

Sensoria Tabac

Eleonora Tomaso

ID341
11.03.2025



Table des matières

05. POURQUOI CETTE IDÉE ?

06-07. LE MARCHÉ DU TABAC EN SUISSE ET DANS LE MONDE

08. LES CONCURRENTS

09-10. DÉTERMINER 5 OPPORTUNITÉS DE MARCHÉ PAR RAPPORT
AUX CONCURRENTS ET AU MARCHÉ EN GÉNÉRAL

11. QUEL EST NOTRE PRODUIT

12. CARACTÉRISTIQUES DU PRODUIT

13-14. UTILITÉ, USAGE ET PERFORMANCES

15. PUBLIC CIBLE

16. PERSONAE

17. SWOT

Table des matières

18.	ANALYSE DU SWOT
19.	QUEL EST L'ORGANISME SUISSE OU LE PRODUIT PEUT ÊTRE DÉPOSÉ ?
20.	POURQUOI UN CLIENT ACHÈTERAIT MON PRODUIT PLUTÔT QU'UN AUTRE ?
21.	RENDU 2
22-23.	ÉLABORER LE MARKETING-MIX DE MON ENTREPRISE : PRODUIT
24-26.	ÉLABORER LE MARKETING-MIX DE MON ENTREPRISE : PRIX
27-28.	ÉLABORER LE MARKETING-MIX DE MON ENTREPRISE : DISTRIBUTION
29-32.	ÉLABORER LE MARKETING-MIX DE MON ENTREPRISE : COMMUNICATION
33.	RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ AVEC 5 QUESTIONS CLÉS À DÉFINIR

Table des matières

34-42. RÉCOLTER LES RÉPONSES DE CES 5 QUESTIONS ET
RÉDIGER UNE CONCLUSION

43-47. DÉFINIR LE POSITIONNEMENT DE MON ENTREPRISE ET
RÉALISER UNE CONCLUSION

48. RENDU 3

49-50. MOODBOARD

51-54. METTRE EN PLACE UNE IDENTITÉ DE MARQUE ET
EXPLIQUER LE CHOIX

55. LOGO ET EXPLICATION

56-62. PACKAGING ET EXPLICATION

63-64. PROPOSER UN CONCEPT DIGITAL DE LANCEMENT DE
MARQUE

65. TROUVER UN NOM DE MARQUE ET L'EXPLIQUER

66-95. ANNEXES

Pourquoi cette idée ?

En tant que fumeuse, j'ai une relation un peu ambivalente avec le tabac. D'un côté, je fume lors d'une pause, c'est un petit rituel, ou encore une façon pour moi de me recentrer. De l'autre côté, c'est un geste qui m'accompagne au quotidien mais sans réel sens. Je me suis alors questionnée sur pourquoi fumer sans réflexion et uniquement par habitude.

L'idée m'est venue très rapidement. Je voulais un tabac qui s'adapte à mes envies et mes besoins. Je ne voulais pas que le tabac soit uniquement un produit. Mon tabac doit être avant tout une expérience qui accompagne les fumeurs au quotidien. Je me suis donc inspirée des infusions de thé. J'ai imaginé que chaque saveur serait liée à un instant précis de la journée, une sensation particulière, ou, un état d'esprit.

Un autre point clé de ce projet est le fait de privilégier l'agriculture locale et bio. Cela me tient spécialement à coeur d'offrir plus qu'une expérience mais aussi un produit sain et respectueux de l'environnement. Le tabac serait idéalement cultivé en Suisse en utilisant uniquement des méthodes respectueuses des sols, sans pesticides et sans additifs chimiques.

Ce projet est donc né d'un besoin et d'une envie personnelle : celle de redonner du sens à la consommation de tabac en transformant son approche. Plus qu'un simple geste du quotidien, cela deviendrait un rituel plus sain et plus conscient.

Le marché du tabac en Suisse et dans le monde

Le marché du tabac est un secteur économique important. À l'échelle mondiale, cette industrie est dominée par des grandes multinationales comme Philip Morris, British American Tobacco et Japan Tobacco. Ces multinationales ont une partie de leur activité centralisée en Suisse. Elles produisent des milliards de cigarettes chaque année et une très grande partie de ces dernières sont exportées.

Le marché du tabac en Suisse

En Suisse, la culture du tabac est en déclin. Même si elle est encore présente dans 9 cantons, près de 85% des exploitations sont situées dans la Broye, dans le canton de Vaud. La surface totale de ces cultures représente seulement 0,04% des terres agricoles suisses, ce qui correspond à environ 446 hectares. Pour soutenir les producteurs locaux de tabac, la confédération leur verse 14 millions de franc par an via le fonds SOTA (Société Coopérative pour l'Achat du Tabac Indigène).

Bien que la production locale diminue, la Suisse reste pourtant un acteur clé de cette industrie à l'échelle mondiale. En 2015 les grandes entreprises ont produit environ 40 milliards de cigarettes en Suisse. Parmi ces 40 milliards, environ 80% ont été exportées à travers le monde et ont généré un chiffre d'affaire annuel de 620 millions de francs. Il est important de préciser que certaines cigarettes produites en Suisse sont pourtant interdites à la vente sur le territoire national et aussi dans l'Union européenne. C'est à cause de leur forte teneur en goudron et en nicotine que ces mesures ont été prises.

Le marché du tabac en Suisse et dans le monde

Le marché du tabac à l'international

À l'échelle internationale, l'industrie du tabac génère des centaines de milliards de dollars par an. Les principaux marchés sont les États-Unis, la Chine, l'Inde et l'Europe. Pourtant, la réglementation est de plus en plus stricte, les taxes augmentent et l'évolution des comportements des consommateurs entraînent une diminution des ventes de cigarettes. Dans plusieurs pays, on retrouve des politiques anti-tabac pour réduire la consommation des citoyens. Parmi les différentes mesures qui existe, on recense la hausse des prix du tabac, des restrictions publicitaires et des campagnes de sensibilisations. De plus, l'impact environnemental de la production et de la culture du tabac est très fortement critiqué. Avec tous ces éléments, l'industrie du tabac est obligée de revoir ses pratiques afin de pouvoir répondre au mieux à la demande des consommateurs.

Une industrie en pleine mutation

Le marché du tabac est en recul depuis environ 25 ans. Pour contré ce recul, on trouve depuis quelques années de nouveaux produits comme des cigarettes électroniques ou les technologies de tabac chauffé. Ces différents produits sont présentés comme des alternatives moins dangereuses et nocives pour la santé. Bien que le déclin soit important, l'industrie du tabac reste très grande et importante. En Suisse, les ventes annuelles de tabac rapportent un peu plus de 9 milliards de francs.

Les concurrents

Dans le domaine du tabac, plusieurs marques se distinguent par leur offres uniques. Par exemple, Fred, se distingue par son engagement marqué envers des produits de qualité et bio. Fondée en 2004, Fred est une des toutes premières marques à proposer un tabac sans additifs et utilisant près de 17 variétés de tabac. Cela leur donne une vraie richesse aromatique. Cependant, Fred n'est pas spécialement orienté vers le tabac bio et aromatisé. Cela pourrait réduire l'attrait des clients envers leur produits.

Un autre concurrent intéressant est American Spirit. Ils sont connus pour leur tabac 100% biologique et sans additifs. C'est une marque qui se dit engagée pour des pratiques de culture durable et respectueuse de l'environnement. Pourtant, leur gamme de produit aromatisé est assez limitée. Leurs produits ne sont pas essentiellement tourné vers cet aspect.

De plus, le CBD représente une nouvelle concurrence. Beaucoup de consommateurs sont à la recherche d'alternatives plus naturelle au tabac. Les produits à base de CBD répondent parfaitement à cette demande. En effet, ils ne contiennent pas de nicotine et offre aux consommateur des effets relaxants. Le CBD est un produit qui prend de l'ampleur et plaît au public. C'est un véritable concurrent pour notre marque Sensoria.

Déterminer 5 opportunités de marché par rapport aux concurrents et au marché en général

1. Manque d'option bio sur le marché du tabac

Dans le marché du tabac, les options biologiques sont presque inexistantes. Notre produit se démarque en offrant une alternative naturelle, sans pesticides ni additifs. Cultivé en Suisse selon des normes strictes et respectueuses de l'environnement, notre tabac bio aromatisé va transformer l'acte de fumer en un rituel plus sain et conscient.

2. Une nouvelle approche du tabac, c'est un rituel et une expérience sensorielle

Notre tabac est bien plus qu'une simple consommation quotidienne, il devient un rituel et une véritable expérience sensorielle. Chaque mélange de saveur est conçu pour accompagner un moment précis afin de transformer votre consommation en une pratique réfléchie et apaisante. Grâce à des arômes naturels et à notre approche inspirée du bien-être, vivez des moments uniques et une expérience harmonieuse en accord avec vos valeurs.

3. Une alternative douce pour ceux qui souhaitent réduire leur consommation de tabac

Notre tabac est une alternative plus douce pour ceux qui souhaitent réduire ou arrêter leur consommation. Composé d'ingrédients naturels et biologiques, il permet d'effectuer une transition tout en douceur. Avec son approche plus saine et ses arômes naturels, notre produit vous accompagne vers une consommation plus modérée consciente.

Déterminer 5 opportunités de marché par rapport aux concurrents et au marché en général suite

4. Est adapté aux nouvelles tendances de consommations (slow living)

Notre tabac suit les nouvelles tendances et privilégie une approche artisanale et authentique. Nous sommes en harmonie avec le slow living et offrons un produit conçu pour être savouré en vivant une expérience apaisante et réfléchie. En alliant le savoir-faire et des ingrédients naturels issus de l'agriculture locale et biologique, notre tabac incarne la parfaite alternative qui s'accorde avec votre mode de vie plus conscient.

5. Un concept différent qui lie émotions et moments à des saveurs

Notre concept unique permet de lier une saveur à une émotion ou à un moment précis. Nous transformons la consommation banale de tabac en une véritable expérience sensorielle. Chaque saveur se mélange et rencontre une émotion tout en nous racontant une histoire.

Quel est notre produit ?

Notre tabac bio aromatisé est bien plus qu'un simple produit, c'est une invitation à un voyage sensoriel. Il est conçu pour donner un sens à chaque bouffée tout en repensant notre consommation. Il s'adapte à vos besoins en transformant l'acte de fumer en un rituel plus sain.

Cultivé selon les normes rigoureuses de l'agriculture biologique, notre tabac est sans pesticides ni additifs chimiques. Nous collaborons avec des plantations qui s'accorde à nos valeurs et qui possède des sols riches pour obtenir la meilleure qualité de tabac possible. Chaque feuille récoltée est séchée naturellement, puis, affinée. Grâce à ce travail et savoir-faire méticuleux, le tabac révèle alors ses saveurs profondes.

Grâce à nos efforts, vous dégustez ainsi un tabac aux arômes naturels et uniques.

Des saveurs pour chaque instant

Nous avons soigneusement sélectionné le meilleur tabac bio et issu de l'agriculture locale suisse, ainsi que des arômes naturels pour vous offrir une expérience unique. Dès à présent, dégustez un tabac qui s'ajuste à vos besoins.

