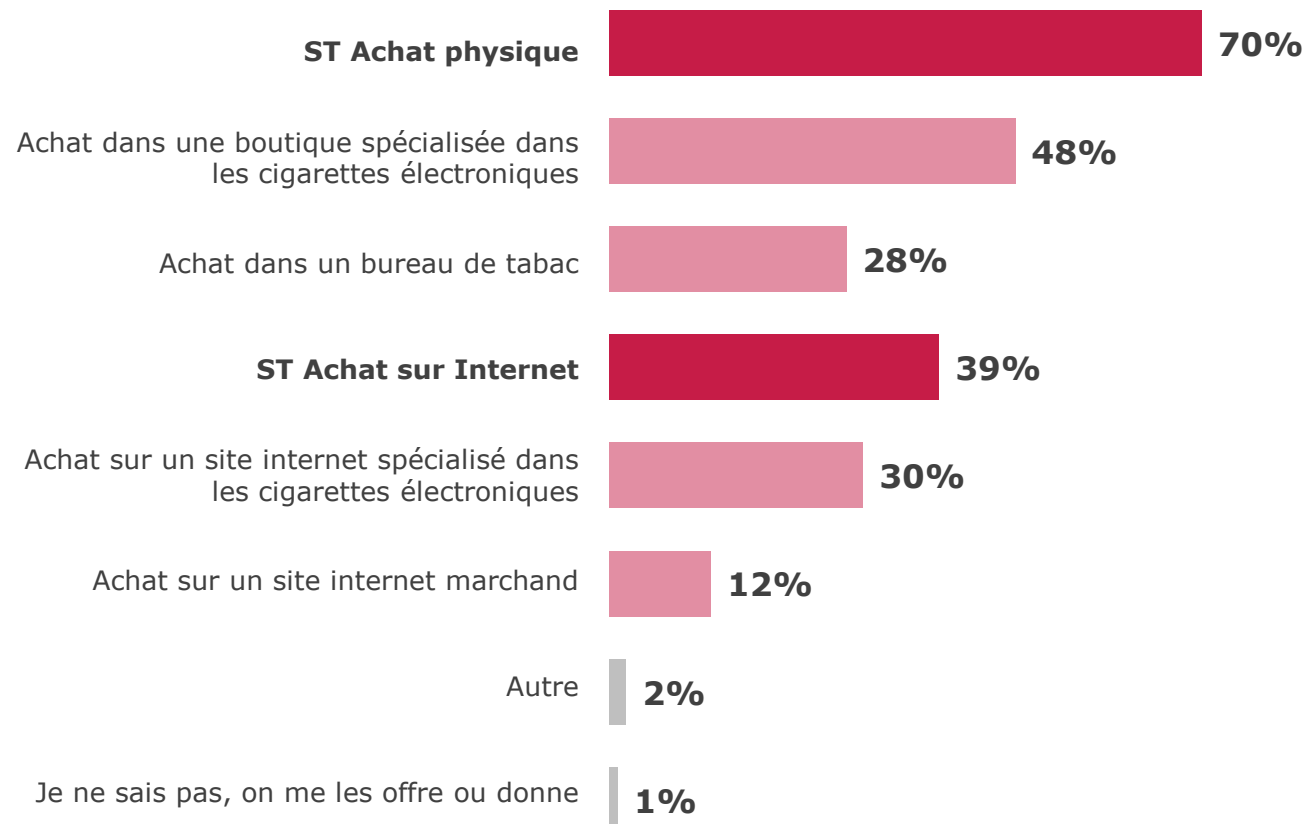


**Consommation  
moyenne (en ml/j)  
3,6  
(Médiane 1,7)**

# Des circuits d'approvisionnement variés

**Q22. Où vous procurez-vous vos liquides pour cigarette électronique : cartouches et flacons de e liquide ou autres liquides en cas de fabrication personnelle ?**

