

Paris, le 29 juin 2021

Avec 6 milliards de cigarettes de contrefaçon consommées en 2020, la France sur la 1^{ère} marche du podium européen

L'étude KPMG établit chaque année une cartographie de la consommation des produits du tabac. La dernière en date, publiée le 24 juin 2021, établit deux phénomènes durant l'année 2020 :
- malgré plusieurs périodes de confinement et de couvre-feu, la part de tabac consommé en France et ne provenant pas du réseau des buralistes, reste stable à 30,4% en 2020 (pour 30,1% en 2019) ;
- la contrefaçon de cigarettes atteint 11,8 % de la consommation totale, soit une augmentation de plus de 600% par rapport à 2019, équivalent à 6 milliards de cigarettes contrefaites sur le marché français.

Comment se décomposent les achats des produits du tabac en France en 2020

- Achats dans le réseau des buralistes : 69,6% (-0,4 point par rapport à 2019)
- Achats hors réseau des buralistes : 30,4% (+0,3% par rapport à 2019)
 - Achats en duty free/frontières : 7% (-9 points par rapport à 2019)
 - Contrebande et contrefaçon : 23% (+9,4 points par rapport à 2019)
Dont contrefaçon : 11,8%

La France, cible préférée des trafiquants de cigarettes

Après l'atteinte du paquet de 20 cigarettes dans le réseau des buralistes à 10€, avec le taux de prévalence tabagique le plus élevé d'Europe (31,8%) et la fermeture des frontières empêchant les achats frontaliers, l'intérêt économique du marché français pour les trafiquants n'a fait que croître.

En 2020, près de 6 milliards des cigarettes consommées en France (sur un total de 50,83 milliards) étaient issues de la contrefaçon. Ces 6 milliards représentent 58% du marché des cigarettes de contrefaçon en Europe, plaçant ainsi la France à la première place du podium.

Pour Hervé Natali, Responsable des Relations territoriales : « *L'explosion des cigarettes de contrefaçon n'est malheureusement pas une surprise. Les trafiquants ont saisi l'opportunité d'alimenter le marché français, en proposant des produits contrefaits aux fumeurs qui habituellement s'approvisionnent de l'autre côté des frontières.*

Au-delà du risque à consommer des produits qui échappent à tout contrôle sanitaire, cette criminalisation du trafic de tabac, qui s'apparente à celui des stupéfiants, pourrait avoir les mêmes impacts sur la sécurité des français ; sans parler des milliards d'euros de recettes fiscales non perçues par l'Etat.

Le constat est simple : la trajectoire fiscale des 3 dernières années a malheureusement poussé les fumeurs à sortir du réseau des buralistes, mais pas du tabac.»

À propos de Seita

Seita, filiale du Groupe Imperial Brands, est le second acteur du marché français, grâce à une gamme complète de produits – cigarettes, cigares, tabac, papier à rouler et vape. En 2018, Seita a été le premier acteur majeur à se positionner sur le segment de l'e-cigarette, en lançant myblu, système fermé de vape. Un produit de démocratisation de la vape, s'adressant aux fumeurs qui souhaitent une alternative.

Contact : basile.vezin@seita.fr