Camomille Lavande

Miel Gingembre

Thé vert Jasmin

Mix de Noix

Romarin Figue

Caractéristiques du produit

Camomille lavande :

Un moment de douceur juste avant de dormir. Ce mélange subtilement aromatisé de camomille et de lavande offre une fin de journée tout en douceur. Les propriétés relaxantes de la camomille et de la lavande permettent d'obtenir en une bouffée, tranquillité et sérénité.

Miel gingembre :

Idéal lors d'un mal de gorge, ce tabac aromatisé au miel et gingembre permet de stimuler son système immunitaire. Le miel et ses bienfaits adoucissants, adoucit la gorge. Le gingembre, lui, à des vertus anti-inflammatoires qui apporte une touche épicée. Ce mélange est idéal pour vous remettre gentiment de vos maux de gorge.

Thé vert jasmin :

Une touche florale inspirée du thé du matin pour commencer la journée en douceur. Le tabac est délicatement infusé de thé vert et de jasmin pour vous offrir une expérience douce dès le matin. Le thé vert est énergisant et antioxydant et se mêle à la douceur du jasmin. Grâce à notre mélange démarrez la journée avec calme.

Mix de noix :

Une note torréfiée et gourmande pour une pause chaleureuse. Les arômes de noix grillées offre des saveurs gourmandes. Grâce aux noix de cajou, noisettes et amandes, retrouvez des saveurs profondes avec une note légèrement sucrée pour accompagner votre pause.

Romarin figue :

Un mélange aromatique et fruité pour un apéro de qualité. Cette combinaison originale propose à la fois fraîcheur avec le romarin et douceur avec la figue douce et sucrée. Avec ce mélange unique, partagez un apéro convivial avec vos proches.

Utilité, usage et performances

Un tabac pensé pour le quotidien :

Notre tabac bio aromatisé est conçu pour s'intégrer dans votre quotidien. Il offre une expérience qui va au-delà de la simple consommation. Nous proposons à nos clients un rituel de bien-être. Chaque saveur est unique et a été pensée pour vous accompagner dans des moments précis de votre journée.

Avec le **Thé vert jasmin**, commencez votre journée tout en douceur. Ce mélange vous offre à la fois un réel moment de détente et de bien être mais aussi l'énergie nécessaire pour bien commencer votre journée.

Opter pour notre saveur **Miel gingembre** pour stimuler vos sens. Le piquant du gingembre et la douceur du miel vous apporte du dynamisme pour démarrer au mieux votre journée.

Pour une pause chaleureuse notre **Mix de noix** est idéal. Cette combinaison originale permet de mélanger des saveurs profondes avec une note légèrement sucrée, parfait pour accompagner votre café.

Pour vos apéros, le goût **romarin figue** propose une touche de fraîcheur et de douceur. Ce mélange de saveur unique accompagne vos boissons comme vos invités pour un moment de partage.

Avec la **Camomille lavande** vous serez dans le mood idéal pour vous relaxer après une journée bien remplie. Ce mélange favorise une sensation de bien-être tout en réduisant le stress.

Utilité, usage et performances

Des performances supérieures :

Grâce à une culture 100% biologique et Suisse, notre tabac aromatisé garantit une excellente qualité. Nos produits sont sans pesticides ni arômes artificiels et cultivés en Suisse selon des normes très strictes. Cela permet d'avoir une combustion plus propre car elle est sans aucuns produits nocifs. Elle permet également de limiter les résidus chimiques souvent présents dans le tabac traditionnel. La combustion est plus naturelle et est sans agressivité pour la gorge ni arrière-goût désagréable. Avec tous ces éléments, nous vous permettons de découvrir une expérience saine et authentique.

Plaisir et responsabilité :

En choisissant notre tabac Sensoria, vous choisissez une consommation plus saine et consciente. Le geste de fumer devient alors une véritable expérience sensorielle. Chaque saveur réveille une émotion ou accompagne vos moments de la journée. Grâce à sa culture en Suisse qui suit des réglementations strictes, nous garantissons une expérience respectueuse de l'environnement. Ce tabac est idéal pour tous ceux qui recherchent une alternative plus naturelle au tabac traditionnel.

Public cible

Le tabac Sensoria s'adresse à une clientèle raffinée et sensible. Nos clients sont soucieux de la qualité des produits qu'ils achètent et consomment. Ils souhaitent avoir un tabac de qualité mais qu'il soit également naturel, issu de l'agriculture biologique et sans additif ni pesticides. Ils sont à la recherche d'un produit qui leur corresponde. Grâce à notre offre, nos consommateurs peuvent profiter pleinement de leur expérience en toute sérénité.

Notre clientèle est composée de personnes qui voient le tabac comme plus qu'une simple habitude. Ils sont à la recherche d'un sens à leur consommation. Grâce à notre tabac, nous offrons à nos clients une alternative saine et une expérience gustative. Ils apprécient le lien entre des saveurs uniques et des moments précis de leur journée.

Personae



Antoine Bovais : amateur des traditions revisitées

45 ans et restaurateur, il aime les choses raffinées et les produits artisanaux. Ses valeurs sont l'excellence et le savoir-faire. Il veut un tabac qui a des saveurs riches et complexes. Il consomme régulièrement du tabac. Sa saveur préférée est le Mix de noix qui rappelle les saveur du terroir.



Manon Müller : créative et fan de bien-être

30 ans, créatrice de contenu et illustratrice, elle est bohème et pratique la van life. Elle aime la nature. Elle est éco-responsable et créative. Elle consomme occasionnellement du tabac lors de moment de détente. Elle veut un produit naturel. Sa saveur préférée est Camomille lavande pour apaiser son esprit.



Léo Smith : l'homme de la nuit

25 ans, DJ et organisateur d'évènement il vit la nuit et aime sortir faire la fête avec ses amis. Il aime faire de nouvelles expériences et partager. Il consomme régulièrement du tabac, en journée ou lors de soirées. Il veut un tabac fun qui l'accompagne à tout moment. Sa saveur préférée est Miel gingembre pour son côté épicé et énergisant.

SWOT

Forces

produits de qualité

production biologique

saveurs et concept unique

production locale

on se différencie des concurrents
avec un positionnement premium
et éco-responsable

Faiblesses

prix plus élevé

marché de niche

pas encore de notoriété

difficulté de distribution

l'habitude des fumeurs est
difficile à changer

Opportunités

tendance actuelle des
produits naturels

expansion sur d'autres marchés

diversification des produits

marché du cannabis légal

collaboration avec des bars et
établissements

Menaces

sensibilisation des risques lié
au tabagisme

concurrence très forte

réglementation stricte

dépendance aux matières premières

évolution et changement des
modes de consommation

Analyse du SWOT

Mon SWOT met en avant les différents enjeux de ma marque de tabac aromatisé.


Dans les forces, on retrouve la qualité des produits, une production biologique et locale, et, l'originalité des saveurs proposées. Sensoria se situe comme une marque premium et éco-responsable, ce qui nous différencie de nos concurrents.

Cependant, nous avons aussi des faiblesses tel que le prix élevé comparé à nos concurrents, le marché de niche, le manque de notoriété, ou encore, les difficultés liées à la distribution de nos produits.

Malgré tout, nous avons de nombreuses opportunités . En effet, la tendance des produits naturels, l'expansion de nos produits sur d'autres marchés ou la diversification de nos produits représentent d'excellentes opportunités pour nous.

Concernant les menaces, elles doivent absolument être anticipées. La sensibilisation au risques lié au tabagisme, les réglementations très strictes et la concurrence sont nos principales menaces.

Nous devons nous adapter à ces différents paramètres afin de garantir une évolution stable. Il est d'autant plus important de se concentrer sur nos forces et de les utiliser et optimiser au mieux afin de surmonter nos faiblesses. C'est en optant pour une stratégie adaptée à nos besoins que nous évoluerons de manière constante et stable.



Quel est l'organisme Suisse ou le produit peut être déposé ?

L'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) joue un rôle crucial dans la protection des innovations en Suisse.

Sensoria peut bénéficier des services de l'IPI pour déposer et protéger sa marque ou ses produits uniques.

Notre tabac est cultivé en Suisse et suit des normes strictes afin de garantir que nos produits soient d'une excellente qualité.

Avec l'aide de l'IPI nos nouveaux produits et nouvelles saveurs sont protégés. Nous pouvons ainsi renforcer notre légitimité sur le marché.

L'IPI

L'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle est l'organisme suisse qui est responsable de la protection des droits de propriété intellectuelle.

Cela permet aux entreprises ou inventeurs d'enregistrer leur création pour en garantir les droits exclusifs.

L'IPI propose aussi son aide pour gérer la propriété intellectuelle et joue un rôle très important dans la promotion de l'innovation et le respect des normes légales.

Pourquoi un client achèterait mon produit plutôt qu'un autre ?

Notre tabac bio aromatisé est une réelle expérience qui allie à la fois plaisir et responsabilité. Sans aucun additif ni arôme artificiel, chaque saveur provient d'ingrédients de qualité choisis par nos soins. Grâce à ce processus méticuleux, nous garantissons un tabac avec une richesse gustative unique.

De plus, il est issu de l'agriculture biologique et locale. Nous nous préoccupons de l'environnement et c'est pour cette raison qu'il est cultivé selon des normes strictes qui favorise une production à la fois durable mais également éthique. Cela signifie que nos produits ne contiennent aucun pesticide ni additifs artificiels.

Notre démarche s'inscrit dans une vision plus moderne et durable pour la consommation de tabac. Avec Sensoria, nous vous proposons une consommation sans substances nocives tel que des additifs, en privilégiant des ingrédients naturels. Nos mélanges sont élaborés pour vous offrir une expérience gustative unique en son genre.

Sensoria Tabac Rendu 2

A decorative background pattern of stylized, dark green leaves and branches, rendered in a minimalist line-art style, covering the right side of the dark green rectangular area.

Eleonora Tomaso

ID341
08.04.2025

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Produit

1. Expérience sensorielle unique

Notre tabac aromatisé a été créé pour vous offrir une expérience sensorielle inédite. Nous vous offrons bien plus qu'une simple consommation. Chaque bouffée est remplie de saveurs uniques qui vous accompagnent dans votre quotidien.

Dans nos produits, vous retrouvez un équilibre parfait entre le tabac et les saveurs naturelles. Dès l'ouverture de vos paquet Sensoria, vous sentez la fraîcheur et les arômes naturels. Une fois votre cigarette allumée, les saveurs prennent vie. L'odeur est agréable et le goût est unique en son genre!

Contrairement au tabac traditionnel, notre produit propose des saveurs et une profondeur de goût qui persiste tout au long de votre cigarette roulée. Cela vous assure ainsi une expérience olfactive durable et équilibrée.

2. Produit bio et sans additif chimique

Nous travaillons dur pour être et rester dans une démarche éthique et responsable. Notre tabac Sensoria est garanti 100% naturel, et, est issu de l'agriculture biologique. Nous nous engageons à proposer des produits sans additifs chimiques, sans conservateurs artificiels et sans saveurs synthétiques.