Base : A tous (1000) | Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



# CONCLUSIONS



## Conclusions (1/4)

- 3 vapoteurs sur 4 vapotent de manière quotidienne alors qu'un quart utilise l'e-cigarette de manière plus occasionnelle dont 18% une fois par semaine et 7% moins souvent. Les vapoteurs quotidiens sont plus âgés avec une moyenne d'âge de 43 ans (contre 39 ans pour les vapoteurs occasionnels) et une part beaucoup moins importante de 18-34 ans (28% contre 44% au sein des vapoteurs occasionnels). Si les vapoteurs occasionnels ont débuté le vapotage depuis moins longtemps, ils fument par ailleurs un nombre plus important de cigarettes.
- En moyenne, ils vapotent depuis un peu plus de 2 ans (28 mois exactement). Toutefois, l'ancienneté dans le vapotage s'avère assez variable d'un individu à l'autre puisque 24% ont commencé il y a moins d'1 an et la même proportion vapotent depuis au moins 4 ans. Parmi ceux qui vapotent depuis plus longtemps, on retrouve davantage de vapoteurs quotidiens et de vapoteurs qui ne fument plus de tabac par ailleurs. Ainsi, 62% des vapoteurs quotidiens et 69% des anciens fumeurs vapotent depuis au moins 2 ans vs 58% en moyenne tous vapoteurs confondus.
- Pour la plupart, les vapoteurs n'indiquent pas de réels moments spécifiques au cours de la journée pendant lesquels ils vapotent : plus des deux tiers (69%) disent ainsi l'utiliser à tout moment de la journée plutôt qu'à un moment en particulier. Cette utilisation plutôt continue est encore plus importante chez les vapoteurs les plus réguliers et les plus dépendants à la nicotine : 79% des vapoteurs quotidiens et 72% des usagers d'e-liquide avec nicotine, utilisent leur cigarette électronique tout au long de la journée.
- Compte tenu de leur fréquence de vapotage, presque tous vapotent aussi bien la semaine que le week-end tandis que seulement 5% affirment vapoter uniquement en semaine et 8% a contrario le week-end. Dans l'année à venir, 44% pensent vapoter autant qu'actuellement, 36% diminuer le vapotage voire arrêter (spécifiquement les fumeurs occasionnels et les anciens fumeurs) et 20% au contraire l'augmenter (une pratique surtout évoquée lorsque l'on fume plus de 5 cigarettes par jour).
- Pour vapoter, seulement un quart (27%) privilégie l'extérieur plutôt que l'intérieur et c'est plus particulièrement le cas des vapoteurs jeunes, très récents et utilisant peu de nicotine dans leur produit. Pour la majorité (53%), vapoter se fait aussi bien à l'intérieur qu'à l'air libre alors que 2 vapoteurs sur 10 indiquent surtout vapoter à l'intérieur (bâtiment, domicile ou voiture) et ce sont les personnes qui fument par ailleurs beaucoup qui sont davantage dans cette situation (38%).

