



Le CNCT fait condamner le site « Wpuff.com » pour publicité illicite en faveur du vapotage

Paris, le 20 septembre 2022 – Le 16 septembre 2022, le Président du tribunal judiciaire de Paris, saisi par le Comité national contre le tabagisme (CNCT) a condamné, aux termes d'une ordonnance de référé, la société AKIVA éditrice du site internet « *wpuff.com* » et « *wpuff.fr* », pour publicité illicite en faveur de vapotage. Le CNCT salue cette décision d'urgence qui marque un premier coup d'arrêt au marketing extrêmement agressif autour des cigarettes électroniques jetables en direction des jeunes.

Dans le cadre de sa mission de vigilance, le CNCT a découvert que la société AKIVA, fabricante de produits du vapotage, était l'éditrice d'un site internet destiné à un public francophone à l'adresse « *Wpuff.com* » et « *wpuff.fr* » et d'un compte publicitaire Instagram associé, dont l'objet est la promotion assumée et la commercialisation active d'un dispositif électronique de vapotage intitulé « *Wpuff l'unique e-cigarette recyclable pré-remplie* ».

Des contenus manifestement illicites en faveur du vapotage et ciblant les jeunes

Le site publicitaire « *Wpuff* » et le compte Instagram associé sont intégralement construits autour de la promotion publicitaire des dispositifs électroniques jetables de vapotage commercialisés en France. Différents onglets du site étaient visés à l'époque des faits (février 2022) notamment : le menu « *shop* », le « *programme de recyclage* », l'association des produits à des produits alimentaires ou des saveurs gourmandes, ou encore des « *codes promos* » permettant de s'abonner, en violation flagrante de la loi puisque la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des produits du vapotage est formellement interdite (article L 3513-4 du Code de la santé publique).

« Dès lors, la violation manifeste de l'interdiction de toute publicité en faveur desdits produits prévue par l'article L. 3513-4 3° du code de la santé publique est caractérisée ».

Ce site, qui a depuis fait l'objet de multiples modifications en raison de la procédure engagée, vise spécifiquement un public de jeunes consommateurs. Le ciblage publicitaire est manifeste et le site n'a pas d'autres fonctions que d'assurer la promotion et la commercialisation de produits du vapotage.

Le juge considère en effet : *« De fait, ces insertions ne se limitent pas à renseigner le consommateur sur les caractéristiques objectives et essentielles des produits de vapotage, relativement à « leur nature, composition, utilité, conditions d'utilisation ou modalités de vente » mais constituent de manière évidente des messages publicitaires promotionnels pour encourager à consommer les produits vendus sur le site ».*

Le juge de l'urgence précise enfin que cette violation occasionne un préjudice certain au CNCT, dont l'objet social est *« la prévention du tabagisme et la lutte contre la consommation de tabac et ses méfaits sous toutes les formes ».*

La société AKIVA peut faire appel de cette décision provisoire mais répondra au fond de ces faits devant le tribunal correctionnel de Paris lors d'une audience fixée dans le courant du premier semestre 2023.

Le phénomène « puff » continue de prendre de l'ampleur

Si la marque « Wpuff » (du fabricant français Liquideo) reste à ce jour la plus connue dans l'Hexagone, une vingtaine d'autres marques proposent déjà des produits de ce type dans divers lieux de vente et sur Internet. Les « puffs » sont proposées, y compris en dehors des « vapostores », dans plusieurs dizaines de saveurs sucrées ou fruitées (marshmallow, ice candy, ice cream mango, choco noisette, etc.), dans un emballage coloré et attrayant, évocateur des emballages de confiseries très appréciés des enfants. Cette diffusion rapide laisse craindre une nouvelle épidémie d'addiction à la nicotine chez les adolescents et souligne l'enjeu de l'interdiction de toute publicité, promotion en faveur de ces produits ainsi que celui du respect de l'interdiction de vente aux mineurs. La généralisation de la vente de ces produits nécessite également un encadrement de leur vente au sein d'un réseau dédié.

Le Professeur Yves Martinet, président du CNCT

se félicite de cette décision importante, protectrice à l'égard des plus jeunes, qui marque un coup d'arrêt au marketing offensif en faveur des cigarettes électroniques jetables. Il précise que « Ces

stratégies marketing pour les produits du vapotage sont similaires à celles employées par l'industrie du tabac pour recruter de jeunes consommateurs. »