Notre but est de garantir un produit qui respecte l'environnement et aussi de la santé de nos clients. Contrairement à nos concurrents qui utilisent divers produits nocifs pour la santé afin de garantir des arômes ou encore pour prolonger la combustion, nous proposons une formule pure et authentique. Chaque ingrédient est naturel. Grâce à cela, vous bénéficiez d'une expérience sensorielle unique et saine, tout en étant en accord avec vos valeurs.

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Produit

3. Un concept innovant

Sensoria révolutionne le monde du tabac avec une toute nouvelle approche. Chaque saveur est intimement liée à un moment précis de la journée. Bien plus qu'une simple consommation, notre tabac est un véritable rituel qui s'adapte à vos envies.

Avec une saveur comme Thé vert jasmin, démarrez votre journée tout en douceur. Si vous préférez stimuler vos sens, alors notre goût Miel gingembre est parfait pour vous ! Puis, pour une pause chaleureuse, notre Mix de noix est idéale. Lors de vos apéros, la saveur Romarin figue propose une fraîcheur et une douceur inégalée. Et, pour finir votre journée en beauté, la saveur Camomille lavande vous accorde un moment de détente.

Cette approche innovante vous permet de créer votre propre expérience avec les saveurs que vous souhaitez. Le but est de permettre à nos clients d'avoir un moment pour eux qui allie plaisir de la vie et bien-être tout en étant naturel !

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Prix

1. Une gamme avec des prix accessibles / Une gamme premium

Le prix joue un rôle central dans la stratégie du mix marketing de notre tabac aromatisé bio. Ce dernier doit refléter la qualité de notre produit, s'adapter aux attentes des consommateurs et rester compétitif sur le marché. Pour répondre à ces besoins, nous avons élaboré une double stratégie tarifaire avec deux gammes de produits. Une gamme est à un prix accessible, et l'autre, elle, est une gamme premium. Nous proposons deux prix différents afin de toucher différents segments de notre public cible.

Une gamme accessible à environ 7,50 CHF et une gamme premium à environ 12,50 CHF.

La gamme accessible a été conçue pour les consommateurs qui recherchent un tabac bio de qualité à un prix raisonnable et comparable à celui du tabac traditionnel. Pour arriver à ce prix là, nous avons utilisé un processus de production efficace qui nous permet de minimiser les pertes. Nous avons également sélectionné des arômes naturels plus courants et faciles à produire. Et, en dernier, nous adoptons un packaging plus simple mais respectueux de l'environnement.

La gamme premium, elle, s'adresse aux fumeurs qui sont en quête d'une expérience unique et raffinée. Le prix est plus élevé car nous avons sélectionné des arômes plus complexes et rares. Nous avons également un packaging haut de gamme qui met en avant le produit avec élégance tout en restant respectueux de l'environnement. Pour finir, nous avons un tabac d'exception qui est issu de l'agriculture biologique.

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Prix

2. Une gamme avec des prix accessibles / Une gamme premium

Mais comment arrive-t-on à ces prix là ?

Nos prix ont été établis en prenant compte de différents facteurs :

Coût de la matière première

- tabac issus de l'agriculture biologique et responsable
- arômes naturel extrait de plantes et fruits sans aucun additifs chimique

Production et fabrication

- processus qui garanti un tabac pu, sans aucun additifs, combustion naturelle
- pour la gamme premium, certains arôme demandent un affinage spécifique et plus long afin d'obtenir des saveurs riches et profondes

Emballage et logistique

- nous utilisons des emballages recyclables et biodégradables
- les coûts de distribution et de logistique sont aussi pris en compte pour assurer une présence en magasin spécialisé, bureaux de tabac ...

Marge et positionnement sur le marché

- un certain équilibre entre prix attractif et rentabilité doit être trouvé
 - nous avons étudié les prix des produits de nos concurrents afin de nous positionner justement dans le marché
-

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Prix

3. Politique de tarification en fonction des canaux de distribution

Le prix de notre tabac bio aromatisé peut varier selon le canal de vente utilisé. En effet, chaque canal à ses propres coûts et les attentes des clients varient.

La vente en ligne

On retrouve des prix attractifs et des exclusivités. En vendant notre tabac en ligne, nous évitons les intermédiaires et pouvons ainsi proposer un prix légèrement inférieur à celui en magasin ou des offres exclusives. Avec la vente en ligne, on peut proposer un système d'abonnement qui permet de fidéliser la clientèle et assure des ventes récurrentes. On peut aussi proposer une livraison gratuite dès un certain montant dépensé pour inciter d'acheter en plus grande quantité.

La vente en magasin spécialisées

Le prix est légèrement plus élevé car les magasins prennent une commission. Pourtant, les consommateurs viennent pour une expérience d'achat, des conseils ou encore la découverte du produit en main propre. Certains des magasins spécialisés peuvent proposer des éditions limitées. Avec ces éditions limitées, l'effet de rareté est créé et justifie le prix qui est un peu plus élevé.

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Distribution

La distribution est un élément clé du mix marketing. Une bonne stratégie de distribution permet d'optimiser au mieux la visibilité de la marque et de toucher le bon public cible afin de maximiser les ventes.

1.Présence dans les bureaux de tabac et commerces spécialisé

Les bureaux de tabac font partie du circuit traditionnel distribution pour le tabac. C'est un lieu de passage qui est fréquenté quotidiennement par les consommateurs. En mettant nos produits en vente dans ce lieu, cela nous garantit une forte visibilité et aussi une bonne accessibilités.

Les magasins spécialisés, eux, permettent de renforcer l'image haut de gamme du produit. La présence des produits Sensoria dans ce type de commerce permet de toucher un autre type de clientèle. C'est une clientèle plus exigeante et qui a des attentes bien précises et qui est souvent prête à payer plus cher pour des produits de qualité.

Sélection des points de vente :

- Il faut choisir des bureaux de tabac qui sont bien situés. On peut choisir des lieux comme les gares, les quartiers à haute affluence, etc
- Nous devons aussi sélectionner des magasins spécialisés qui sont en accords avec l'ADN de Sensoria. On peut choisir des lieux comme des magasins bio, des épiceries fines, des concept store, etc

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Distribution

2.Vente en ligne

Le e-commerce est un levier indispensable pour une marque innovante. Il permet d'atteindre une clientèle plus large, de vendre sans intermédiaire et propose un plus grand accès au produit.

Mise en place :

- Navigation fluide et rapide
- Mise en avant des arômes avec des visuels attractifs et innovants
- Proposition d'abonnement afin de fidéliser la clientèle
- Proposer des offres exclusives
- Proposer des saveurs limitées
- Proposer des packs de découverte
- Option de livraison express

3.Présence sur des évènements

Les festivals et évènements permettent une expérience immersive et sensorielle qui marque les esprits. On peut ainsi toucher un public jeune, curieux, dynamique et ouvert aux nouvelles expériences.

Mise en place :

- Création de stands avec un espace qui permet de s'immiscer dans une atmosphère sensorielle unique (lumières, senteurs des arômes)
- Dégustations gratuite pour que les visiteurs puissent tester le produit
- Interactions avec les consommateurs via des jeux et des défis (roue de la chance)
- Placement stratégique afin de toucher le bon public cible
- Collaboration avec des marques, personnes et des évènements
- Faire du sponsoring d'évènement afin d'augmenter notre visibilité

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Communication

La communication est l'élément qui permet à une marque de se faire connaître et de se différencier de la concurrence. Pour assurer une bonne communication à Sensoria, j'aborderais 3 points clé.

1. Une stratégie digitale sur les réseaux sociaux

De nos jours, les réseaux sociaux sont un point clé dans la communication. Cependant, les restrictions publicitaires liées au tabac rendent impossible la promotion dite "classique" de nos produits. Il est donc très important que notre communication soit indirecte et axée sur l'univers de la marque et ses valeurs, plutôt que sur la consommation elle-même.

Une approche axée sur l'expérience et l'émotion

Au lieu de simplement mettre en avant le produit, nous allons baser notre stratégie sur la création d'un univers de marque basé sur des valeurs fortes :

- **l'artisanat et le savoir faire**

- On montre les coulisses de la fabrication, le choix des arômes naturels, les ingrédients, les collaborateurs, nos plantations...

- **l'éco-responsabilité**

- On met en avant notre engagement pour une production locale, éco-responsable, en respect avec la nature, sans additifs chimiques, des arômes naturels...

- **le lifestyle et la communauté**

- On parle du lifestyle qui accompagne le produit et de notre vision.
-

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Communication

Des plateformes adaptées

Chaque réseaux social à un rôle spécifique dans la communication de notre marque :

- Instagram nous permet de créer un univers visuel fort. Nous pouvons créé des publications esthétiques, des story interactives, faire des reels afin de faire des vidéos dynamiques, et même des lives.
 - TikTok est un bon support qui offre la possibilité de toucher une audience jeune avec des contenus dynamiques. Nous pouvons nous ré-approprié les trends et les challenges.
 - Facebook permet à Sensoria de structurer la communication en un espace un peu plus sérieux. Nous faisons des posts qui parlent en détail de notre marque, de notre produit et de nos valeurs.
 - Linkedin est utilisé pour son côté corporate. Nous communiquons ainsi nos engagements éco-responsables, les collaborations avec d'autres entreprises, les posts pour y travailler, etc
-

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Communication

2.Présence lors de festivals et évènements

Cette présence est primordiale et offre la possibilité de faire vivre une expérience unique à notre clientèle dans un cadre festif et détendu. Ce type d'action permet non seulement de faire connaître la marque à de nouveaux consommateurs, mais aussi de créer une relation directe avec eux.

Le choix des évènements

Pour un meilleur impact, nous devons choisir des évènements en adéquation avec nos valeurs et notre public cible.

- Des festivals de musique sont des lieux parfaits pour toucher un public qui est ouvert aux nouvelles expériences et en quête de sensations.
- Les salons et foires dédiées aux produits bio et naturels permettent d'affirmer notre position éco-responsable. Nous pouvons toucher et marquer l'esprit des visiteurs qui sont soucieux de la qualité et de l'origine des produits qu'ils consomment.
- Les évènements privés nous permettent d'organiser des dégustations en petit comité. Ce type d'évènement est possible aussi grâce aux collaborations ou partenariat avec des bars ou encore des concept stores.

Un stand immersif

Au lieu de créer un simple espace de vente, nous misons sur un stand immersif et interactif conçu pour éveiller les sens. Le design est inspiré de l'univers de la marque, on retrouve différentes ambiances qui s'accordent avec les différentes saveurs proposées. L'expérience est de faire des dégustations dans des ambiances spécifiques afin que le consommateur découvre les différents goûts. Au stand, il y aura un photobooth pour encourager nos clients à partager leur expérience sur les réseaux sociaux en utilisant des hashtag.

Un engagement à travers des animations

Afin que notre clientèle soit impactée par Sensoria, nous organisons des animations. Cela permet de renforcer la confiance et leur attachement à la marque.

- Des ateliers de création de saveurs permettent à nos clients de créer leur propre saveur qui est unique!
- Des jeux concours et des défis permettent aux participants de gagner des produits exclusifs ou des expériences uniques.

