

RESSOURCES ■ ET STRATÉGIES D'INFLUENCE DE L'INDUSTRIE ■ DU TABAC ET DE ■ LA NICOTINE EN FRANCE ■

SYNTHÈSE

Pour compenser la forte baisse du tabagisme quotidien en France, les industriels du tabac et de la nicotine multiplient les nouveaux produits afin de capter une nouvelle clientèle. En plus d'un marketing et d'une communication visant en priorité les plus jeunes, ils utilisent leur puissance financière pour freiner les mesures législatives ou réglementaires qui pourraient atteindre la rentabilité de leur commerce.

À partir de données publiques tirées notamment du registre de transparence des représentants d'intérêt et des bases de données de l'Assemblée nationale et du Sénat, ce rapport a pour objectif de cartographier les organisations réalisant des opérations de lobbying dans l'intérêt des industriels du tabac et de la nicotine. Il en ressort que plus de **40 organisations** (entreprises, syndicats professionnels, cabinets en affaires publiques...) œuvrent en France dans l'intérêt de ce lobby qui a dépensé en 2025 entre **1,3 et 2 millions d'€** et emploient plus **d'une quarantaine de personnes** dans le seul objectif d'influencer dans leur intérêt commercial les décideurs publics. Grâce à cette puissance financière et matérielle, les industriels et leurs alliés ont déclaré plus de **128 actions de lobbying en 2025** à la Haute Autorité de transparence de la vie publique (HATVP) et ont fait poser **plus de 50 questions par des parlementaires** et **déposer 10 propositions de loi** en leur faveur.

Cette puissance d'influence s'est particulièrement remarquée lors du vote du budget pour l'année 2026 où le gouvernement français a souhaité réglementer le commerce de la cigarette électronique. Ces différentes organisations ont chacune influencé le débat législatif dans leur intérêt, multipliant les contacts avec les décideurs et les tribunes dans la presse jusqu'à aller, pour la principale organisation professionnelle de la cigarette électronique, à organiser une manifestation devant certaines institutions. Cette dernière a utilisé pour cela les mêmes arguments que les grands industriels du tabac : menace sur l'emploi et pour les revenus de l'État, commerce parallèle... le tout en prétextant un objectif de santé publique auprès des décideurs. Sous la pression de ce lobby, le gouvernement a décidé d'abandonner ce projet de régulation.

Alors que la France est partie au traité de l'OMS sur la lutte contre le tabagisme dont l'article 5.3 impose des relations réduites au strict nécessaire entre décideurs et industriels, ce rapport révèle que **les règles sur l'influence de l'industrie du tabac sont encore insuffisantes pour protéger nos politiques de santé publique**. Contre-Feu recommande l'adoption de plusieurs mesures visant à s'assurer que le débat public soit mieux protégé de l'intérêt commercial de ces industriels, qu'ils commercialisent des produits du tabac ou seulement de la nicotine. Par ailleurs, devant les incohérences répétées entre les déclarations de ces industriels à l'administration et les pratiques constatées, **Contre-Feu saisit la HATVP pour lui demander de vérifier la cohérence des déclarations transmises par ces organisations** et, le cas échéant, d'engager les procédures de contrôle et de sanction prévues par la loi.

TABLE DES MATIÈRES

- 2 SYNTHÈSE**
- 6 INTRODUCTION**
- 8 CARTOGRAPHIE DU LOBBYING DES INDUSTRIELS
DU TABAC ET DE LA NICOTINE EN FRANCE**
- 17 ÉTUDE DE CAS : ÉCHEC DE LA RÉGULATION DU
MARCHÉ DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE SOUS
LA PRESSION DU LOBBY INDUSTRIEL**
- 23 RECOMMANDATIONS ET ACTIONS**
- 25 CONCLUSION**
- 28 ANNEXE 1 : MÉTHODOLOGIE ET DONNÉES**
- 29 ANNEXE 2 : LISTE DES ORGANISATIONS
EFFECTUANT DES ACTIONS D'INFLUENCE ENVERS
DES DÉCIDEURS PUBLICS POUR L'INTÉRÊT DES
INDUSTRIELS DU TABAC ET DE LA NICOTINE ENTRE
DEPUIS 2024**

INTRODUCTION

Lobbying du tabac et de la nicotine : quand les industriels cherchent à empêcher la régulation des marchés de l'addiction

En France, le tabagisme recule nettement depuis plus d'une décennie. **Si la prévalence tabagique quotidienne pour les 18-75 ans s'élevait à près de 25% en 2021, elle n'est plus que de 17,4% en 2024¹.** Ce recul s'observe particulièrement chez les lycéens : alors que 17,5% d'entre eux déclaraient fumer en 2018, cette proportion est désormais tombée à 5,6% en 2024². Il en résulte qu'aujourd'hui, l'objectif d'une génération sans tabac (c'est-à-dire où seulement 5% des jeunes de 17 ans sont fumeurs) en 2032 est un objectif atteignable.

Face à ces nombreuses victoires, **les industriels du tabac et de la nicotine redoublent d'effort pour pallier leur manque à gagner et investissent massivement dans de nouveaux produits** : cigarettes électroniques, sachets de nicotine, tabac chauffé... Pour capter de nouveaux clients, ils ciblent en particulier les plus jeunes à l'aide d'un marketing agressif (arômes sucrés, packaging de couleurs vives et référence multiples à l'univers du jeu vidéo ou du cinéma...)³.

En parallèle de leurs actions de marketing, les industriels utilisent leur puissance financière pour **multiplier les actions de lobbying et empêcher toute régulation qui pourrait leur porter préjudice**. Ainsi, au cours des débats relatifs au budget de l'année 2026, le gouvernement français a proposé dans le projet de loi de finance un ensemble de mesures visant à réguler le marché de la cigarette électronique, prévoyant notamment la taxation des e-liquides, l'interdiction de la vente en ligne ainsi que la nécessité d'acquiescer un agrément pour en proposer la vente. **À la suite d'une action particulièrement importante de lobbying, ces dispositions ont été abandonnées par le gouvernement lors du vote final du budget.**

C'est pourquoi Contre-Feu, aux côtés de nombreuses associations et institutions de santé publique, demande à faire réguler au plus vite ce nouveau marché pour freiner l'action des industriels. Certaines victoires ont récemment été acquises : interdiction des cigarettes électroniques jetables, interdiction de l'ensemble des produits oraux de la nicotine... **Plusieurs mesures doivent cependant encore être adoptées pour s'assurer que les futures générations ne soient pas prises au piège d'une nouvelle addiction.**

CONTEXTE ET OBJECTIFS

En s'appuyant sur des données publiques, ce rapport vise en premier lieu à dresser un **portrait détaillé des acteurs du lobby du tabac et de la nicotine en France**. Il identifie les différentes catégories d'organisations de l'industrie (entreprises, cabinets de conseils, fédérations, syndicats...), leur force en termes de ressources financières, de nombre de personnes employées ainsi que leurs rencontres et interactions avec des décideurs institutionnels français.

Il vise également à présenter un exemple concret de l'action de ce lobby en détaillant le processus ayant abouti au **retrait de l'article 23 du projet de loi de finances pour l'année 2026 qui prévoyait un encadrement de ce marché**. En redoublant d'efforts, certains industriels sont parvenus en dernier recours à amener la suppression de cet article dans la version finale du texte. Ce cas d'étude confirme les conclusions de notre rapport concernant l'influence persistante de certains industriels de l'addiction sur la décision publique, qui utilisent pourtant les mêmes ressorts depuis maintenant plusieurs dizaines d'années.

Ce rapport prouve enfin de nouveau la méconnaissance des règles régissant l'influence des industriels du tabac en France. La France et l'Union européenne sont en effet signataires de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT), un traité international entré en vigueur en 2005, comptant à ce jour 182 parties et dont l'objectif est de protéger les générations présentes et futures des effets sanitaires, sociaux, environnementaux et économiques de la consommation de tabac. Son article 5.3 indique que « *en définissant et en appliquant leurs politiques de santé publique en matière de lutte antitabac, les Parties veillent à ce que ces politiques ne soient pas influencées par les intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac, conformément à la législation nationale* ».

