



Le marché de la vape s'essouffle à peine

Xerfi vient de publier une étude sous le titre :

« Les perspectives du marché de la cigarette électronique à l'horizon 2023 - Offensive des buralistes et du Big Tobacco, menaces réglementaires et perspectives de croissance du marché »

Jusqu'ici tout va bien, ou du moins à peu près, pour le marché français de la cigarette électronique. Si le scandale sanitaire aux Etats-Unis (relatif aux pathologies pulmonaires liées aux e-liquides inhalés) a marqué les esprits en 2019 et encore en 2020, les perspectives de croissance du marché de la cigarette électronique s'annoncent prometteuses dans l'Hexagone. La lutte contre le tabagisme menée par les pouvoirs publics, la prévalence du tabagisme dans le pays (parmi les plus élevées de l'OCDE) ou encore la visibilité accrue de la e-cig constituent en effet de solides moteurs. Les prix élevés du tabac (avec un paquet de cigarettes désormais à plus de 10 euros) mais aussi les offensives des buralistes et des géants du tabac inciteront encore davantage de fumeurs à se convertir à l'e-cig à l'avenir. En l'absence de nouveaux scandales sanitaires et d'études scientifiques défavorables à l'innocuité de la cigarette électronique, le marché devrait en effet croître d'environ 5% à 10% par an en valeur d'ici 2023 pour atteindre quelque 1,3 milliard d'euros (contre +8% en 2020), selon les prévisions des experts de Xerfi Precepta. A moins que la révision de la TPD (Tobacco Products Directive) élargisse en 2021 les droits d'accises du tabac aux produits associés au tabac, comme la cigarette électronique.



Aujourd'hui, la France compte quelque 2 millions de vapoteurs (4,4% des personnes âgées de 18 à 75 ans). Et le potentiel théorique du marché de la vape est considérable. Si 45% des fumeurs de l'Hexagone (plus de 11 millions de personnes de 18 à 75 ans) passaient à la cigarette électronique, le marché avoisinerait les 2 milliards d'euros, soit le double du marché actuel. Et il grimperait jusqu'à 3 milliards si l'ensemble des fumeurs se convertissaient au vapotage. **Ce potentiel (hors montée en gamme, hausse du panier moyen...) est toutefois très hypothétique et implique encore de lever une multitude de freins pour devenir réalité.** Les pouvoirs publics se montrent par exemple plutôt réservés sur la cigarette électronique. S'ils reconnaissent une moindre dangerosité de ce produit par rapport à la cigarette traditionnelle, ils ne communiquent pas pour autant sur le sujet auprès du grand public. Et ils refusent de considérer la e-cig comme un traitement de sevrage tabagique, au même titre que les patchs et autres gommes à mâcher.

Les pods, nouvel eldorado ?

Cela n'empêche pas les géants du tabac de redoubler d'efforts pour tenter de convertir les Gaulois aux pods (systèmes fermés). Et ce, malgré l'échec de l'Américaine Juul sur le marché tricolore l'an dernier, aux recharges deux fois plus coûteuses que ses concurrentes et dans l'impossibilité d'être promue (la publicité

étant interdite en France). **Ces pods séduisent en effet les vapoteurs débutants à la recherche de simplicité.** Avec un embout directement intégré à la batterie, il suffit à l'utilisateur de clipser une cartouche de e-liquide pré-remplie et jetable pour vapoter. Autre atout de taille, ces e-cigs « fermées » sont généralement très compactes.

Les pods présentent également de sérieux avantages pour leurs fabricants. Les capsules de-liquides de la marque génèrent de facto des revenus récurrents puisque la clientèle est captive et dégagent des marges confortables. Dans ces conditions, les géants du tabac n'ont aucun intérêt à promouvoir un marché ouvert de la vape. **Mais avant d'abandonner totalement les cigarettes traditionnelles au profit des pods, ils devront passer à la vitesse supérieure en matière de circuits fermés pour convaincre les fumeurs de passer à la vape.** Pour préparer leur virage vers les « produits à risques réduits », les cigarettiers élargissent d'ailleurs leur réseau de revendeurs. Il s'agit de buralistes pour l'essentiel. C'est ainsi que Vype (BAT) et Blu (Imperial Brands) sont commercialisés dans plus de 15 000 points de vente.

Initialement considérée comme une menace, la cigarette électronique est désormais l'un des principaux relais de croissance des buralistes. Face à l'érosion des ventes de tabac, ceux-ci misent entre autres sur les pods et les recharges de e-liquides. Certaines marques sont en effet presque exclusivement distribuées dans leur réseau, à l'image des françaises E-CG ou Nhoss. Ce qui leur permet de se différencier des boutiques spécialisées. **Avec plus de 20 000 points de vente, les buralistes sont en réalité l'un des premiers commerces de proximité de France.** Un atout de taille pour commercialiser un produit du quotidien. Et s'ils continuent à élargir leur offre, ils seront alors bien placés pour bénéficier de la conversion des fumeurs au vapotage ces prochaines années. Car ce sont bien ces clients qui tireront la croissance du marché à l'avenir.

Les boutiques spécialisées n'ont pas dit leur dernier mot

Pourtant, les quelque 3 000 boutiques spécialisées s'imposent de loin comme le premier circuit de distribution avec 55% à 65% des parts du marché français, selon les estimations des experts de Xerfi Precepta. Elles devancent ainsi les acteurs de la vente en ligne (20% à 30%) et les buralistes (10% à 20%). Si les indépendants sont légion, trois réseaux de franchisés (J-Well, Clopinette et Vapostore) fédèrent plus d'une centaine de points de vente. Avec la crise, le report d'une partie de leur clientèle vers d'autres circuits, en particulier la vente en ligne, pourrait entraîner la fermeture des boutiques les plus fragiles ces prochains mois. Les pure players spécialisés (Le Petit Vapoteur ou Taklope par exemple) disposent pour leur part d'une offre pléthorique et mènent des politiques tarifaires agressives.

*Auteur de l'étude : **Benoît Samarcq***

BESOIN DE PLUS D'INFORMATIONS ? Un dossier de presse est à votre disposition, sur demande

Le groupe Xerfi est en France le leader des études économiques sectorielles. Il présente le plus grand catalogue de travaux sur la France et l'International. Editeur indépendant, il apporte à ses clients par son expertise professionnelle, sa liberté éditoriale, son ouverture intellectuelle, l'accès rapide, fiable, clair, à la connaissance actualisée des évolutions sectorielles, des stratégies des acteurs économiques et de leur environnement.

CONTACT PRESSE

presse@xerfi.fr

(standard) 01.53.21.81.51

Suivez les actualités du Groupe Xerfi sur [Twitter](#), [Facebook](#) et [LinkedIn](#) !