Élaborer le marketing-mix de mon entreprise : Communication

3.Des espaces immersifs

Sensoria mise sur des expériences en point de vente et dans les lieux publics. Grâce à cela, nos consommateurs seront surpris et notre image de marque auprès d'eux est renforcée.

Des pop-up stores immersifs

Dans le but de marquer les esprits, nous créons un engouement autour de la marque. Les pop-up stores sont installés dans les grandes villes et dans des lieux stratégiques. Ces espaces offre aux visiteurs la possibilité de découvrir les coulisses de la fabrication du tabac bio aromatisé et de tester les différentes saveurs.

Des publicités urbaines

Afin de nous démarquer, nous voulons installer des distributeurs automatiques de saveurs dans des lieux stratégique tel que des bars, évènements, boîte de nuit et magasins spécialisés. Nous voulons aussi créer des installations visuelles comme des projections lumineuses et des affiches interactives.

Sensoria va également placer des QR codes à travers les villes qui permettent aux consommateurs de se connecter sur le site web de Sensoria et de bénéficier une seule fois d'un cadeau. Ce cadeau peut être un bon de réduction, une invitation à un atelier ou encore un échantillon gratuit d'une saveur exclusive.

Réaliser une étude de marché avec 5 questions clés à définir

1. À quelle fréquence fumer-vous ?
2. Que fumez-vous? (Cigarette, Puff, Cigarette électronique, Tabac à rouler)
3. S'il existait du tabac bio, sans additifs chimiques et sans pesticides l'achèteriez-vous?
4. S'il existait du tabac avec des goûts et des arômes mais d'origine naturelle, est-ce que vous les achèteriez?
5. Si il existait du tabac 100% bio, issus de l'agriculture responsable, cultiver sans pesticides, et qui ne contient pas d'additif chimiques mais qui est un peu plus cher que le tabac traditionnel, est-ce que vous l'achèteriez?
6. Aujourd'hui, un paquet de tabac à rouler coûte en moyenne 7,90 francs, est-ce trop cher selon vous ?
7. Si oui, quel prix trouvez-vous raisonnable?
8. À quel moment de la journée préférez-vous fumer?
9. Selon vous, quel est le principal frein à l'achat d'un tabac bio et aromatisé ?
10. Où achetez-vous votre tabac ?

Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Analyse de l'étude sur le tabac bio aromatisé

Dans le cadre du développement du tabac bio aromatisé, l'étude de marché a été créée pour mieux comprendre les habitudes des consommateurs, leur intérêt pour un produit bio et aromatisé, ainsi que les freins potentiels à l'achat. Grâce aux réponses, je peut remarquer certaines tendances et commencer à construire une stratégie adaptée.

Analyse des habitudes de consommation

Fréquence et type de consommation :

Environ 70% des participants au sondage fument quotidiennement. Cela signifie qu'ils ont une consommation régulière et sont à la recherche d'un produit stable qui convient à leurs habitudes. Les autres 30%, fument occasionnellement. Ce type de consommation permet d'envisager un marché pour des formats plus petits ou des produits plus accessibles. Cela permet à ce type de clientèle d'avoir un engagement à court terme.

En ce qui concerne le type de tabac consommé, les réponses indiquent une majorité de 3 différents type de tabac :

- Le tabac à rouler (41,2%) est un choix économique et très apprécié des consommateurs.
- Les cigarettes industrielles (32,4%) sont quant à elles préférée pour leur aspect pratique.
- Les cigarettes électroniques (11,8%) représentent une concurrence non négligeable.

Moments de consommation

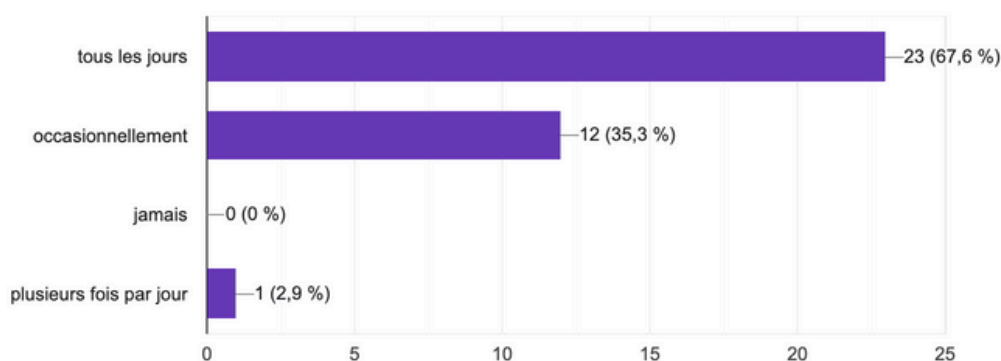
La majorité des participant indiquent préférer consommer du tabac l'après-midi (47,1%) et le soir (88,2%). Cela peut être un élément clé pour la communication marketing. Des campagnes ciblées sur ces moments de la journée pourraient attirer l'attention. Nous pourrions donc proposer des formats adaptés aux réseaux sociaux pour les fumeurs réguliers et occasionnels.

Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

À quelle fréquence fumer-vous ?

[Copier le graphique](#)

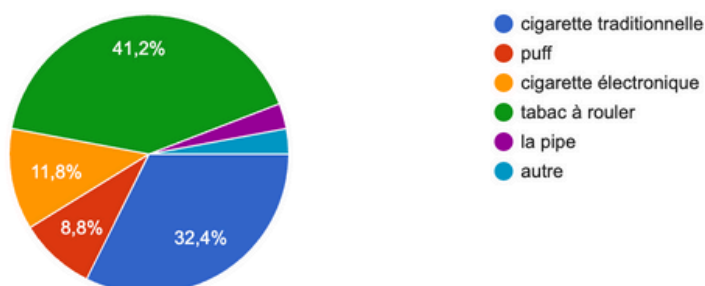
34 réponses



Que fumez-vous ?

[Copier le graphique](#)

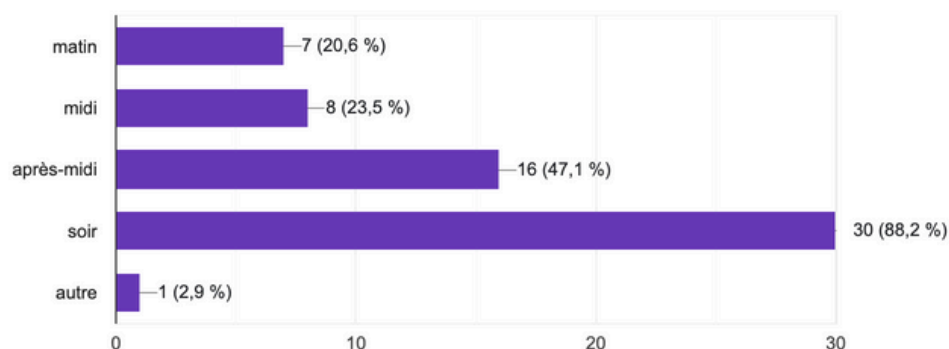
34 réponses



À quel moment de la journée préférez-vous fumer ?

[Copier le graphique](#)

34 réponses



Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Intérêt pour un tabac bio aromatisé

Attractivité du bio et du naturel

Le sondage indique que l'idée d'avoir un tabac bio sans additifs suscite un grand intérêt. Cependant, une partie des consommateurs reste indécise. C'est sûrement à cause du manque d'information sur les bénéfices du bio dans le tabac.

Le tabac aromatisé naturel est quant à lui perçu positivement mais soulève des interrogations. Certains ont peur que le goût ne soit trop différent de celui du tabac classique. Cela est clairement un frein dans leur achat.

Sensibilité au prix

Un élément clé ressort : le prix est un facteur déterminant.

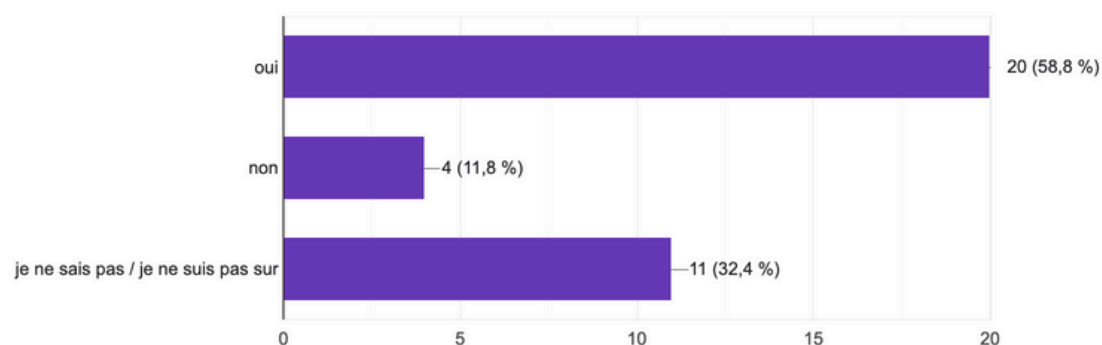
Certains indiquent qu'ils ne sont pas prêts à payer plus cher pour un tabac bio. Pour éviter cet enjeu de taille, nous pouvons créer des campagnes afin d'expliquer les bénéfices du tabac bio, proposer des offres de découverte et aussi adapter la tarification avec une gamme premium et une gamme avec des prix accessibles.

Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

S'il existait du tabac bio, sans additifs chimiques et sans pesticides l'achèteriez-vous?

[Copier le graphique](#)

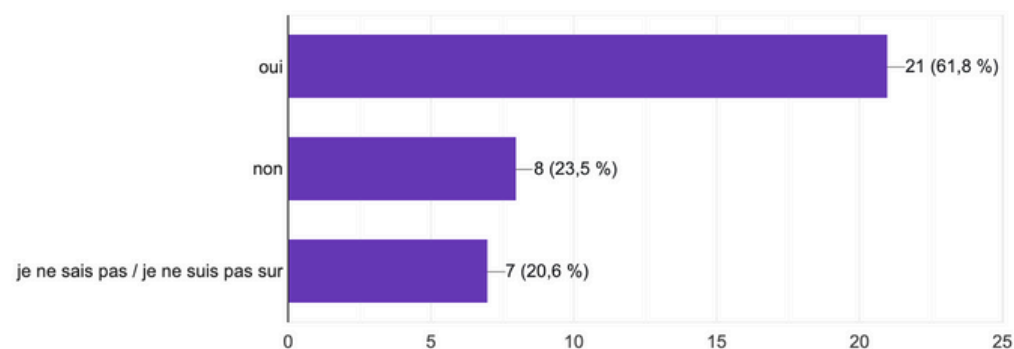
34 réponses



S'il existait du tabac avec des goûts et des arômes mais d'origine naturelle, est-ce que vous en achèteriez?