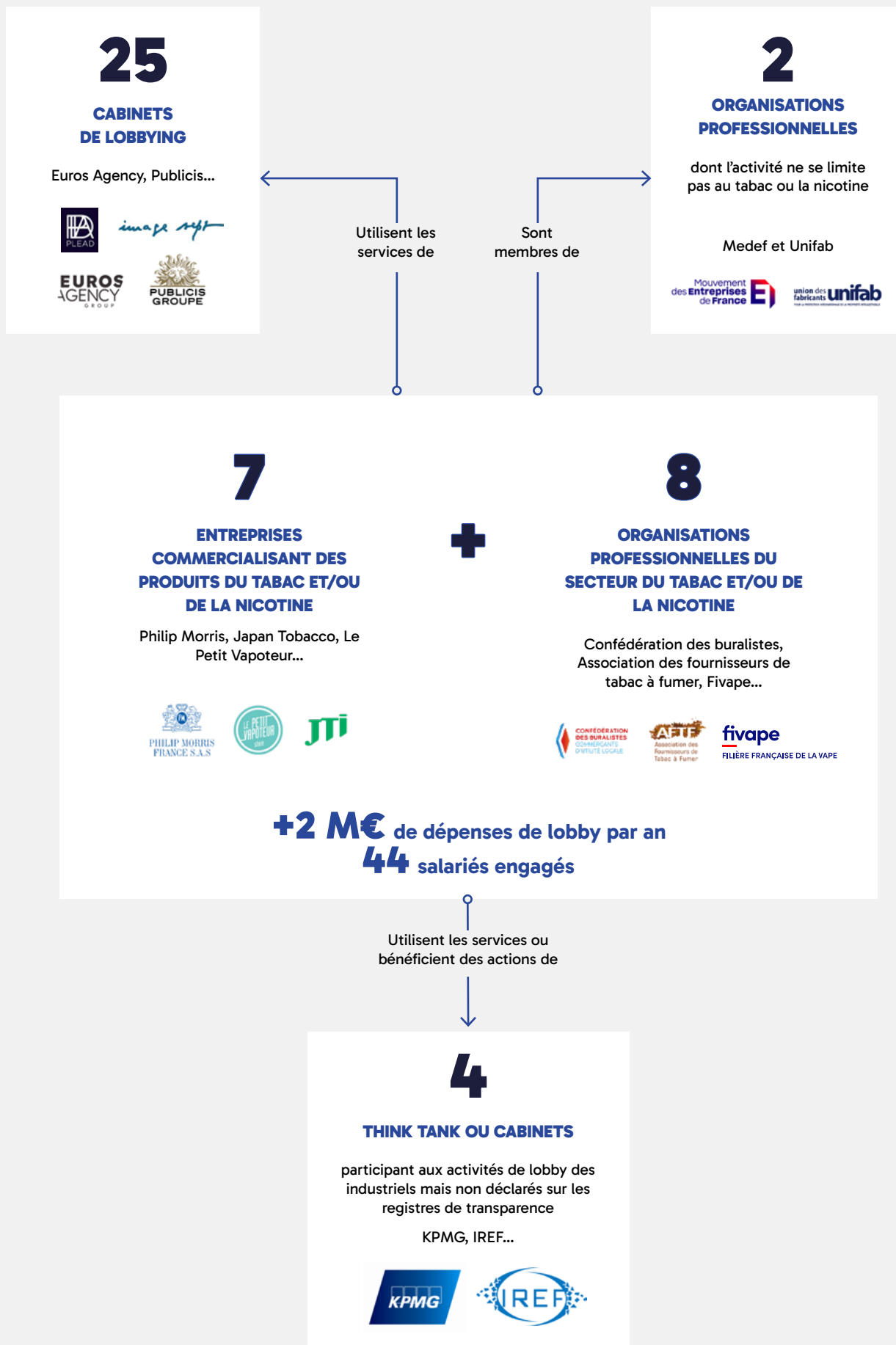
Au vu des éléments décrits dans ce rapport, il ne fait aucun doute que **cet article 5.3 ainsi que ses lignes directrices ne sont pas suffisamment appliquées** et que de nouvelles mesures relatives à la transparence doivent être adoptées pour protéger notre société des agissements des industriels de l'addiction.

CARTOGRAPHIE DU LOBBYING DES INDUSTRIELS DU TABAC ET DE LA NICOTINE EN FRANCE

Il ne s'agit pas de lister l'ensemble des entreprises participant à ce commerce mais seulement les organisations ayant effectué entre 2024 et aujourd'hui des actions de lobbying dans l'intérêt des industriels du tabac et de la nicotine (c'est-à-dire, selon la définition de la HATVP, une « activité qui consiste à prendre l'initiative d'entrer en contact avec des personnes chargées d'élaborer et de voter les décisions publiques ou de conduire l'action publique nationale ou locale pour influencer leurs décisions »)⁴.

Comme tout lobby, celui-ci s'organise entre de multiples acteurs (entreprises, cabinets de conseil, associations d'entreprises...) qui vont chacun, ensemble et séparément, tenter d'influencer les décideurs publics.

Ces données étant principalement issues de données déclaratives (voir en Annexe 1 : Méthodologie et données), elles sont susceptibles d'être sous-estimées par les industriels. La liste des organisations ciblées est disponible en Annexe 2.



Un vaste réseau d'influence

Grâce aux données du registre de transparence des représentants d'intérêt, Contre-Feu dénombre au moins **40 organisations s'employant activement à influencer les décideurs français au nom de l'industrie du tabac et de la nicotine**. Ces acteurs sont répartis en 4 catégories :

- **7 entreprises fabriquant, distribuant ou commercialisant des produits du tabac ou de la nicotine.** Ce groupe rassemble les grands cigaretteurs internationaux (Philip Morris, British American Tobacco, Japan Tobacco International...) ainsi que les industriels nationaux, qu'ils soient du tabac ou spécialisés dans le commerce des produits du vapotage.



L'entreprise LPV Company (ou « Le Petit Vapoteur ») est l'une des principales entreprises liées à la vente des produits de vapotage. En 2024, celle-ci revendiquait plus de 154 millions d'€ de chiffre d'affaires ainsi que le titre de « leader européen de la vente de produits pour cigarettes électroniques »⁵.

- **8 organisations professionnelles ou associations liées au tabac et à la nicotine.** Il s'agit d'organisations coordonnant plusieurs acteurs du marché afin de mieux représenter leurs intérêts devant les décideurs publics. En France, il s'agit particulièrement de l'Association des fournisseurs de tabacs à fumer (AFTF), de la FIVAPE pour la cigarette électronique et de la Confédération des buralistes qui représente les 22 500 buralistes en France.

fivape

FILIERE FRANÇAISE DE LA VAPE
SYNDICAT INTERPROFESSIONNEL
INDÉPENDANT DE L'INDUSTRIE DU TABAC

La FIVAPE est le syndicat professionnel de la cigarette électronique. Il se présente comme représentant de la « filière française de la vape », et « indépendant de l'industrie du tabac », ce dont il fait un argument aussi bien marketing que politique. Comme le font les industriels du tabac avec leurs nouveaux produits de la nicotine, la FIVAPE cherche à se présenter comme un acteur de santé publique, affirmant être à l'« avant-garde de la lutte contre le tabagisme ».

Il est pourtant avant tout un acteur commercial dont le revenu est fondé sur l'addiction à la nicotine, avec, selon les chiffres publiés par ce syndicat, 876 boutiques de cigarettes électroniques et 25 000 emplois directs ou indirects⁶.

- **25 cabinets de lobbying ou de conseils en affaires publiques.** Les entreprises et associations font appel à des cabinets spécialisés pour représenter leurs intérêts devant les décideurs et multiplier leur force d'influence : Ernst & Young, Euros Agency, Publicis...

Certaines entreprises partagent les mêmes cabinets d'affaires publiques. C'est notamment le cas du cabinet Euros Agency qui vend ses services aussi bien à la SEITA (aujourd'hui filiale du groupe Imperial Tobacco) qu'à l'entreprise Le Petit Vapoteur⁷.



La Confédération des buralistes utilise les services du cabinet Image 7. En 2024, le média La Lettre avait notamment révélé que le cabinet avait engagé temporairement une ancienne conseillère au ministère de la Santé, Capucine Durieux-Rudigoz. Celle-ci avait travaillé sous trois ministres de la Santé avant d'être employée quelques mois par Image 7 et mobilisée sur le lobbying de la Confédération des buralistes⁸.

— Une analyse complète de l'écosystème du lobby du tabac nécessite de prendre en compte **d'autres acteurs qui participent directement à influencer les décideurs dans l'intérêt des industriels mais qui ne sont pourtant pas identifiés dans les registres de transparence** :

- **Il existe ainsi au moins 4 cabinets de conseil, think tank** ou organismes équivalents qui produisent des enquêtes ou des travaux de recherches dont les conclusions servent directement les industriels et qui sont souvent rémunérés par ces derniers.

Il s'agit en particulier du cabinet **KPMG** qui produit chaque année des rapports sur le marché parallèle des produits du tabac et dont le contenu et les conclusions sont régulièrement contestés comme un outil de lobby au service des cigarettiers⁹. Il s'agit également de **l'institut Molinari**, de **l'IREF (Institut de Recherches Economiques et Fiscales)** ou de **l'Observatoire de la fiscalité comportementale** qui produisent de nombreux articles, notes et rapports et qui sollicitent des décideurs ou interviennent dans les médias dans l'intérêt des industriels. Ainsi, en plus de nombreuses autres publications concernant la politique française sur le tabac¹⁰, **l'Institut Molinari** a publié en juin 2025 une étude intitulée « Indicateur 2025 des États moralisateurs », particulièrement critique des mesures de santé publique¹¹. Ce document a été publié à l'origine par un organisme européen, EPICENTER, qui a des liens documentés avec l'industrie du tabac¹².