## Conclusions (2/4)

- Parmi les vapoteurs, quasiment tous fument encore ou ont fumé quotidiennement dans leur vie. Très peu vapotent sans avoir réellement été fumeurs puisque seulement 3% indiquent n'avoir jamais fumé ou une fois pour essayer dans leur vie.
- Parmi les vapoteurs, 63% fument actuellement et 34% sont d'anciens fumeurs. Parmi ceux qui fument toujours des cigarettes, près de 8 personnes sur 10 le font quotidiennement (77%, soit 43% de l'ensemble des vapoteurs) et seulement 23% fument à l'inverse actuellement moins d'une cigarette par jour. Les vapofumeurs fument en moyenne 7 cigarettes par jour et ce nombre augmente jusqu'à 9 cigarettes chez les vapoteurs occasionnels (qui sont aussi des vapoteurs les plus récents) contre 5 chez les vapoteurs quotidiens.
- 1 vapofumeur sur 2 indique davantage vapoter que fumer (47%), 38% au contraire davantage fumer que vapoter et 15% autant vapoter que fumer.
- Parmi les fumeurs de cigarettes, 51% sont usagers quotidiens à la fois de l'e-cigarette et de la cigarette de tabac, 27% fument quotidiennement mais ne vapotent que de manière occasionnelle, 19% vapotent tous les jours et ne fument qu'à quelques occasions et très peu (3%) ont une consommation occasionnelle à la fois de l'e-cigarette et du tabac.
- Près d'1 vapoteur sur 5 (17%) a fumé du cannabis au cours de l'année écoulée.
- Le vapotage est avant tout motivé par le fait d'arrêter de fumer (68%). 3 vapoteurs sur 10 expliquent leur choix de vapoter en mettant en avant le caractère moins nocif en termes de santé de la cigarette électronique par rapport au tabac, notamment pour les plus âgés (43%) et ceux qui vapotent depuis longtemps (38%).
- Le facteur économique de l'e-cigarette, constitue le 2<sup>ème</sup> motif de vapotage évoqué par 36% des répondants. Les autres raisons qui relèvent du goût ou de la sensation procurée, de la perception par rapport à l'entourage et de l'interdiction de fumer dans certains endroits, s'avèrent un peu plus secondaires (citées par moins de 18% des vapoteurs).
- Les trois quarts des vapoteurs pensent que la cigarette électronique est le moyen le plus efficace pour arrêter de fumer. Les vapoteurs les plus réguliers, les plus expérimentés et les anciens fumeurs se montrent les plus positifs sur le sujet alors que les vapoteurs occasionnels, ceux fumant plus que vapotant et les plus jeunes sont un peu moins convaincus de l'efficacité de l'e-cigarette.
- 7 vapoteurs sur 10 estiment que la cigarette électronique est moins nocive que la cigarette de tabac, principalement ceux vapotant quotidiennement, depuis plus longtemps ou ayant arrêté de fumer. A l'inverse, près d'un quart des vapoteurs (23%) la jugent tout autant nocive que le tabac et 7% pensent même que ses méfaits sur la santé sont plus importants que le tabac. Les plus jeunes, les vapoteurs occasionnels et les plus récents ainsi que les fumeurs notamment les plus gros en nombre de cigarettes sont les profils qui émettent plus de craintes quant à la nocivité de l'e-cigarette.
- La majorité d'entre eux estiment qu'il est possible de devenir dépendant à la cigarette (84% dont 34% en sont certains).
- Le nombre de vapoteurs quotidiens augmente en corrélation avec l'ancienneté de vapotage : leur proportion passe de 68% parmi ceux qui vapotent depuis moins d'un an à 83% parmi les vapoteurs de plus de 4 ans.
- Les fumeurs vont davantage privilégier des taux de nicotine plus élevés (43% optent pour 7 mg ou +) et les vapoteurs quotidiens vont davantage se tourner vers des produits à taux moins forts (43% se tournent vers 1 à 6 mg). La majorité des usagers consomme des produits à base de la nicotine même lorsqu'ils ne fument plus (75% des anciens fumeurs).