[Copier le graphique](#)

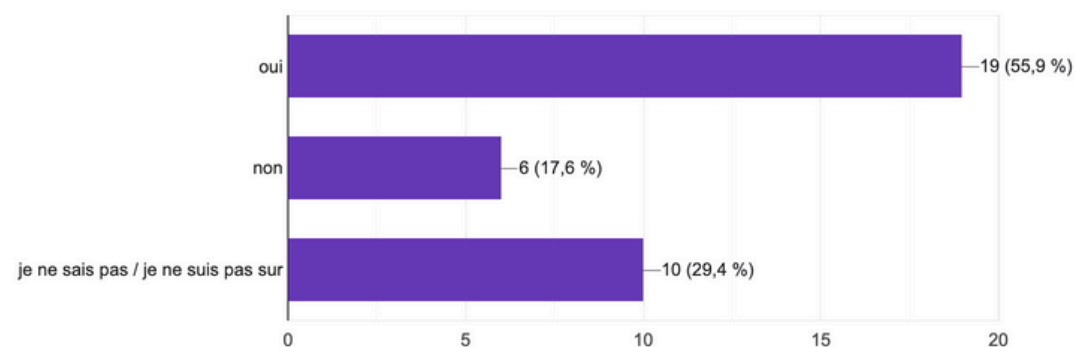
34 réponses



S'il existait du tabac 100% bio, issus de l'agriculture responsable, cultiver sans pesticides, et qui ne contient pas d'additif chimiques mais qui est un peu plus cher que le tabac traditionnel, est-ce que vous l'achèteriez?

[Copier le graphique](#)

34 réponses



Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Prix et tarification

Prix actuel et les attentes des consommateurs

La question du prix est centrale pour le positionnement du produit. Actuellement, le prix moyen du tabac à rouler est d'environ 7,90 CHF. 47,1% pensent que ce prix est trop cher et une majorité des répondants affirment que le prix qu'ils seraient prêt à mettre est de 5 à 7 CHF.

Adaptation des prix

Deux différents axes peuvent se développer pour répondre aux attentes des consommateurs :

Les offres promotionnelle et la fidélisation :

- Offrir des réductions sur certaines saveur sur une période donnée peut être une option. Nous pouvons aussi développer des saveur qui seraient éphémères pour inciter l'achat rapide. En dernier nous pouvons créer un programme de fidélité où les achats cumulent des points afin d'obtenir des réductions ou des accessoires uniques.

La politique de tarification selon les canaux de distribution :

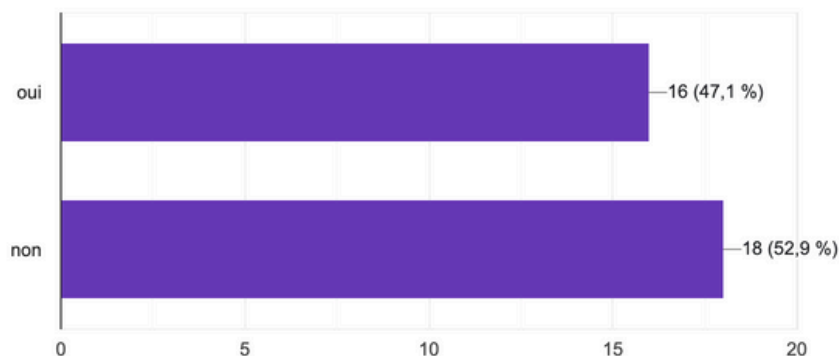
- La deuxième option est de standardiser les prix dans les bureaux de tabac et dans les magasins spécialisés. En ligne, la mise en place d'offres exclusives vont créer une dynamique d'achat. Et, en dernier, mettre un prix différencié lors de la présence de Sensoria sur des événements est une autre option. En effet, nous pouvons créer des offres spéciales festival et salon.

Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Aujourd'hui, un paquet de tabac à rouler coûte en moyenne 7,90 francs, est-ce trop cher selon vous ?

[Copier le graphique](#)

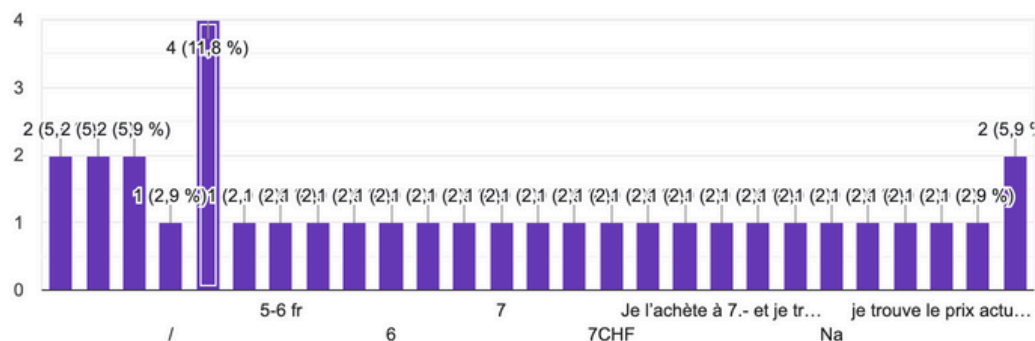
34 réponses



Si vous trouvez que c'est trop cher, quel prix trouvez-vous raisonnable?

[Copier le graphique](#)

34 réponses



Selon vous, quel est le principal frein à l'achat d'un tabac bio et aromatisé ?

[Copier le graphique](#)

34 réponses



Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Distribution

Présence dans les bureaux de tabac et magasins spécialisés

Les bureaux de tabac sont le point de vente principal à 76,5%. Les magasins spécialisés, eux sont à 14,7% et se positionnent comme le deuxième point de vente principal.

Vente en ligne

La digitalisation permet une meilleure accessibilité. Cela permet aussi de créer des offres exclusives qui favorisent les achats. Une plateforme pourrait offrir des abonnements pour les fumeurs réguliers, des packs personnalisés avec plusieurs saveurs et un blog éducatif sur le tabac bio, ses bénéfices et le processus de fabrication.

Présence en évènement et festivals

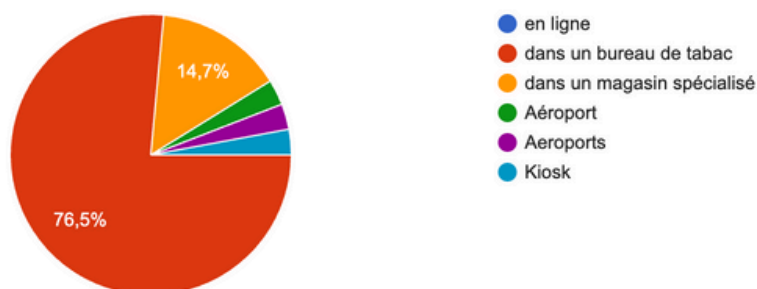
Les évènements sont des opportunités pour créer une vraie connexion avec nos consommateurs. Ils peuvent découvrir les produits en réel. Nous pouvons mettre en place des stands de dégustation, des collaborations avec des marques ou des personnalités publiques pour créer des éditions spéciales, ou encore distribuer des échantillons gratuits.

Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Où achetez-vous votre tabac ?

34 réponses

 Copier le graphique



Récolter les réponses de ces 5 questions et rédiger une conclusion

Conclusion de l'analyse

L'analyse de cet étude met en évidence plusieurs tendances clés. Globalement, les consommateurs expriment leur intérêt pour un tabac plus naturel mais certains freins à l'achat sont à lever comme le prix et la perception du goût.

D'abord, la majorité des répondants affirment être des fumeurs réguliers. Ils privilégient le tabac à rouler pour son aspect économique. Cette tendance nous permet de mettre en place une offre adaptée à cette cible. Nous devons faire des formats pratiques. La sensibilité des consommateurs face au prix est un autre point sensible. Un certain nombre pensent que le prix du tabac actuel est déjà trop cher et sont donc plus réticents à payer plus pour du bio. Il est donc judicieux de créer une offre avec un bon rapport qualité-prix.

L'aspect biologique et naturel est vu comme un avantage majeur. Cependant, du travail de sensibilisation est encore nécessaire afin de toucher un plus grand public. Certains craignent que le goût soit trop différent. C'est pour ces raisons qu'une campagne est plus qu'importante pour informer de manière transparente et pédagogique nos consommateurs.

En conclusion, le projet de tabac bio aromatisé présente un potentiel. Néanmoins, une bonne stratégie marketing doit être établie. Il faudra trouver l'équilibre entre des prix attractifs, la pédagogie sur le tabac bio, les expériences gustatives et une bonne distribution. Avec une bonne maîtrise de ces éléments, les chances de succès augmentent.

Définir le positionnement de mon entreprise et réaliser une conclusion

Dans un marché du tabac en pleine évolution, il est essentiel que Sensoria se démarque en adoptant un positionnement clair. Deux axes de positionnement s'offre à nous. Le premier est un positionnement premium et sensoriel. Le deuxième est axé sur l'accessibilité et l'éco-responsabilité.

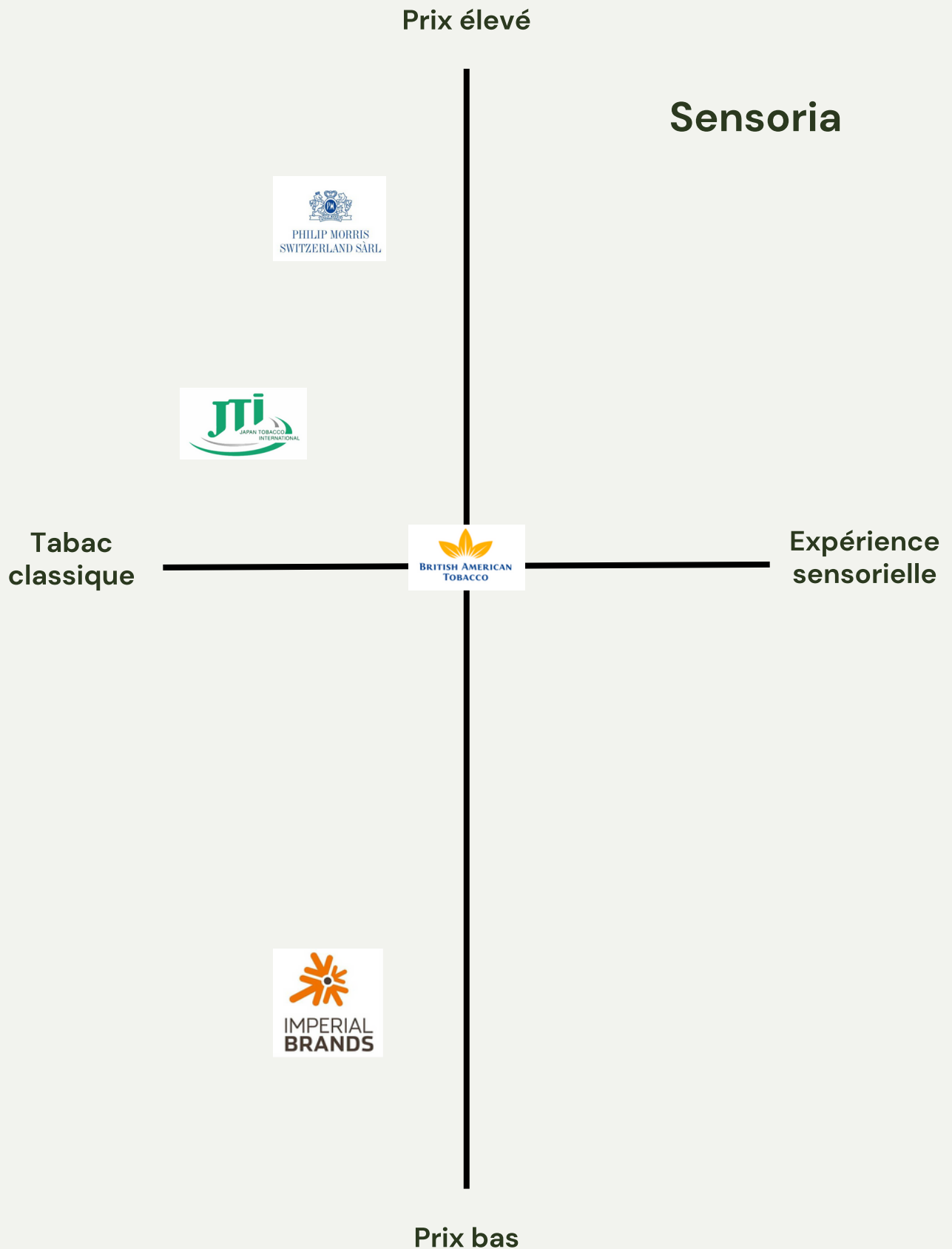
Positionnement premium et sensoriel

Sensoria se positionne comme une marque de tabac haut de gamme qui propose une expérience sensorielle unique. Ce positionnement se base sur plusieurs éléments clés :