Plusieurs de ces organismes exercent une réelle influence auprès de décideurs publics et ne sont pourtant pas inscrits sur les registres de transparence. Ils ne sont donc pas comptabilisés dans les chiffres cités ci-dessus.

C'est le cas de l'**IREF** qui publie régulièrement des articles critiques de la fiscalité sur le tabac. En 2024, cet institut avait publié un rapport sur ce sujet directement financé par Philip Morris et qui avait été communiqué, selon nos informations, à des membres du gouvernement¹³. Par ailleurs en 2025¹⁴ et 2026¹⁵, l'IREF a organisé des colloques mentionnant notamment le sujet de la fiscalité comportementale en présence de plusieurs décideurs publics, en particulier des parlementaires ou élus locaux.

Concernant l'Observatoire de la fiscalité comportementale, outre de nombreuses publications particulièrement critiques des taxes sur le tabac, l'Observatoire a publié en 2025 un document intitulé « La fiscalité comportementale : évolution, dérives et nouveaux enjeux »¹⁶, dans lequel la décision d'interdiction des sachets de nicotine est lourdement critiquée. À l'occasion de la parution de ce document, l'Observatoire a organisé un petit-déjeuner à l'Assemblée en présence de plusieurs députés¹⁷.

Si l'Observatoire n'est pas inscrit sur le registre des représentants d'intérêts, deux de ses membres du comité de rédaction sont associés au cabinet Forward Partners, le cabinet d'affaires publiques engagé par British American Tobacco¹⁸.

- **Au moins 2 organismes professionnels à visée générale**, dont l'objet n'est pas uniquement le commerce du tabac ou de la nicotine mais qui peuvent partager les demandes des industriels du tabac, ou en tous cas participent à la normalisation de la présence dans le débat public. Il s'agit de l'**UNIFAB** (Union des fabricants pour la protection internationale de la propriété intellectuelle) ou du **MEDEF** qui réunit notamment Logista, British American Tobacco et Japan Tobacco International.

Regroupant plusieurs industriels dans un objectif de sensibiliser le public aux problématiques concernant la propriété intellectuelle, **UNIFAB réalise régulièrement des campagnes sur la contrefaçon des produits du tabac avec le financement direct de l'entreprise Philip Morris**. Il s'agit de campagnes nationales, avec un budget conséquent : affichage, site Internet, communiqué de presse... incitant à n'acheter des produits du tabac que dans les lieux autorisés¹⁹.



Des ressources financières et humaines conséquentes

Les organisations identifiées ci-dessus, c'est-à-dire les industriels du tabac et de la nicotine ainsi que les organismes professionnels spécialisés (hors les syndicats professionnels généralistes et les cabinets de conseils qui peuvent avoir d'autres clients que les industriels du tabac ou de la nicotine) déclarent consacrer entre **1,3 et 2 millions d'€ par an à des activités de lobbying** visant les décideurs publics français. Elles déclarent par ailleurs employer au moins **44 personnes dont la principale activité est d'influencer ces décideurs**.

— **Concernant les ressources financières**, il est nécessaire de se référer à deux types de déclarations réalisées par les industriels.

Les principales informations peuvent être tirées des déclarations faites par l'ensemble de ces organisations à la HATVP. En ne prenant en compte que les organisations dont l'activité unique est l'influence au service des industriels du tabac (et donc sans prendre en compte les cabinets d'affaires publiques ou les organismes professionnels à visée générale notamment, comme le MEDEF), ces organisations ont déclaré dépenser entre **1,3 et 2,02 millions d'€** en 2025. A noter : ce chiffre est en légère baisse par rapport à l'année 2024 où ce chiffre était entre 1,9 et 2,5 millions.

Ces informations sont à recouper avec les déclarations réalisées par les industriels au ministère de la Santé au titre de leur obligation de transparence. Ce chiffre ne concerne que les industriels du tabac et ne comprend donc pas les industriels de la nicotine et la Confédération des buuralistes, des acteurs pourtant essentiels à ce lobby. **En 2025, ce chiffre était de 906 043 €.**

A titre de comparaison, le budget dédié aux actions de plaidoyer auprès des décideurs publics par les organisations de lutte contre le tabagisme (c'est-à-dire Contre-Feu, le Comité national contre le Tabagisme (CNCT) et Demain Sera Non-Fumeur (DNF)) était en 2025 comprise entre 45 000 et 100 000 €.

— **Concernant les ressources humaines mobilisées par les industriels, ces organisations emploient 44 personnes chargées de la représentation d'intérêt en 2025.**

Ce chiffre renvoie uniquement aux effectifs directement employés par les organisations incluses dans la HATVP. Il ne prend donc pas en compte : les organisations non inscrites dans la HATVP, les salariés des 25 cabinets de conseils ou think-tank listés plus haut ou les salariés des organismes professionnels à but général, type MEDEF ou UNIFAB. Les industriels du tabac conservent une mainmise particulièrement importante sur ces activités de lobbying. Ils concentrent à eux seuls 62,7 % des dépenses engagées et 52,9 % des effectifs mobilisés pour ces actions.

Un lobby omniprésent au sein des institutions

Ce rapport présente plusieurs critères qui permettent **d'évaluer une partie de la puissance de l'influence de ces lobbies** au sein des institutions. À ce titre, les industriels du tabac et de la nicotine ont réalisé ou fait réaliser au moins **128 actions de lobbying en 2025 et ont fait poser plus de 50 questions par des parlementaires** entre 2025 et 2026. Ces organisations continuent par ailleurs d'influer le débat législatif, ayant réussi notamment à faire **déposer au moins 10 propositions de loi** allant dans leur intérêt commercial.

Concernant le nombre d'actions déclarées à la HATVP, l'ensemble des organisations citées ci-dessus ont déclaré **128 actions de lobbying au titre de leurs activités de représentation d'intérêts** (en 2024, ce chiffre était de 117) : il s'agit des actions déclarées aussi bien par ces organisations que par les cabinets qu'elles emploient. Ces actions peuvent porter sur une multitude de sujets : commerce parallèle, sachets de nicotine, situation des buralistes...²⁰.

Ces actions peuvent être particulièrement efficaces quand elles sont menées par des personnes ayant une connaissance précise de l'institution sollicitée. Ainsi, **British American Tobacco (BAT) utilise directement les services d'un ancien député de la République en marche, Adrien Morenas**. Ce dernier, qui a été député pendant plus de 4 ans, a créé le cabinet AMC (pour Adrien Morenas Conseil) auquel, selon les données fournies par l'industriel au ministre de la Santé, BAT a versé plus de 60 000 € entre 2024 et 2025.

Philip Morris a ainsi déclaré 10 actions « en propre » en 2025 – c'est-à-dire sans comptabiliser les actions entreprises en son nom par les cabinets d'affaires publiques rémunérés. L'entreprise a notamment cherché à faire légaliser les sachets de nicotine, communiqué sur le marché illicite ou voulu restreindre les avertissements sanitaires pour son nouveau produit, le tabac chauffé.

France Vapotage, l'une des principales organisations professionnelles du secteur de la cigarette électronique, n'est pas en reste avec 8 actions déclarées en 2025, se concentrant notamment sur la lutte contre l'instauration d'une fiscalité sur la vente des cigarettes électroniques.

Concernant le nombre de questions parlementaires, entre janvier 2025 et août 2026, il est possible de distinguer 56 questions parlementaires favorables aux intérêts commerciaux du secteur sur 96 questions portant sur le tabac, la nicotine et la cigarette électronique. Les questions parlementaires sont un outil classique du lobbying : il s'agit de demander à un député ou un sénateur de poser une question écrite ou orale au gouvernement afin de mettre la lumière sur un sujet ou de critiquer l'absence d'avancées sur une problématique particulière.

Sans citer explicitement les industriels ou organismes professionnels énumérés ci-dessus, les questions parlementaires identifiées reprennent ou défendent leurs arguments. Elles participent à entretenir une pression sur le débat public dans leur intérêt, en faisant un outil privilégié de lobbying.

La Confédération des buralistes recourt particulièrement à cet outil d'influence. Par son réseau de débitants étendu sur tout le territoire, cette organisation sait utiliser le ressort local pour convaincre un parlementaire de poser une question dans son intérêt.

Ainsi, en 2025, le député Alexandre Dufosset (Rassemblement National) a posé une question parlementaire pour défendre la situation des buralistes et demander plus de moyens pour lutter contre le commerce illicite et plus d'aide financière pour les buralistes. Sa question reposait notamment sur une étude du cabinet KPMG financée par Philip Morris²¹.