## Conclusions (3/4)

- Le MOD est le matériel le plus utilisé par 61% des vapoteurs, suivi du PEN (32% d'usagers). Le POD (12%) et la CIGALIKE (5%) sont en revanche des modèles globalement assez peu usités.
- En termes de choix sont plébiscités : le prix (43%) et la simplicité d'utilisation et d'entretien (38%). Les autres critères comme la capacité du réservoir, l'autonomie, l'esthétisme, les fonctionnalités spécifiques, le faible encombrement et la légèreté sont des aspects un peu moins prépondérants. En outre, 22% précisent avoir choisi leur e-cigarette à partir de la suggestion du vendeur.
- Les achats se font en priorité en magasin bien plus que sur internet (65% vs 27% pour l'e-cigarette et 70% vs 39% pour les produits). Les boutiques spécialisées dans le vapotage constituent la première source d'approvisionnement pour 1 vapoteur sur 2 et notamment les usagers du MOD.
- Une proportion équivalente de vapoteurs achète leur matériel en bureaux de tabac (15%) ou sur un site internet spécialisé dans le vapotage (17%) tandis que seulement 1 vapoteur sur 10 se tourne vers un site internet marchand non spécialisé. Les usagers de POD, les vapoteurs occasionnels ou ceux fumant encore régulièrement sont plus nombreux à se tourner vers un bureau de tabac alors que anciens vapoteurs et usagers du DIY optent plus que les autres pour des achats sur le web.
- La majorité des vapoteurs (60%) considère plutôt bien connaître les principaux modèles et catégories de produits. Plus d'un quart (27%) s'estime novice en la matière et a contrario 13% seulement se jugent vraiment expérimentés avec une bonne connaissance des nouveautés dans l'e-cigarette.
- 44% des vapoteurs ne connaissent pas la composition (PG/VG) de leur e-liquide, 36% ne savent pas la valeur de leur résistance, 29% ne savent pas s'ils utilisent des sels de nicotine et 17% ignorent s'ils consomment des produits à base de CBD. Les recharges de flacon de 10 ml sont les contenants les plus fréquemment utilisés pour 55% des vapoteurs. 3 vapoteurs sur 10 précisent utiliser des flacons de plus grande capacité notamment quand ils ont un MOD ou font du DIY et 15% des cartouches pré-remplies plus spécifiquement dans le cas des POD ou des PEN.
- 56% connaissent le ratio PG/VG de leur e-liquide : pour 23%, il est de 50/50, pour 24%, la VG est inférieure à 50% et pour 9% elle est supérieure à 50%.
- La forte majorité des vapoteurs utilisent des produits à base de nicotine (79%) dont 65% ne recourant qu'à ce type d'e-liquide.
- La large majorité des usagers d'un MOD ou d'un PEN utilisent au moins une fonctionnalité de leur matériel dont la plupart adoptent plusieurs fonctionnalités (60%) tandis que 20% ne disposent pas ou ne connaissent pas ces fonctionnalités. Le contrôle de la puissance (66%) et le réglage du flux d'air (66%) sont nettement plus utilisés que le contrôle de la température (38%), cette fonction n'étant pas toujours présente selon les modèles.

## Conclusions (4/4)

- La majorité des vapoteurs utilisent des e-liquides contenant de la nicotine (79%), parmi eux, 1 vapoteur sur 10 utilise des liquides contenant des sels de nicotine.
- Le CBD concerne également 1 vapoteur sur 10, plutôt les 18-34 ans et les fumeurs de cannabis (33%).
- 4 vapoteurs sur 10 déclarent avoir déjà expérimenté la fabrication de leur propre e-liquide dont 33% affirment souvent le faire. Cette pratique concerne plus les vapoteurs quotidiens (35% le font souvent contre 25% des vapoteurs occasionnels), elle est surtout plus importante chez les 18-34 ans (45%) et les vapoteurs qui fument d'autres types de tabac. Le coût moins élevé que d'acheter des produits déjà prêts s'avère la principale raison avancée par les personnes fabriquant elles-mêmes leur e-liquide (pour 54% d'entre eux). Les autres motifs comme pouvoir adapter le taux de nicotine, adapter le vapotage en fonction de ses envies ou la plus grande confiance accordée dans la composition des liquides fabriqués passent au second plan (évoqués par 11 à 16% des individus dans cette situation).
- La moitié des vapoteurs utilise au moins 2 saveurs d'e-liquide, notamment les 18-34 ans, les vapoteurs récents, les usagers d'un POD ou ceux qui fabriquent régulièrement leur e-liquide.
- Le tabac reste la saveur principale la plus utilisée (33% le plus souvent, 49% l'utilisent au moins de temps en temps), les saveurs fruits et mentholées sont presque autant utilisées avec également de nombreux adeptes (respectivement 51% et 45% des vapoteurs y ont recours). Les arômes plus originaux reproduisant le goût de dessert sucré (barbe à papa, tarte au citron, caramel beurre salé...) ou de boisson (mojito, cola, café...) attirent respectivement 30% et 24% des vapoteurs. Les saveurs fruitées et originales sont privilégiées par les 18-34 ans alors que les plus âgés et les plus gros fumeurs se tournent plutôt vers la saveur tabac.





Agence nationale de sécurité sanitaire  
de l'alimentation, de l'environnement et du travail  
14 rue Pierre et Marie Curie  
F94701 Maisons-Alfort cedex  
[www.anses.fr](http://www.anses.fr)  
[@Anses\\_fr](https://twitter.com/Anses_fr)