- Un tabac bio de haute qualité : Un tabac d'excellente qualité et bio est requis. Il est issu de l'agriculture locale et respecte l'environnement.
- Des saveurs exclusives : Nous élaborons des arômes naturels afin de vous offrir une expérience unique.
- Un packaging sophistiqué : Pour attirer notre clientèle premium, l'esthétique et le détail sont très importants.

Ce positionnement nous oblige à faire face à des géants dans le secteur du tabac. Japan Tobacco International et British American Tobacco proposent des marques premium comme Winston. Néanmoins, Sensoria ne mise pas sur l'aspect traditionnel et classique mais bien sur l'innovation. En adoptant ce positionnement, nous nous adressons à une clientèle qui est à la recherche d'un produit exclusif et différent et qui est prête à payer un prix plus élevé pour de la qualité.

Définir le positionnement de mon entreprise et réaliser une conclusion



Définir le positionnement de mon entreprise et réaliser une conclusion

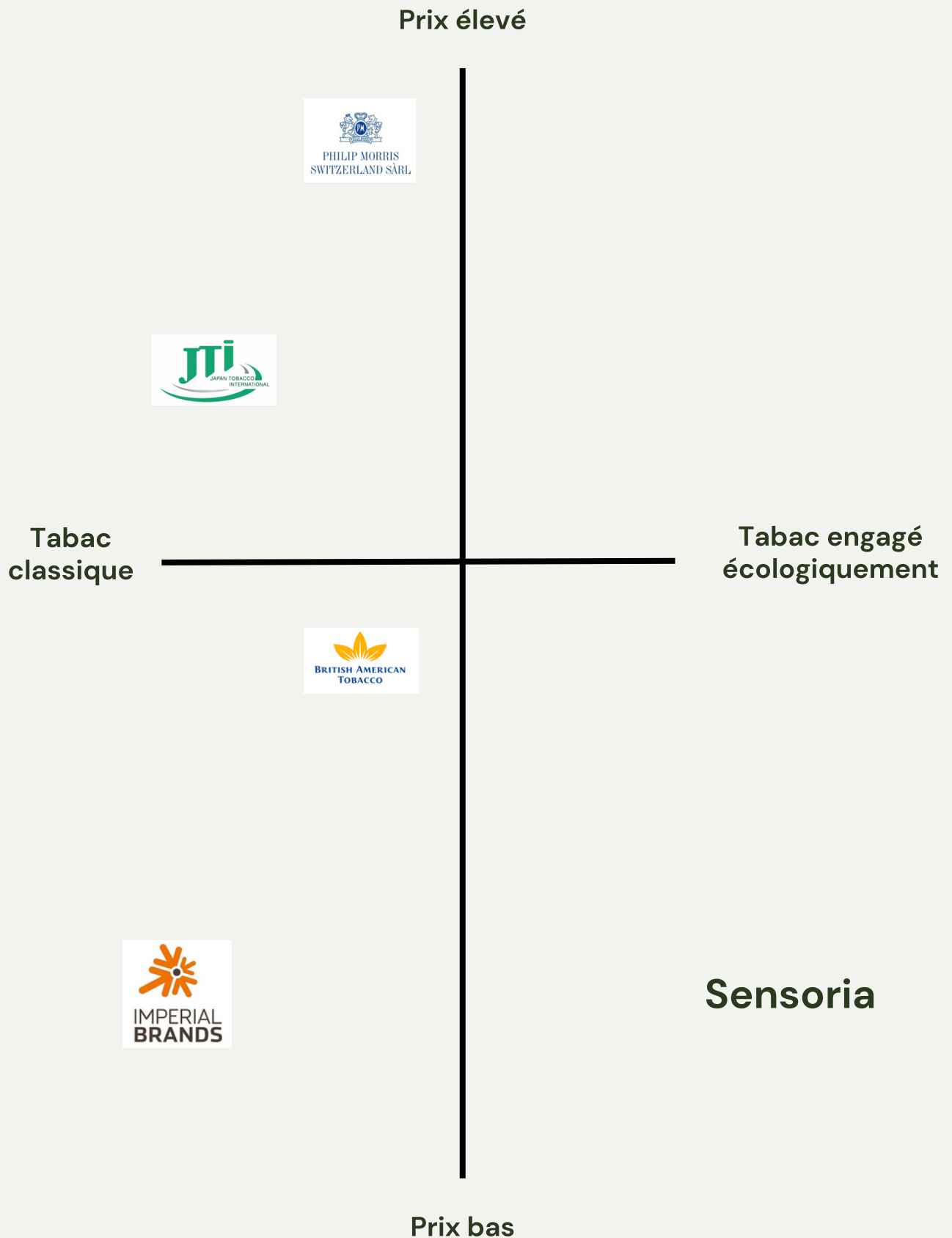
Un positionnement accessible et éco-responsable

Le deuxième axe stratégique adopte une approche plus engagée. Nous voulons cibler une clientèle plus large mais qui est aussi soucieuse de son impact environnemental. Ce positionnement repose sur les éléments clés suivant :

- Une gamme de prix accessible : Cela permet d'attirer un public plus large. Les jeunes adultes sont les premiers à rechercher des prix abordables.
- Une communication axée sur l'éco-responsabilité : En mettant en avant notre engagement nous espérons toucher un public soucieux de l'environnement.
- Des emballages recyclables et biodégradables : En proposant ce type d'emballage, nous marquons d'autant plus notre engagement.

Face à des leaders sur le marché comme Philip Morris International et British American Tobacco, Sensoria se distingue en proposant une alternative au tabac traditionnel. Nous offrons un tabac de qualité, respectueux de l'environnement et aligné avec les nouvelles attentes des consommateurs.

Définir le positionnement de mon entreprise et réaliser une conclusion



Définir le positionnement de mon entreprise et réaliser une conclusion

Conclusion

À travers ces deux axes de positionnements, Sensoria met en avant l'ambition de réinventer le tabac tout en s'adaptant aux attentes des consommateurs. D'un côté, on retrouve un positionnement premium et sensoriel. Sensoria promet à ses consommateurs un produit de qualité, bio, local, riche en goût et un packaging raffiné.

De l'autre côté, nous avons un positionnement axé sur l'accessibilité et l'éco-responsabilité. Cela permet à Sensoria d'élargir son public cible avec des prix accessibles et de toucher un public qui est conscient des enjeux environnementaux.

Ces deux stratégies traduisent un besoin de se différencier des acteurs principaux du marché comme Philip Morris, British American Tobacco ou encore Japan Tobacco International. Sensoria veut de l'innovation et de l'engagement dans ses produits. Grâce à cette vision engagée et une grande flexibilité, nous arriverons à concilier à la fois plaisir, accessibilité et responsabilité.

Sensoria Tabac Rendu 3

Eleonora Tomaso

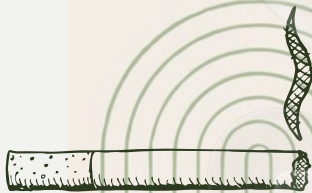
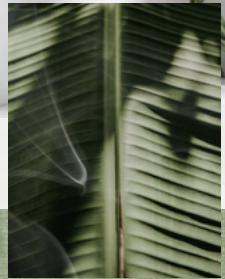
ID341
13.05.2025

Entreprise



MOODBOARD

Produit



MOODBOARD



**YOU
ARE
ENERGY**



Mettre en place une identité de marque et expliquer le choix

Sensoria est une marque de tabac bio aromatisé qui a été pensée comme une expérience sensorielle et consciente. De nos jours, les modes de consommations évoluent vers une consommation plus éthique, qualitative et respectueuse de l'environnement. Nous proposons donc une alternative respectueuse pour l'environnement et le corps. Nous nous accordons avec les tendances du slow-living et de la consommation responsable. Il ne s'agit plus de simplement fumer mais bel et bien de vivre un moment de détente.

Sensoria place ces éléments ainsi que l'émotion, la simplicité et l'élégance au coeur de son identité. Nous souhaitons toucher un nouveau type de consommateurs qui est à la recherche d'un équilibre entre plaisir et conscience écologique.

Univers visuel

L'univers visuel de Sensoria reflète une ambiance organique, apaisante et naturelle. Dans les teintes dominantes nous retrouvons du vert sauge, beige et blanc fumé. Ces couleurs évoquent la pureté, la nature et le calme. Les visuels intègrent aussi des textures végétales comme des feuilles. Dans les textures nous retrouvons aussi des matières recyclées tel que du papier, carton ... Grâce à ces éléments visuels nous voulons prouver que l'harmonie entre l'homme et la nature existe. L'univers graphique se veut simple et épuré mais chaleureux.

Mettre en place une identité de marque et expliquer le choix

Prisme identitaire

Physique

Il y a plusieurs éléments visibles qui incarnent Sensoria. Parmi eux on retrouve :

- Le produit : du tabac aromatisé bio dans des sachets pré-dosés.
- Le packaging : des emballages éco-responsables et recyclables au design minimaliste
- La palette de couleur : tons vert, blanc crème, beige naturel
- Les textures : des matières tel que du papier, carton, tissus recyclés

Personnalité

Sensoria a une personnalité calme et posée. Elle incarne :

- La douceur : ton doux, fluide, presque poétique
- Le raffinement : élégance sobre, esthétique travaillée
- L'écoute : nous ne dictons pas nous proposons, nous accompagnons les consommateurs et sommes à l'écoute de leurs besoins
- Le respect : nous respectons le consommateur en offrant un produit sain et bio et nous respectons aussi l'environnement avec nos politiques éco-responsables
- L'ouverture d'esprit : nous sommes une marque qui s'adresse à celles et ceux qui souhaitent une consommation différente et en pleine conscience

Culture

Nous avons un socle culturel fort :

- La culture écologique et bio : nous respectons la terre, les cycles naturels et choisissons des ingrédients de qualité
- Le slow-living : l'art de savoir ralentir, savourer l'instant et vivre en pleine conscience
- Les rituels ancestraux : les infusions, fumigations, aromathérapie

Mettre en place une identité de marque et expliquer le choix

Prisme identitaire

Relation

Nous créons une relation d'accompagnement et de bienveillance :

- Nous vous invitons à prendre une pause, à ralentir le rythme et à vous écouter.
- Nous ne moralisons pas. Nous proposons une nouvelle voie à ceux et celles qui le souhaitent.
- Nous valorisons l'expérience personnelle. Chaque arôme et chaque moment vous appartient, profitez-en.