— Outre les amendements régulièrement déposés lors des discussions législatives, les industriels du tabac et de la nicotine parviennent toujours à **faire déposer par les parlementaires des propositions de loi favorisant leur intérêt commercial**. Depuis 2024, pas moins de 10 propositions de loi, ont été déposées à l'Assemblée nationale ou au Sénat, dont l'objet favorise l'intérêt commercial de ces industriels.

La grande majorité de ces propositions de loi concernent la légalisation des nouveaux produits de la nicotine ou le renforcement des moyens alloués pour lutter contre le commerce parallèle des produits du tabac.

À titre d'exemple, le député Ensemble pour la République Ludovic Mendes a déposé une proposition de loi « réglementant les produits de substitution au tabac » à l'Assemblée nationale en mai 2025²². Sous couvert d'objectif de santé publique, **cette proposition de loi visait surtout à éviter une interdiction complète des sachets de nicotine en France en leur donnant un cadre juridique et en proposant de donner l'exclusivité de leur vente aux buralistes.**

 **Dépôt à l'Assemblée nationale**
Mardi 13 mai 2025 (17^e législature)

 Proposition de loi réglementant les produits de substitution au tabac, n° 1390, déposée le mardi 13 mai 2025.
Mise en ligne : mardi 13 mai 2025 à 18h21

Renvoyé(e) à la commission des affaires sociales.

 **Auteur de la proposition**

 **M. Ludovic Mendes**
Ensemble pour la République

Il pourrait être ajouté à ces différents chiffres le nombre de tribunes, rapports ou études publiés par ces organisations ou des partenaires de ces organisations dans les médias ou sur Internet, les réseaux sociaux, afin d'influencer le débat politique dans leur intérêt.

On comptabilise ainsi près d'une dizaine de tribunes publiées dans l'intérêt commercial de ces industriels : Philip Morris, British American Tobacco, Confédération des buralistes... Ces acteurs investissent régulièrement l'espace médiatique. Il s'agit par exemple pour Xavier Puech, président de PMI France de demander l'organisation d'un « Grenelle de la nicotine »²³ ou de revendiquer une « transition environnementale » pour son entreprise (oubliant de mentionner l'impact environnemental particulièrement lourd des activités de cette industrie)²⁴ ou pour Sébastien Charbonneau, responsable des affaires publiques de British American Tobacco, de critiquer la décision gouvernementale d'interdire les sachets de nicotine²⁵.

23 fév 2026 | Pression normative, Récents

« J'en appelle à un Grenelle de la nicotine » (Xavier Puech / PMF)

« La loi Évin a 35 ans (voir 8 janvier 2016 et 11 janvier 2024). Pionnière à l'époque, n'a-t-elle pas atteint ses limites ? »
C'est ainsi que débute un message de Xavier Puech (Président de Philip Morris France) sur LinkedIn, le 20 février, que nous reprenons.

Adoptée le 10 janvier 1991, la loi Évin a incontestablement marqué un tournant.
Elle a contribué à la dénormalisation de la cigarette dans l'espace public : interdiction de la publicité, de consommer dans beaucoup d'espaces publics, protection contre le tabagisme passif. Elle a eu un impact durable sur les mentalités.

Mais 35 ans plus tard, une question mérite d'être posée sans tabou : ce cadre, pensé pour son époque, est-il encore adapté aux enjeux d'aujourd'hui ?
Malgré l'une des législations les plus dures, la France compte toujours près de 12 millions de fumeurs. Malgré une des législations les plus dures, la France compte toujours près de 12 millions de fumeurs. Malgré une des législations les plus dures, la France compte toujours près de 12 millions de fumeurs. Un paradoxe.



OPINION. « Sachets de nicotine : pourquoi refuser une solution en France qui fait ses preuves ailleurs ? »

Sébastien Charbonneau
Publié le 03 mai 2025 à 18:52 - Mis à jour le 01 décembre 2025 à 20:20

L'un des principaux utilisateurs de cet outil de lobby est Norbert Neuvi. Ce dernier est fondateur d'un site faisant la promotion des produits de la nicotine, Nicotine World et également président de l'entreprise Nicoswitch qui commercialise plusieurs produits de la nicotine.

Depuis le 1^{er} janvier 2025, ce dernier multiplie les tribunes pour défendre en particulier les sachets de nicotine. Certaines de ces tribunes font l'objet d'un partenariat commercial avec le média : « Interdire les sachets de nicotine, c'est condamner à mort la réduction des risques »²⁶, « Norbert Neuvi engagé pour un futur sans tabac avec Nicotine World »²⁷, « Le besoin de réglementer les sachets de nicotine en France »²⁸...

Il organise par ailleurs des rencontres et événements impliquant directement des personnalités politiques. C'est le cas pour le « Forum de la francophonie sur la nicotine » dont l'édition 2025 comprenait une intervention de l'ancien ministre de la Santé, Olivier Véran²⁹. C'est aussi le cas en 2025 quand Jean-François Douenne, le directeur général de l'entreprise Nicoswitch et cofondateur de la plateforme Nicotine World a mis en avant sa rencontre avec l'ancien président de la République (et aujourd'hui député) François Hollande³⁰.

ÉTUDE DE CAS

ÉCHEC DE LA RÉGULATION DU MARCHÉ DE LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE SOUS LA PRESSION DU LOBBY INDUSTRIEL

Lors du débat budgétaire ayant eu lieu à la fin de l'année 2025 et au début de l'année 2026 concernant le budget pour l'année 2026, le gouvernement français a présenté dans le texte du projet de loi de finances (PLF) un article 23 visant à réglementer le commerce de la cigarette électronique.

Cet article a été retiré lors de l'adoption du texte, à la suite d'un fort lobbying de l'industrie de la nicotine. Il représente à ce titre un exemple frappant de la puissance persistante d'une partie de ce lobby au sein des institutions françaises. Il s'agit ici d'analyser les actions des différentes organisations autour de cet article pour illustrer l'influence de ces industriels sur le débat public.

ARTICLE 23

Fiscalisation de l'ensemble des produits à fumer

- (1) I. – Le chapitre premier du titre II de la première partie du livre premier du code général des impôts est ainsi modifié :
- (2) 1° Le 1° du A de l'article 278-0 *bis* est complété par un *f* ainsi rédigé :
- (3) « *f* Ceux des produits et denrées susceptibles d'être fumés au sens de l'article L. 314-4 du code des impositions sur les biens et services ; »
- (4) 2° Le *d* du 3° *bis* de l'article 278 *bis* est complété par les mots : « , à l'exception des produits susceptibles d'être fumés au sens de l'article L. 314-4 du code des impositions sur les biens et services ; »
- (5) 3° A l'article 279, après le mot : « alcooliques », la fin du *a bis*, du *m* et du *n* est ainsi remplacée par les dispositions suivantes : « et de celles des produits et denrées susceptibles d'être fumés au sens de l'article L. 314-4 du code des impositions sur les biens et services ; »
- (6) 4° Le *d* du 5° du I du I de l'article 297 est complété par les mots : « et que celles des produits et denrées susceptibles d'être fumés au sens de l'article L. 314-4 du code des impositions sur les biens et services ; ».
- (7) II. – Le titre I^{er} du livre III du code des impositions sur les biens et services est ainsi modifié :
- (8) A. – A l'article L. 311-1 :

L'éphémère article 23 au PLF : une tentative de régulation du marché de la cigarette électronique entravée par les lobbies

Lors de la présentation du projet de loi de finances 2026 (PLF), le gouvernement a proposé dans son article 23 l'adoption d'un ensemble de règles visant notamment à réglementer le commerce des cigarettes électroniques³¹. Il s'agissait en particulier de trois mesures :

- Instauration d'une **taxe sur les liquides des produits du vapotage en fonction de leur teneur en nicotine** (0,03€/ml pour les produits contenant jusqu'à 15 milligrammes de nicotine et 0,05 €/ml au-delà) ;
- **Interdiction de la vente en ligne** des produits du vapotage ;
- **Mise en place d'un agrément de vente** pour les établissements qui proposent des produits de vapotage (hors buralistes).

Ces mesures vont dans le sens des recommandations de l'ensemble des organisations européennes ou internationales de santé publique, **en particulier l'OMS qui recommande la taxation des cigarettes électroniques dans un objectif de protection de la santé publique**³². Les débats autour de cet article ont cependant été nombreux, aussi bien à l'Assemblée nationale qu'au Sénat.

Alors que les parlementaires s'étaient mis d'accord sur une partie de cette réglementation (à savoir la nécessité d'obtenir un agrément pour la vente des produits du vapotage), **le gouvernement a retiré sans explication cet article lors de l'adoption finale de ce texte via l'article 49.3 de la Constitution.**

Un réseau d'influence diversifié aux intérêts principalement convergents

Il est possible, entre les déclarations faites à la HATVP et la consultation de la presse spécialisée, de détailler l'ensemble des organisations de l'industrie du tabac et de la nicotine ayant participé à ce débat (voir : Annexe1 : Méthodologie et Données).

