



La cigarette électronique pour se sevrer du tabac ou être à la mode ?

Xerfi vient de publier une étude sous le titre :

« Les dynamiques concurrentielles sur le marché de la cigarette électronique - Offensive de Big Tobacco, menaces réglementaires, phénomène des puffs : quelles perspectives à l'horizon 2024 ? »

En dépit de son fort potentiel, le marché français de la cigarette électronique se cherche encore et toujours. Car la bataille ne fait que commencer entre des acteurs en quête de légitimité auprès des autorités de santé pour faire reconnaître la e-cig comme un produit de sevrage tabagique, au même titre que les patchs et autres gommes à mâcher, et ceux qui veulent capitaliser sur la nouvelle mode des puffs, ces mini-cigarettes électroniques jetables prêtes à l'emploi plébiscitées par les jeunes. Le sujet divise les professionnels (fabricants de e-cig, producteurs d'e-liquides, boutiques indépendantes, buralistes, grandes enseignes de vape shops et cybermarchands). Certains jouent sur les deux tableaux alors que la réglementation du marché de la vape pourrait bien se durcir et que les cigarettiers cherchent à imposer leurs pods (e-cig à système fermé) pour compenser le repli des ventes de tabac (- 25% en volume depuis 2018). Les fabricants de e-liquides s'interrogent eux sur l'intérêt du CBD (cannabidiol). Sur la base d'un statu quo réglementaire mais aussi de la position des autorités de santé, le marché de la vape (910 millions d'euros en 2021) s'apprécierait d'environ 7,5% par an en valeur en moyenne d'ici 2024 pour franchir la barre symbolique du milliard d'euros, pronostiquent les experts de Xerfi Precepta. Il est vrai que le nouveau record du prix moyen du paquet de cigarettes (10,50 euros en 2021) et le niveau d'inflation sur l'énergie et l'alimentaire mettront le pouvoir d'achat des fumeurs sous pression.



La France compte aujourd'hui environ deux millions de vapoteurs et près de 15 millions de fumeurs, soit respectivement 5,4% et 32% de la population adulte (18-75 ans). Le potentiel est donc considérable puisque si tous les fumeurs cessaient de fumer pour passer à la e-cig, le marché de la vape pèserait alors trois fois plus lourd qu'actuellement (hors effet prix, montée en gamme, hausse du panier moyen...). A condition que tous les freins soient levés. **Même si tous les fumeurs n'ont pas l'intention d'arrêter le tabac, la cigarette électronique reste de loin la première solution pour se sevrer.** La demande sera en outre dopée par l'extension du parc de points de vente spécialisés et le développement de produits de vape dans les bureaux de tabac.

En réalité, la principale menace à court terme pourrait bien venir des revalorisations tarifaires des fabricants de e-liquides, confrontés à l'envolée de leurs coût d'approvisionnement (propylène glycol et glycérine végétale) mais aussi aux prix plus élevés des arômes, de l'énergie ou encore des flacons. Après avoir d'abord

rogné sur leurs marges pour absorber ces surcoûts, ils pourraient bien relever leurs tarifs ces prochains mois pour assurer la pérennité de leur activité. De quoi ralentir la croissance du marché tricolore de la vape alors que la perspective de réaliser des économies substantielles est l'une des principales motivations des fumeurs pour arrêter le tabac.

Le risque réglementaire ne doit pas non plus être négligé entre la possible mise en œuvre d'une taxe sur les produits de vapotage (comme l'Allemagne depuis janvier 2022), l'interdiction des arômes autres que le tabac pour éviter de séduire les non-fumeurs (à l'instar des Pays-Bas récemment) et l'obligation de vendre les e-liquides sous forme de cartouches pré-remplies et scellées. **Si de telles mesures entraînent en vigueur**, elles pèseraient lourdement sur l'attractivité prix de la vape aux yeux des fumeurs et sur son attractivité dans l'aide au sevrage tabagique. **Elles pourraient même entraîner une chute d'environ 50% des ventes, selon les calculs des experts de Xerfi Precepta.**

Des pods et des puffs

Cela n'empêche pas les géants du tabac de redoubler d'efforts pour convertir les Français aux pods. **Pour séduire les néo-vapoteurs, et en particulier les débutants, ils misent sur leur gamme de systèmes fermés (Vuse, Myblu, Logic et bientôt IQQS Veev) commercialisés dans les bureaux de tabac et en ligne.** Vuse (British American Tobacco) revendique à lui seul 47,5% des parts de marché en 2021 sur le segment des pods. Les capsules de e-liquides de la marque génèrent de facto des revenus récurrents puisque la clientèle est captive et dégagent des marges confortables. **Dans ces conditions, les big tobacco n'ont aucun intérêt à promouvoir un marché ouvert de la vape.**

Encore plus simples d'utilisation que les pods, les puffs ont traversé l'Atlantique pour déferler dans les rayons des principales enseignes de vape shops, des buralistes et des sites de vente en ligne l'an dernier en France. Plus de la moitié des grandes marques de e-cigarette ont lancé leur modèle, à l'image de la Geek Bar (Geek Vape), Novo Bar (Smok) ou encore Puffmi (Vapresso).

Les producteurs tricolores de e-liquides ont, eux, un savoir-faire reconnu puisque les deux-tiers des produits vendus sur le marché domestique sont fabriqués dans l'Hexagone. Des marques comme Alfaliquid, VDLV et Nhoss s'imposent ainsi comme des acteurs incontournables mais les nouveautés affluent chaque semaine.

Les boutiques spécialisées font la course en tête

Les vape shops (+ 8% en 2021 avec des grandes enseignes comme Vapostore, Clopinette, J Well et Cigusto) s'imposent comme le premier circuit de distribution de cigarettes électroniques et de e-liquides (55% de parts de marché en valeur selon Xerfi). Viennent ensuite les cybermarchands (30%), à l'image des marketplaces généralistes comme Amazon ou de l'acteur de référence Le Petit Vapoteur, **et enfin les buralistes (15%).** Ces derniers ne manquent pas d'atouts, à commencer par la densité de leur maillage territorial (23 500 points de vente) et un contact privilégié avec les fumeurs, ces potentiels vapoteurs. Seule ombre au tableau : leur offre de produits de vape reste encore limitée.

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](#) !