Reflet

Sensoria s'adresse à un certain type de consommateur :

- les jeunes adultes ou trentenaires, urbains, cultivés, curieux
- les personnes sensibles aux enjeux écologiques et à la consommation durable
- les personnes à la recherche de produits qui ont du sens, qui sont bons pour nous
- les personnes sensibles au bien-être, au slow-living, qui écoutent leur corps

Mentalisation

Quand on consomme un produit Sensoria, le consommateur se voit comme :

- une personne consciente, alignée avec ses valeurs
- quelqu'un qui choisit ce qu'elle consomme et qui respecte son corps
- un consommateur moderne, raffiné et attentif
- une personne éthique
- une personne apaisée et sereine

Mettre en place une identité de marque et expliquer le choix

Nos valeurs

Nous ne sommes pas qu'un produit mais une philosophie de vie, un état d'esprit. Nous invitons les consommateurs à ralentir le rythme, à s'écouter et se reconnecter à soi et au monde. Notre approche est durable et sensorielle. Nous défendons des valeurs fortes.

Simplicité

Pour nous, la simplicité est un luxe. Pourtant, ce n'est pas synonyme de banalité mais bien d'épuration choisie. Nous voulons un retour à l'essentiel : des arômes naturels, une expérience sans artifices et un design minimaliste. Nous valorisons un rythme de vie plus lent et une consommation réfléchie et respectueuse.

Respect

Nous nous engageons à respecter l'environnement et l'humain. Pour nous, utiliser des ingrédients naturels et bio est essentiel. Nous devons aussi produire de façon responsable avec des partenaires qui sont également engagés. Nous faisons un maximum afin de réduire le plus possible notre empreinte carbone et refusons totalement les additifs chimiques.

Sensorialité

Le coeur de la marque repose sur l'éveil des sens. Chaque sachet de tabac est une invitation à vivre une expérience sensorielle unique et propre à chacun. Nous créons des parfums subtils et réconfortant avec des textures douces et naturelles pour votre rituel quotidien.

Équilibre et bien-être

Nos produits ne sont ni des substituts, ni des produits de dépendance. Nous proposons une alternative positive à nos habitudes nocives. Nous mettons en avant la santé et l'équilibre mental, la gestion du stress et la détente. Nous encourageons nos clients à reprendre le contrôle sur leur consommation et leur corps.

Ouverture d'esprit et inclusion

Sensoria s'adresse à celles et ceux qui souhaitent vivre différemment, quelle que soit leur âge, genre ou parcours de vie. Nous refusons toute rigidité du marché traditionnel et proposons une nouvelle voie. Une voie ouverte, libre et inclusive.

Logo et explication

Le logo de Sensoria a été conçu avec soin pour traduire l'ADN de la marque. Il allie à la fois nature, simplicité et raffinement. Le logo a été créé sur Illustrator et s'articule autour d'un élément graphique visuel, la feuille de tabac. Je me suis inspirée des feuilles de la plante de tabac pour créer ce visuel. Je l'ai re-dessiné de manière minimaliste pour évoquer une nature pure. Cela correspond bien à l'univers d'un produit bio, éthique et haut de gamme.

Les lignes de la feuille sont volontairement fines et épurées pour favoriser une esthétique douce et naturelle. Ce parti pris graphique facilite aussi grandement la reproduction du logo sur différents supports (emballages, étiquettes, support numérique ...) sans perdre de la lisibilité ni de la qualité.

Le choix de la typographie est aussi stratégique. J'ai sélectionné la police Maoline. C'est une typographie à empattements qui met en avant l'élégance et est bien lisible. Elle peut évoquer à la fois le savoir-faire artisanal et la qualité premium de notre tabac. Toutefois, sa structure est stable et bien ancrée. Cela crée un contraste intéressant entre la délicatesse organique de la feuille et la stabilité de la typographie. Cette combinaison renforce l'équilibre entre l'authenticité du produit et le sérieux de la marque.

Ce logo transmet donc visuellement l'engagement écologique de la marque et allie la simplicité et le raffinement de nos produits.



Packaging et explication

Dans le cadre de la conception et de la mise en marché d'un produit, le choix du packaging joue un rôle crucial. Ils ont été réalisés selon des critères esthétique, fonctionnels, environnementaux et marketing.

Cohérence visuelle et identité de marque

Les packaging ont une charte graphique homogène, les couleurs sont naturelles (blanc, beige, vert), les typographies sont claires et lisibles et les illustrations sont simples et épurées. Ce choix s'inscrit dans une volonté de refléter une image de marque authentique, responsable et moderne. Avec un design épuré, toute surcharge visuelle est évitée. Ainsi, la lisibilité est optimale et les informations sont perçues et lues correctement.

Choix des matériaux

Les matériaux utilisés pour les emballages sont principalement du carton recyclé et recyclable avec une très fine couche de plastique afin d'hermétiser le sachet. Le choix de ces matériaux permet de réduire notre impact environnemental et de répondre aux attentes des clients. Cela nous permet également de valoriser et mettre en avant notre image de marque en tant qu'acteur engagé dans une démarche de développement durable.

Fonctionnalité et ergonomie

Le format choisis est adapté au produit. Le paquet s'ouvre et se ferme facilement et est manipulable. Ces aspects sont très important pour le transport et le stockage des produits. L'ouverture du paquet est ergonomique afin de faciliter l'ouverture et la fermeture.

Packaging et explication

Lisibilité de l'information

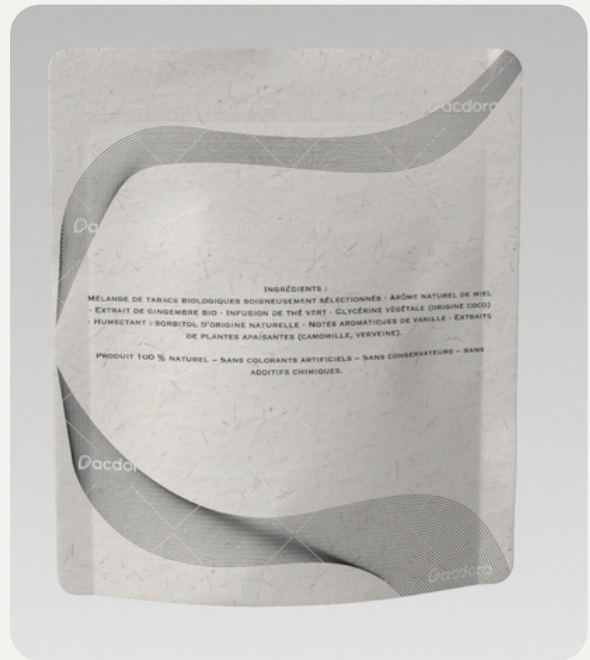
Les faces du packaging mettent en avant différents éléments essentiels comme le nom du produit, le logo, la mention 100% naturel et sans additifs. De ce fait, l'attention des consommateurs est captée rapidement et ces mentions claires les rassurent. L'arrière du packaging contient les informations importantes comme les ingrédients. Sur le packaging il y a uniquement les informations essentielles afin d'avoir un look épuré et une lisibilité optimale.

Conclusion

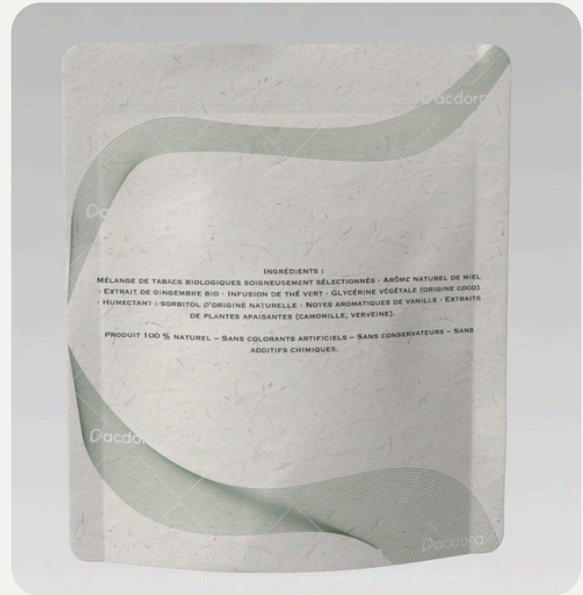
Le choix de ce packaging résulte d'une grande réflexion stratégique. Cette réflexion intègre des aspects écologiques, économiques, esthétiques et commerciaux. Chaque élément du design contribue à renforcer l'image de marque auprès des consommateurs. Le packaging se doit d'être cohérent avec nos valeurs et les attentes des clients.

Packaging 1

Ce packaging peut contenir une grande quantité de tabac, il est plus grand qu'un paquet classique.

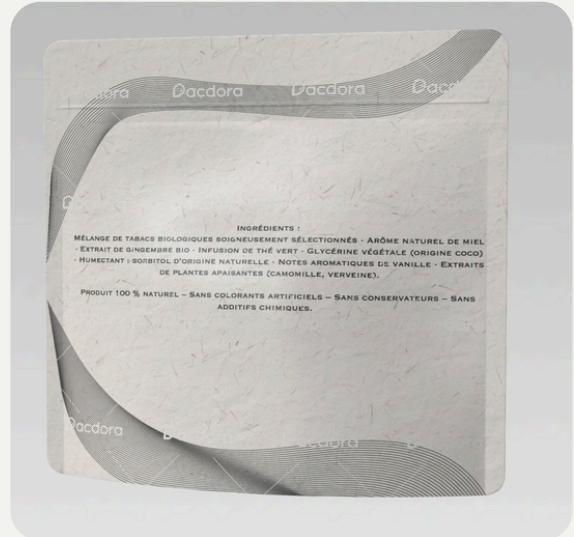


Packaging 1

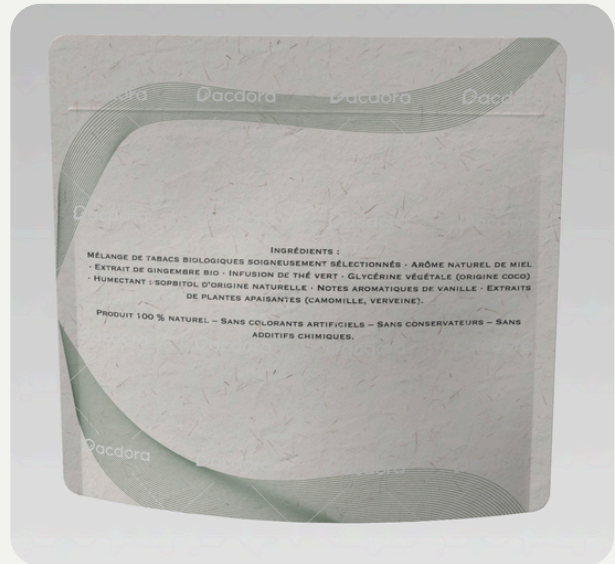


Packaging 2

Ce packaging est à un format plus classique. C'est un format qu'on retrouve en magasin et kiosk.