— Au total, en 2025, ce sont **22 actions qui ont été déclarées à la HATVP par des représentants d'intérêts** concernant l'article 23 du PLF 26. Regroupant à la fois des syndicats, industriels ou cabinets en affaires publiques qui les ont représentés, **plus de 15 acteurs différents ont été mobilisés sur cet article**. Il s'agit avant tout des industriels et syndicats professionnels dédiés spécifiquement à la cigarette électronique, ces derniers ayant déclaré le plus d'actions à la HATVP (au moins 8 pour Le Petit Vapoteur et France Vapotage).

Le secteur du tabac et de la cigarette électronique n'a pas été le seul à se mobiliser sur ce sujet. En effet, l'article 23 du PLF se proposant aussi de réguler leur commerce, **les industriels du CBD (cannabidiol) ont également déclaré des actions d'influence**, en particulier l'Association française des producteurs de cannabinoïdes (AFPC) ou l'Union des professionnels du CBD (UPCBD).

— Ces acteurs n'ont pas poursuivi le même objectif concernant l'article 23. **Les industriels spécialisés dans le commerce de la cigarette électronique et des liquides de vapotage, ainsi que leurs syndicats professionnels, se sont opposés à toute régulation, taxation ou agrément**. La **Confédération des buralistes s'est quant à elle montrée explicitement en faveur d'une partie de l'article 23**, celui-ci lui permettant, via la disposition de l'agrément nécessaire pour la vente des produits du vapotage (cet agrément étant automatiquement donné aux buralistes), de récupérer une partie d'un marché qui leur fait défaut³³.

Concernant **les industriels du tabac, comme Philip Morris International ou British American Tobacco, ceux-ci n'ont pas déclaré à la HATVP d'actions visant à supprimer cet article**. Il ne s'agit en aucun cas de la poursuite d'un objectif de santé publique. Au contraire, comme les buralistes, il est probable que les industriels du tabac souhaitent récupérer le marché de la cigarette électronique en favorisant une réglementation à laquelle ces organisations sont déjà habituées pour les produits du tabac. Lors d'une audition au Sénat en 2024, les représentants de Philip Morris ont ainsi évoqué une taxation différenciée des produits du tabac et de la nicotine, « en fonction de la nocivité des produits », demandant par la même occasion une taxation moindre du tabac chauffé³⁴.



À noter : le cabinet Euros Agency est mandaté aussi bien par Imperial - Seita que par l'entreprise Le Petit Vapoteur. La directrice déléguée générale du cabinet est Mathilde Bordron, auparavant directrice des affaires publiques de JUUL (l'une des principales entreprises américaines de cigarettes électroniques). Or, ces acteurs ayant un objectif concurrent sur cet article 23, **le cabinet Euros Agency a défendu auprès des décideurs aussi bien la taxation des produits du vapotage que la suppression de cette taxe**.

Contre-Feu est en faveur d'une réglementation du marché de la cigarette électronique. S'il ne fait aucun doute que la cigarette électronique peut aider au sevrage, elle doit être réservée aux adultes fumeurs, dans le cadre de l'accompagnement d'un professionnel de santé publique. Afin d'éviter que les industriels du tabac et de la nicotine captent une nouvelle génération de clients, une réglementation de ce commerce est nécessaire et passe notamment par la taxation, comme cela est recommandé par de nombreuses organisations internationales, dont l'OMS³⁵, l'European Respiratory Society³⁶ ou l'European Cancer Leagues³⁷.

Une multitude d'actions engagées par les lobbies pour influencer les décideurs

Dans le contexte et en parallèle des 22 actions déclarées à la HATVP au sujet de l'article 23 du PLF 26, **les industriels ont déployé un ensemble d'actions multiples visant à influencer les décideurs publics dans leur intérêt commercial.**

— **La FIVAPE a été particulièrement engagée dans cette opération** et a obtenu, par la pression politique et publique, la suppression de cet article. Comme le souligne *Le Monde*, « manifestations, conférences de presse, pétitions, affiches, rendez-vous avec les parlementaires : sa fédération avait monté une lourde campagne pour bloquer le projet »³⁸.

Selon le média *Contexte*, cette campagne de communication était pour la FIVAPE d'un montant de 300 000 € et confiée à l'agence ACID CREATION³⁹. Le dirigeant de cette agence, Sébastien Beziau, est un acteur important de cette industrie « française » de la cigarette électronique, proche de la FIVAPE⁴⁰.

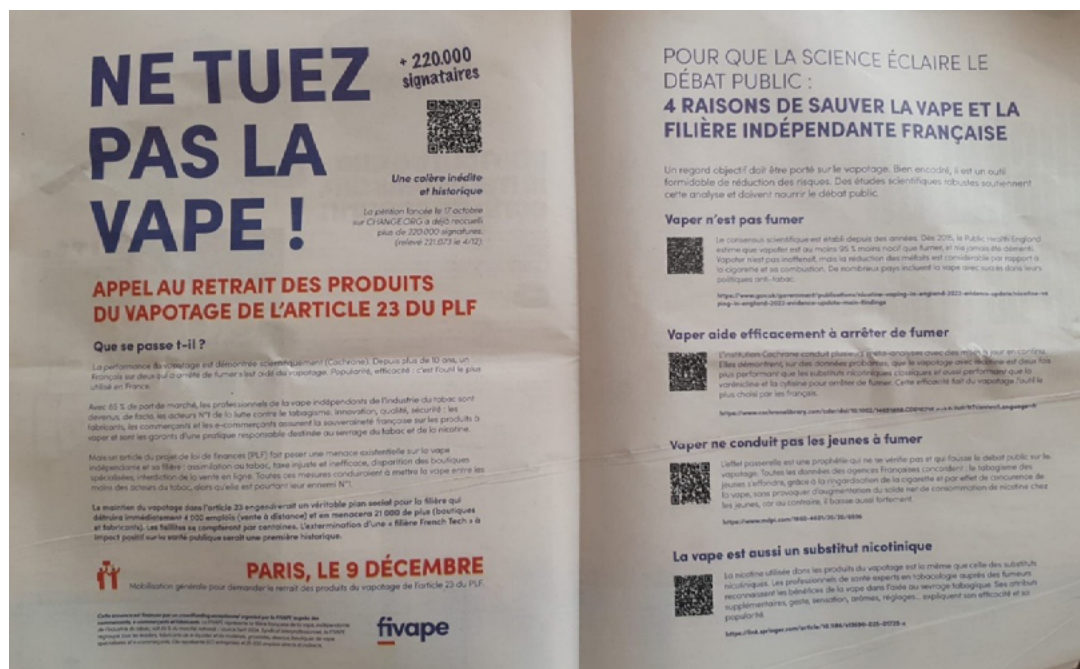
- La FIVAPE a ainsi multiplié les contacts avec les décideurs, engageant notamment ses membres à écrire directement aux parlementaires et publiant de nombreux communiqués de presse, via l'agence de communication Label RP⁴¹. Qu'il s'agisse des courriers ou des communiqués de presse, les éléments avancés étaient **semblables à ceux utilisés par les industriels du tabac pour promouvoir leurs nouveaux produits.**

En plus de promouvoir la cigarette électronique comme un outil de sevrage tabagique et chercher à se présenter comme un acteur de santé publique, la FIVAPE a souligné le danger économique que représenterait selon elle cette régulation via une « étude d'impact » réalisée par le syndicat lui-même, « s'appuyant sur des données consolidées et des hypothèses prudentes ». Dans un communiqué de presse, la FIVAPE a ainsi agité la menace d'un « véritable plan social pour la filière, détruisant immédiatement 4 000 emplois (vente à distance) et en menaçant 21 000 autres (boutiques et fabricants) », une perte de « 365 millions d'€ » pour les finances de l'Etat, avec une « perte nette de valeur ajoutée nationale est estimée à 1,12 milliard d'€ par an »⁴².

En parallèle, France Vapotage n'a pas hésité de son côté à brandir la menace du commerce illicite, comme le fait l'industrie du tabac à chaque projet de régulation, estimant que « en cas de mesures punitives, 52 % à 57 % des vapoteurs français déclarent qu'ils se tourneraient vers le marché noir »⁴³.

Outre un site de campagne « [Ne tuez pas la vape](#) » et l’affichage de la pétition dans de nombreuses boutiques spécialisées, la FIVAPE a **multiplié les encarts publicitaires dans les médias**, déformant et aggravant les conséquences possibles de l’article 23 sur leur commerce. Le syndicat a ainsi fait publier plusieurs jours de suite dans le journal *Libération* des appels à voter contre l’article 23 dans le PLF 2026.

Faisant la promotion de la cigarette électronique, cette publication reprenait aussi plusieurs fausses affirmations concernant la cigarette électronique, en particulier le fait que vapoter serait 95% moins nocif que fumer une cigarette, un chiffre contesté par la communauté scientifique⁴⁴. **Une telle publication, répétée sur plusieurs jours, contrevenait pourtant au code de la santé publique** qui interdit la « propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des produits du vapotage ».



De nombreuses manifestations ont été par ailleurs organisées par les lobbies de la vape. C’est le cas le 4 et le 5 novembre 2025 dans près d’une dizaine de villes⁴⁵. À Bordeaux, la mobilisation a été organisée par l’entreprise VDLV, où par communiqué de presse, l’entreprise appelle les journalistes à interviewer le directeur général de l’entreprise, présenté ici comme « expert reconnu du vapotage » et capable « d’un éclairage rigoureux sur la réalité scientifique du vapotage comme outil de sevrage »⁴⁶, ce dernier n’ayant pourtant aucune formation ou diplôme reconnu en santé publique.

C’est également le cas pour la **FIVAPE qui a organisé un événement le 9 décembre à Paris**, lors d’une étape cruciale du vote réunissant représentants du Sénat et de l’Assemblée nationale. Selon ses organisateurs, plus de 1000 personnes se sont réunies pour marcher jusque devant le ministère de la Santé⁴⁷.

Les conséquences d'une victoire du lobbying de l'industrie de la nicotine

Ce mouvement de lobbying, coordonné et mêlant pétitions, manifestations, contacts avec les décideurs, communiqués de presse, tribunes payées dans les médias... a permis à l'industrie de la nicotine d'éviter une réglementation désavantageuse pour leur commerce et de faire supprimer l'article 23 du budget prévu pour l'année 2026. **Il n'y a donc toujours aujourd'hui, en France, aucune taxation des produits du vapotage (contrairement à 24 États membres de l'Union européenne) et aucun agrément n'est nécessaire pour la vente de ces produits**, pourtant particulièrement addictifs et dont l'impact sur la santé continue à inquiéter les autorités publiques⁴⁸.

Il montre l'importance grandissante, en complément du lobbying en faveur des produits du tabac, d'un lobbying de la nicotine et spécifiquement ici de la cigarette électronique. L'ensemble de ces industriels utilisent les mêmes arguments, partageant une utilisation biaisée de la notion de réduction des risques et luttant contre une réglementation qui pourrait défavoriser leur commerce.

fivape
FILIÈRE FRANÇAISE DE LA VAPE
SYNDICAT INTERPROFESSIONNEL
INDÉPENDANT DE L'INDUSTRIE DU TABAC

LA FIVAPE ↓ RESSOURCES ↓ LE VAPOTAGE

Suppression de l'article 23 du PLF : une première victoire pour la vape indépendante

fi FIVAPE [Accéder au site web](#)
11 mois •

Impact sanitaire / PLF Article 23 / Produits du vapotage
Augmentation du nombre de fumeurs de **840 000 personnes supplémentaires**.
Cette évolution résulterait d'un retour au tabagisme pour certains vapoteurs et... plus

fivape
PLF Article 23 / Produits du vapotage : l'État doit prévoir un plan social sur 25 000 emplois et 365 M€ de pertes fiscales
Communiqué
30 octobre 2025

LA VAPE EST EN DANGER !

GRANDE MOBILISATION NATIONALE À PARIS
DE L'ESPLANADE DES INVALIDES AU MINISTÈRE DE LA SANTÉ

NE TUEZ PAS LA VAPE
RETRAIT DES PRODUITS DU VAPOTAGE
DE L'ARTICLE 23 DU PLF 2026

MARDI 9 DÉCEMBRE 2025
LA VAPE A BESOIN DE VOUS !
DE 12H À 14H

RECOMMANDATIONS ET ACTIONS

01

En application de l'article 5.3 de la CCLAT, les réunions entre représentants de l'industrie du tabac et les décideurs publics devraient être réduites au strict nécessaire. Dans le cas où un contact entre un industriel et un décideur est strictement nécessaire, il devrait alors être réalisé de manière transparente, c'est-à-dire notamment : publication de la date du rendez-vous et des personnes présentes, compte-rendu de la réunion, publication des documents afférents à la réunion...

- Concernant les membres du Parlement, qu'ils soient de l'Assemblée nationale ou du Sénat, ces exigences devraient être inscrites dans les règlements intérieurs de chaque chambre, avec une possible sanction à la clé en cas de non-respect (pouvant aller du rappel à l'ordre à l'exclusion temporaire, comme le prévoit déjà le règlement de l'Assemblée nationale sur d'autres sujets).
- Concernant les membres du gouvernement ou de l'administration, ces règles devraient être portées à la connaissance de l'ensemble des agents de l'administration et des conseillers des cabinets ministériels, auxquels elles devraient également s'appliquer.

02

Au vu des évolutions du marché des produits du tabac et de la nicotine ainsi que du lobbying effectué par une diversité d'acteurs en faveur de ce marché, **l'article 5.3 de la CCLAT s'appliquant à l'industrie du tabac devrait être étendu à tous les représentants d'intérêts des produits du tabac et de la nicotine.** En France, une telle extension concernerait donc la Confédération des buralistes ainsi que les industriels et syndicats liés à la cigarette électronique, comme la FIVAPE ou France Vapotage.

Ces obligations doivent être inscrites dans le code de la santé publique, comme c'est le cas aujourd'hui à l'article L. 3512-7 du code de santé publique pour les obligations de transparence qui s'imposent aux industriels du tabac. Elles doivent par ailleurs faire l'objet d'une inscription au prochain Programme national de lutte contre le tabac (PNLT) 2028-2032.

03

Au vu des différences constatées entre les déclarations faites par les industriels du tabac à la HATVP et celles faites à la Direction Générale de la Santé, ainsi que de la non-déclaration à la HATVP d'actions de lobbying effectuées par des cabinets et think-tanks pourtant réalisées dans l'intérêt des industriels, **Contre-Feu saisit la HATVP pour qu'elle procède aux vérifications nécessaires et, le cas échéant, engage les procédures de mise en demeure et de sanction prévues par la loi relative à la transparence de la vie publique.**

CONCLUSION

Le lobbying de l'industrie du tabac est toujours bien présent et continue d'influencer les décideurs publics, notamment grâce à sa puissance financière et matérielle capable de réunir un nombre important d'acteurs pour inonder le débat public de ses éléments de langage : commerce illicite, fiscalité inefficace, nouveaux produits...

Ce lobbying en faveur des produits du tabac est aujourd'hui **complété et renforcé par le lobbying en faveur des produits de la nicotine**, que celui-ci soit issu des industriels classiques du tabac (qui cherchent par ailleurs à récupérer le marché de la cigarette électronique tout en développant celui des sachets de nicotine) ou d'industriels spécialisés dans le commerce de la cigarette électronique. Ces acteurs utilisent les mêmes arguments et les mêmes outils pour parvenir à un objectif semblable : augmenter la vente de produits fondés sur l'addiction à la nicotine.

Chaque année, ces organisations de lobbying complexifient et freinent les mesures de santé publique pourtant demandées par l'ensemble des organisations européennes ou internationales de santé publique. **Cela a été le cas en 2025 où le premier syndicat de produits de vapotage est parvenu, via une campagne massive de lobby, à faire échouer une première ébauche de régulation de ce marché.**

Cette analyse souligne la **nécessité chaque année plus importante d'assurer une meilleure application de l'article 5.3 de la CCLAT** qui impose pourtant aux parties signataires, dont la France, de limiter au strict nécessaire les relations entre les industriels du tabac et les décideurs publics. Il révèle également le besoin d'élargir l'application de cet article 5.3, qui devrait aujourd'hui concerner, au-delà des seuls industriels, les distributeurs et détaillants de ces produits (en ce compris la Confédération des buralistes) mais aussi les industriels de la nicotine.

RÉFÉRENCES

1. Pasquereau A, Guignard R, Andler R, Nguyen-Thanh V. Tabagisme : usage, envie d'arrêter et tentatives d'arrêt. In : Baromètre de Santé publique France : résultats de l'édition 2024. Saint-Maurice : Santé publique France ; 2025. 9 p. Disponible sur : <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/tabac/documents/rapport-synthese/tabagisme-usage-envie-d-arreter-et-tentatives-d-arret-barometre-de-sante-publique-france-resultats-de-l-edition-2024>
2. Spilka S., Philippon A., Le Nézet O., Janssen E. (2026) Les usages et perceptions des substances psychoactives chez les collégiens et les lycéens. Résultats EnCLASS 2024. Paris, OFDT, coll. Notes de résultats, 20 p. Disponible sur: [Les usages de substances psychoactives chez les collégiens et les lycéens - Résultats EnCLASS 2024 | OFDT](https://www.ofdt.fr/les-usages-et-perceptions-des-substances-psychoactives-chez-les-collégiens-et-les-lycéens-Résultats-EnCLASS-2024)
3. Contre-Feu. « Marketing de la vape : Contre-Feu détourne le symbole des bureaux de tabac pour dénoncer le ciblage des jeunes ». Disponible sur : <https://www.contre-feu.org/marketing-de-la-vape-contre-feu-detourne-le-symbole-des-bureaux-de-tabac-pour-denoncer-le-ciblage-des-jeunes/>
4. HATVP. « Qu'est-ce que le lobbying ? ». Disponible sur : <https://www.hatvp.fr/lobbying/>
5. Ici Normandie. « Le Petit Vapoteur : 15 ans de success-story à Cherbourg ». Disponible sur : <https://www.ici.fr/normandie/manche-50/cherbourg-en-cotentin/le-petit-vapoteur-15-ans-de-success-story-a-cherbourg-5374023>
6. FIVAPE. Disponible sur : [FIVAPE : filière française vape, lutte contre le tabagisme](https://www.fiva-pe.fr/filiere-francaise-vape-lutte-contre-le-tabagisme)
7. HATVP, Fiche « LPV Company (Le Petit Vapoteur) ». Disponible sur : <https://www.hatvp.fr/fiche-organisation/?organisation=821557402##>
8. La Lettre. « Quand une ex-conseillère du ministère de la santé passe dans le camp des buralistes ». Septembre 2024. Disponible sur : https://www.lalettre.fr/fr/politique_lobbying/2024/09/05/quand-une-ex-conseillere-du-ministere-de-la-sante-passe-dans-le-camp-des-buralistes,110282815-art
9. Contre-Feu. « Marché parallèle du tabac : derrière les chiffres, une stratégie d'influence de l'industrie ». Juin 2026. Disponible sur : <https://www.contre-feu.org/marche-parallele-du-tabac-derriere-les-chiffres-une-strategie-dinfluence-de-lindustrie/>
10. Génération sans tabac. « Une étude de l'institut Molinari directement inspirée par Philip Morris ». Aout 2024. Disponible sur : <https://www.generationsanstabac.org/fr/decryptages/une-etude-de-institut-molinari-directement-inspiree-par-philip-morris/>
11. Institut Molinari. « Indicateur 2025 des Etats moralisateurs ». 6ème édition. Juin 2025. Disponible sur : <https://www.institutmolinari.org/wp-content/uploads/2025/05/Etude-Etats-Moralisateurs-2025.pdf>
12. Tobacco Tactics from the University of Bath. "Epicenter". February 2020. Disponible sur : <https://www.tobaccotactics.org/article/epicenter/>
13. Institut de Recherches Economiques et Fiscales (IREF). « Etat des lieux du tabagisme en France et comparaisons internationales ». Chiffres clés 2022-2023. Janvier 2024. Disponible sur : <https://fr.irefeurope.org/wp-content/uploads/Etat-des-lieux-du-tabagisme-en-France.pdf>
14. Institut de Recherches Economiques et Fiscales (IREF). « Réduire les dépenses publiques, réduire le périmètre de l'Etat ». Colloque. Mars 2025. Disponible sur : <https://fr.irefeurope.org/colloque-du-mercredi-2-avril-reduire-les-depenses-publiques-reduire-le-perimetre-de-letat/>
15. Institut de Recherches Economiques et Fiscales (IREF). « Repenser nos prélèvements obligatoires pour libérer les Français ». Avril 2026. Disponible sur : <https://fr.irefeurope.org/colloque-repenser-nos-prelevements-obligatoires-pour-liberer-les-francais/>
16. Observatoire de la fiscalité comportementale. « La fiscalité comportementale : évolution, dérives et nouveaux enjeux ». La Lettre n°4. Octobre 2025. Disponible sur : <https://fiscalite-comportementale.org/wp-content/uploads/2026/01/4-Lettre.pdf>
17. Observatoire de la fiscalité comportementale. Novembre 2025. Disponible sur : [Page LinkedIn de l'IREF.](https://www.linkedin.com/company/observatoire-de-la-fiscalite-comportementale/)
18. Observatoire de la fiscalité comportementale. Disponible sur : <https://fiscalite-comportementale.org/observatoire-de-la-fiscalite-comportementale/>
19. Voir une présentation de la campagne de l'UNIFAB sur le site dédié, disponible sur le site : <https://www.lacontrefaconsansfiltre.info/>
20. Certaines actions ayant pu être déclarées à la fois par l'organisation et par le cabinet de lobbying mandaté, un risque de double comptage ne peut être exclu.
21. Question écrite au gouvernement posée par M. Alexandre Duffosset (RN). Buralistes confrontés au tabac de contrebande ou de contrefaçon. Mars 2025. Disponible sur : <https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/questions/QANR5L17QE4637>
22. Proposition de loi, n°1390. Proposition de loi réglementant les produits de substitution au tabac déposée par M. Ludovic Mendes (EPR). Mai 2025. Disponible sur : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/textes/l17b1390_proposition-loi
23. Le Monde du Tabac, « « J'en appelle à un Grenelle de la nicotine » (Xavier Puech, PMF) », 23 février 2026. Disponible sur : <https://www.lemondedutabac.com/jen-appelle-a-un-grenelle-de-la-nicotine-xavier-puech-pmf/>
24. Journal du Dimanche. Avril « Transition environnementale et sociale : le défi commun des entreprises ». Tribune. 2026. Disponible sur : <https://www.lejdd.fr/economie/transition-environnementale-et-sociale-le-defi-commun-des-entreprises-170412>
25. La Tribune. « Sachets de nicotine : pourquoi refuser

- une solution en France qui fait ses preuves ailleurs ? » Opinion. Mai 2025. Disponible sur : <https://www.latribune.fr/idees/tribunes/opinion-sachets-de-nicotine-pourquoi-refuser-une-solution-en-france-qui-fait-ses-preuves-ailleurs-1025505.html>
26. Challenges. « Interdire les sachets de nicotine, c'est condamner à mort la réduction des risques ». Tribune de Norbert Neuvy. Septembre 2025. Disponible sur : https://www.challenges.fr/partenaires/tribune-de-norbert-neuvy-interdire-les-sachets-de-nicotine-cest-condamner-a-mort-la-reduction-des-risques_626061
 27. La Tribune. « Norbert Neuvy engagé pour un futur sans tabac avec Nicotine World ». Mars 2024. Disponible sur : <https://www.latribune.fr/supplement/norbert-neuvy-engage-pour-un-futur-sans-tabac-avec-nicotine-world-993345.html>
 28. L'Express. « Le besoin de réglementer les sachets de nicotine en France : une tribune de Norbert Neuvy ». Tribune. Mai 2024. Disponible sur : <https://www.lexpress.fr/partenaires/le-besoin-de-reglementer-les-sachets-de-nicotine-en-france-une-tribune-de-norbert-neuvy-VEQQD3L34BBZ5F4GTALCUCNQGI/>
 29. Nicotine World. « Sommet 2025 – Santé et réduction des risques tabagiques », 2025. Disponible sur : <https://nicotineworld.fr/2025/06/04/forum-francophone-nicotine-2025/>
 30. LinkedIn, Publication de Jean-François Douenne sur LinkedIn. Disponible sur : https://www.linkedin.com/posts/jean-fran%C3%A7ois-douenne-94a0b4111_fraanaexoishollande-share-7311092647203368960-DRFF/
 31. Projet de loi de finances 2026, n°1906. Octobre 2025. Disponible sur : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/17/dossiers/PLF_2026#-DEPOT
 32. WHO, Tobacco: E-cigarettes. Questions and answers, 19 January 2024. Disponible sur : <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/tobacco-e-cigarettes>
 33. Le Monde. « La taxe sur le vapotage bien partie pour revenir sur la table à l'automne. » Janvier 2026. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/politique/article/2026/01/30/la-taxe-sur-le-vapotage-bien-partie-pour-revenir-sur-la-table-a-l-automne_6664786_823448.html
 34. Audition de Mme Stéphanie Martel, directrice des affaires externes et gouvernementales, Philip Morris France, M. Benoît Bas, directeur des affaires publiques et de la communication Japan Tobacco International France, Vincent Zappia, responsable des affaires publiques British American Tobacco France et Cyril Lalo, directeur des relations extérieures Imperial Tobacco Seita. Missions d'évaluation et de contrôle de la sécurité sociale. Sénat. Février 2024. <https://www.senat.fr/compte-rendu-commissions/20240226/mecss.html#toc2>
 35. WHO, Tobacco: E-cigarettes. Questions and answers, 19 January 2024. Disponible sur : <https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/tobacco-e-cigarettes>
 36. European Respiratory Society (ERS). «The European Respiratory Society welcome the European Commission's proposal to increase taxes on tobacco and nicotine products». Statement. Disponible sur : <https://ers.app.box.com/s/5n70dp3wicgxt1xngvz05xfd565ddcob>
 37. European Cancer. « European cancer community urges EU economic and finance ministers to back ambitious tobacco tax policy ». October 2025. Disponible sur : <https://www.europecancer.org/policy/european-cancer-community-urges-eu-economic-and-finance-ministers-to-back-ambitious-tobacco-tax-policy.html>
 38. Le Monde. « La taxe sur le vapotage bien partie pour revenir sur la table à l'automne. » Janvier 2026. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/politique/article/2026/01/30/la-taxe-sur-le-vapotage-bien-partie-pour-revenir-sur-la-table-a-l-automne_6664786_823448.html
 39. Contexte. « Les deux visages du lobbying du vapotage ». Juin 2026. Disponible sur : https://www.contexte.com/fr/article/sante/les-deux-visages-du-lobbying-du-vapotage_254284
 40. Voir la fiche de présentation de Sébastien Beziau sur le site de l'association SOVAPE. Disponible sur : <https://www.sovape.fr/sebastien-beziau/>
 41. FIVAPE, « La FIVAPE salue le retrait de l'article 23 du PLF 2026 », 21 janvier 2026. Disponible sur : <https://fivape.org/la-fivape-salue-le-retrait-de-larticle-23-du-plf-2026/>
 42. Fivape. «PLF Article 23 / Produits du vapotage : l'Etat doit prévenir un plan social sur 25 000 emplois et 365 millions de pertes fiscales ». 30 octobre 2025. Disponible sur : <https://fivape.org/plf-article-23-produits-du-vapotage-letat-doit-prevoir-un-plan-social-sur-25-000-emplois-et-365-me-de-pertes-fiscales/>
 43. Contexte. « Les deux visages du lobbying du vapotage ». Juin 2026. Disponible sur : https://www.contexte.com/fr/article/sante/les-deux-visages-du-lobbying-du-vapotage_254284
 44. France Info. « Vapoter, c'est « 95% de risques en moins pour la santé » : info ou intox ? ». Mars 2026. https://www.franceinfo.fr/replay-magazine/france-2/complement-d-enquete/video-vapoter-c-est-95-de-risques-en-moins-pour-la-sante-info-ou-intox_7877930.html
 45. Je suis vapoteur. « Appel à la mobilisation : ça se passe un peu partout en France les 4 et 5 novembre 2025 ». <https://www.jesuivapoteur.org/appele-mobilisation-france-4-et-5-novembre-2025/>
 46. VDLV. « Ne tuez pas la vape ». Communiqué de presse. 22 octobre 2025. <https://vdlv.fr/wp-content/uploads/2026/04/communiqu%C3%A9-de-presse-Article23-1.pdf>
 47. VDLV. « Mobilisation « Ne tuez pas la vape » : VDLV était aux côtés de la filière à Paris le 9 décembre ». Revue de presse. Décembre 2025. <https://www.vdlv.fr/mobilisation-paris-vdlv-au-cotes-filiere-paris-9-decembre-photos/>
 48. ANSES. « Evaluation des risques sanitaires liés aux produits du vapotage – Avis de l'ANSES – Rapport d'expertise collective ». Décembre 2025. <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2023-AUTO-0223-RA.pdf>

ANNEXE 1

— **Concernant la cartographie des organisations de lobby ainsi que leurs moyens matériels**, les données présentes dans ce rapport sont issues des données déclarées par les organisations citées à la HATVP. Comme tout représentant d'intérêt, ces organisations déclarent chaque année les actions réalisées en tant que représentant d'intérêt ainsi que le budget et le nombre de salariés investis dans ces actions. Les données présentées résultent soit d'une consultation de la fiche HATVP des organisations mentionnées, soit d'une recherche sur l'outil de recherche sur le site de la HATVP par mot-clé : « tabac », « nicotine », « cigarettes ».

Ces données sont complétées par les données transmises par les industriels du tabac au titre de l'article L.3512-7 du code de santé publique qui impose aux industriels du tabac une transparence complète sur leurs activités d'influence.

L'ensemble de ces données sont issues de déclarations faites par les industriels du tabac et de la nicotine. Les contrôles de l'administration sur ces données étant rares, il est fortement probable qu'elles soient sous-estimées par rapport à la réalité des pratiques.

— **Concernant les questions parlementaires et les propositions de loi**, les données présentées dans ce rapport sont issues d'une recherche effectuée sur les bases de données des sites Internet de l'Assemblée nationale et du Sénat, en utilisant les mots-clés « tabac », « nicotine », et « cigarette ».

Ces recherches ont été effectuées pour une période allant du 1^{er} janvier 2025 au mois d'août 2026 en ce qui concerne les questions parlementaires, et du 1^{er} janvier 2024 au mois d'août 2026 pour les propositions de loi.

ANNEXE 2

LISTE DES ORGANISATIONS EFFECTUANT DES ACTIONS D'INFLUENCE ENVERS DES DÉCIDEURS PUBLICS POUR L'INTÉRÊT DES INDUSTRIELS DU TABAC ET DE LA NICOTINE ENTRE DEPUIS 2024

Entreprises fabricant, commercialisant ou distribuant des produits du tabac ou de la nicotine (7)

Philip Morris France ([Lien HATVP](#))

British American Tobacco France ([Lien HATVP](#))

Japan Tobacco International France ([Lien HATVP](#))

Seita – Imperial Brands ([Lien HATVP](#))

Logista France ([Lien HATVP](#))

Le Petit Vapoteur ([Lien HATVP](#))

HDDDB Holding – Cigusto. Cette entreprise n'a pas de page sur le site HATVP mais le cabinet Coalitio a déclaré avoir réalisé plusieurs actions dans son intérêt ([Lien HATVP](#)).

Organisations professionnelles ou associations liées à la commercialisation ou la distribution des produits du tabac et de la nicotine (8)

Confédération des Buralistes ([Lien HATVP](#))

France Vapotage ([Lien HATVP](#))

FIVAPE ([Lien HATVP](#))

Association des fournisseurs de tabac à fumer ([Lien HATVP](#))

Association française des industriels du tabac ([Lien HATVP](#))

Fédération des fabricants de cigares ([Lien HATVP](#))

SOVAPE ([Lien HATVP](#))

AIDUCE ([Lien HATVP](#))

Cabinets d'affaires publiques mandatés par l'industrie du tabac et de la nicotine (25)

Pour le compte de Philip Morris France (9)

Thomas Markos & Associés – TMA ([Lien HATVP](#))

Rhéal Conseil ([Lien HATVP](#))

Lysios ([Lien HATVP](#))

EY ([Lien HATVP](#))

Syntaxme ([Lien HATVP](#))

Cilab ([Lien HATVP](#))

The Arcane ([Lien HATVP](#) – Déclaré à la DGS pour l'année 2025)

ESL Rivington ([Lien HATVP](#))

PLEAD ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de British American Tobacco France (6)

AMC ([Lien HATVP](#))

EY ([Lien HATVP](#))

Ai2P ([Lien HATVP](#))

Forward Partners ([Lien HATVP](#))

Soroa (Cabinet d'Ai2P jusqu'en 2024) - ([Lien HATVP](#))

Enotiko ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de JTI

Artcher ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de Seita – Imperial Brands (4)

Publicis ([Lien HATVP](#))

Euros Agency ([Lien HATVP](#))

Stratégies et Publics ([Lien HATVP](#))

Forward Global ([Lien HATVP](#)) - Déclaré à la DGS pour l'année 2025

Pour le compte de Logista (3)

Boury Tallon ([Lien HATVP](#))

Cap Coreli ([Lien HATVP](#))

M&M Conseil (appartenant à Boury Tallon) ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de la FIVAPE

Arcturus Group ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de Le Petit Vapoteur

Euros Agency ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de la Confédération des Buralistes

Image 7 ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de l'AFTF et de la Fédération des fabricants de cigares

Ai2P ([Lien HATVP](#))

Pour le compte de Cigusto HDDB Holding

Coalitio ([Lien HATVP](#))

CONTRE-FEU, L'ALLIANCE CONTRE L'INDUSTRIE DU TABAC

Contre-Feu, l'alliance contre l'industrie du tabac (anciennement ACT), est un contre-lobby d'intérêt général œuvrant depuis plus de 30 ans pour créer un monde sans produits du tabac et de la nicotine. Contre-Feu mène des campagnes de sensibilisation et de plaidoyer dénonçant les stratégies et manipulations de l'industrie la plus meurtrière au monde : l'industrie du tabac. Rassemblant plus de 20 organisations à but non lucratif, Contre-Feu mobilise également les décideurs publics, les acteurs de la société civile, les médias et l'opinion publique pour faire émerger, d'ici 2032, la première génération sans tabac en France.

Pour plus d'informations, rendez-vous sur contre-feu.org

CONTRE
 **FEU**

L'ALLIANCE
CONTRE
L'INDUSTRIE
DU TABAC