Packaging 2



Packaging 3

Ce packaging est celui du colis d'envoi si on commande sur le site web du tabac.



Proposer un concept digital de lancement de marque

Pour le concept digital de lancement de Sensoria, nous proposons "Rituels". Rituels est un voyage sensoriel digital basé autour des moments clés de la journée. La campagne Rituels va transformer chaque saveur de la marque en un moment de la journée, une ambiance, une émotion. Nous voulons inviter nos consommateurs à entrer dans cette expérience immersive via les réseaux sociaux et un site web interactif.

Objectifs

Nous voulons ancrer Sensoria dans le quotidien de nos consommateurs via des moments de consommation symboliques et émotionnels. Le but est de créer de l'engagement autour de différentes valeurs comme le slow-living, le naturel, l'élégance et l'éco-responsabilité. Nous devons contourner les restrictions publicitaires autour du tabac par une approche lifestyle et axée sur la sensorialité.

Déroulé de la campagne

Un site web immersif

Un site web immersif "Rituels" va proposer aux utilisateurs de composer leur rituel sensoriel idéal.

1. L'utilisateur sélectionne un moment de la journée. (réveil, matin, pause, soir, nuit, apéro...)
2. À chaque moment sélectionner, une saveur correspond à ce dernier.
3. L'utilisateur découvre une ambiance immersive. (son, image, histoire, inspiration...)
4. À la fin de son parcours il peut alors créer son rituel personnalisé et recevoir une boîte découverte ou surprise. (échantillons, bon de réduction, invitations à des événements...)

Le but est de récolter des e-mails afin de garder les utilisateurs informés sur les nouveautés de Sensoria, créer un lien émotionnel et de prolonger l'expérience au-delà du digital.

Proposer un concept digital de lancement de marque

Un calendrier de rituels sur le site web

Durant la semaine de lancement des produits, chaque jour est associé à une saveur et ambiance différente. C'est une série de micro-expériences quotidienne. On peut le comparé à un agenda du bien-être ou chaque jour est lié à une ambiance, émotion et saveur de la marque.

Le calendrier digital permet au consommateur de :

- découvrir chaque jour un rituel
- de vivre une expérience immersive grâce à des supports tel que :
 - playlist
 - vidéo d'ambiance
 - citation inspirante
 - conseil de relaxation ou de dégustation
 - contenu sur les bienfaits des plantes utilisées
 - storytelling sur la fabrication de la saveur du jour

Grâce à cette action les utilisateurs sont invités à ralentir, se recentrer et savourer. Ils recevront chaque matin un mail ou une notification pour connaître le rituel du jour.

Conclusion

Avec Rituels et le calendrier de rituels, Sensoria ne se contente pas de lancer juste une gamme de produit mais valorise un mode de vie sensoriel. Cette campagne digitale propose aux consommateurs une nouvelle manière de consommer. Une consommation plus consciente, connectée à l'instant présent, aux émotions et à la nature. Grâce à la valorisation de rituels quotidiens, nous tissons un lien fort et intime avec nos clients. Ce lancement a pour objectif d'instaurer une relation de confiance et de proximité avec nos consommateurs.

Trouver un nom de marque et l'expliquer

Le nom Sensoria a été choisi pour refléter au mieux l'essence de la marque : une expérience sensorielle raffinée autour du tabac aromatisé bio. Inspiré du mot sensorialité, Sensoria évoque immédiatement le monde des sens. Cela traduit l'ambition de créer un produit qui ne se limite pas à la simple consommation mais qui stimule l'odorat, le goût, la vue et le toucher grâce à des saveurs naturelles. Le "a" de Sensoria fait subtilement au mot tabac. Cela renforce l'idée d'un tabac repensé, doux, respectueux et sensoriel.

Annexes

Le tabac est aujourd'hui cultivé dans 9 cantons mais la majorité (85%) des cultures se trouvent dans la Broye, en Suisse Romande. Malheureusement, la tabaculture perd du terrain et on recense une surface de 446 hectares, c'est 0,04% des surfaces agricoles en Suisse. La confédération verse 14 millions de francs aux planteurs de tabac via le fond SOTA (société coopérative pour l'achat du tabac indigène).

Les plus grandes sociétés de tabacs sont installées en Suisse (Philip Morris, Japan Tobacco, British American Tobacco). En 2015 ces groupes ont produits 40 milliards de cigarettes en Suisse et près de 80% ont été exportées. Ces ventes à l'étranger génèrent 620 millions de francs par an. Ces cigarettes en forte teneur en goudron et nicotine sont interdites de vente en Suisse et dans l'union Européenne.

Malgré le fait que ce marché est en diminution depuis 25 ans, les ventes annuelles rapportent plus de 9 milliards de francs. La baisse des ventes de cigarettes est due à l'arrivée des e-cigarettes. Ces e-cigarettes seraient dites moins dangereuses et à risque réduits. La Suisse se présente comme un partenaire fiable de santé publique et soucieux de convertir les fumeurs à des alternatives moins nocives pour la santé.

L'économie du tabac représenterait 6,5 milliards de francs par an [15], dont plus de 2 milliards [16] de retombées fiscales directes (taxation des produits du tabac). Le secteur emploie près de 5'000 salariés [17]. Cette industrie représente une manne fiscale importante pour les Communes et les Cantons qui les accueillent. Ces derniers représentent alors souvent des tiers défendant les intérêts des cigarettiers.

https://www.grea.ch/sites/default/files/2._le_marche_du_tabac_en_suisse_ces_t_.pdf

Annexes

Nombre de cigarettes vendues en Suisse (1996-2023)  ADDICTION | SUISSE



Source: OFDF, 2024

implantés en Suisse, puisque les entreprises qui contrôlent le marché mondial y ont leur siège principal et d'importantes parts de production. Environ 25 milliards de cigarettes sont produites en Suisse, dont la majorité (plus de 70%) est exportée à l'étranger. En raison du recul constant de ventes de cigarettes dans les pays industrialisés, l'industrie du tabac investit dans la recherche et la promotion de produits qu'ils considèrent à moindre risque (produits du tabac chauffés, e-cigarettes).

<https://www.addictionsuisse.ch/faits-et-chiffres/cigarettes-co/cigarettes-co-marche/>

Annexes

Le secteur du tabac **joue un rôle important dans l'économie suisse**. Il crée des emplois, soutient d'autres secteurs d'activité et conduit à des investissements. Il génère d'importantes exportations et **des recettes fiscales élevées** pour le compte de l'Etat suisse. La contribution totale des entreprises du secteur du tabac, somme des contributions directes, indirectes et publiques, s'élève à **6,3 milliards de CHF**, soit environ **1% du PIB de la Suisse**. Elle représente quelque **11'500 emplois**, soit environ **0,2% de la population active suisse**.

Culture du tabac

- Le tabac est cultivé en Suisse depuis plus de **300 ans**.
- Le tabac est cultivé sur plus de **460 hectares** dans **9 cantons**.
- La culture du tabac emploie environ **160 exploitants**.
- La culture du tabac s'est **consolidée** ces dernières années.
- La culture du tabac génère des **revenus annuels relativement élevés** par rapport à d'autres produits cultivés sur le territoire suisse, tels que les carottes, les betteraves sucrières ou les pommes de terre.
- La culture du tabac suisse est associée à des **coûts relativement élevés**.
- La culture du tabac en Suisse est **une activité fortement réglementée** et est soutenue par un **système de subventions** régi par la loi.

Fabrication de produits du tabac

- En Suisse, environ **34,6 milliards** de cigarettes ont été fabriquées en 2016.
- Environ **25%** des cigarettes produites en Suisse sont destinées au marché intérieur. Elles représentent environ **89%** des ventes totales de cigarettes dans le pays.
- Environ **75%** des cigarettes produites en Suisse sont **exportées**. Les principaux marchés d'exportation des cigarettes suisses sont: le Japon, le Maroc et l'Afrique du Sud.
- **Les recettes d'exportation générées par les produits du tabac en 2016** (561 millions de CHF) sont comparables à celles des principales denrées suisses exportées, comme le **fromage** (578 millions de CHF) ou le **chocolat** (785 millions de CHF).
- Il y a peu, de nouveaux produits dits « à tabac chauffé » ont été lancés sur le marché suisse. Ils sont le résultat d'importants investissements consentis par des fabricants de produits du tabac au niveau mondial. Une partie de ces investissements ont été réalisés en Suisse sous la forme d'activités de recherche et développement ainsi que de la transformation de lignes de production.
- Les premières données chiffrées concernant les ventes de produits dits « à tabac chauffé » et leurs retombées fiscales ne seront toutefois rendues publiques qu'en 2018.

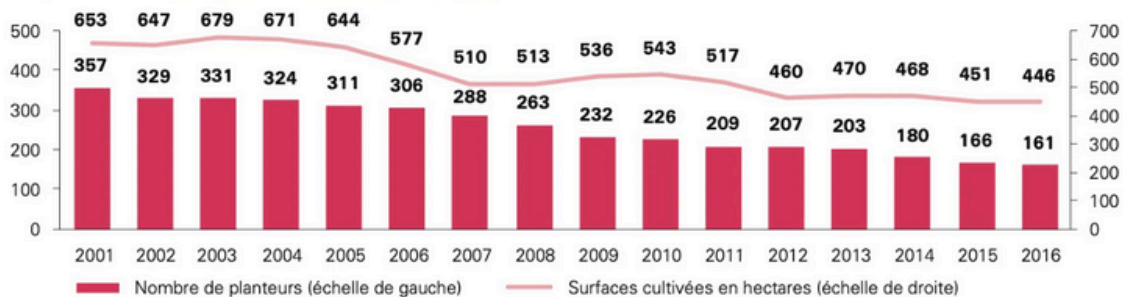
Distribution du tabac - Vente en gros et au détail

- Les produits du tabac sont distribués dans environ **13'500 points de vente** – boutiques d'alimentation générale et kiosques par exemple – et par environ **14'500 distributeurs automatiques**.
- La distribution de tabac se fait par les circuits classiques de vente en gros, par des distributeurs intégrés et en libre-service.
- Dans nombre de ces points de vente, ces produits représentent une **part importante des recettes totales** et sont des **produits d'appel**, avec des retombées positives sur la vente d'autres produits.
- Environ **89%** des ventes totales de tabac en Suisse proviennent des **cigarettes**; cigares et cigarillos représentent environ 6%, et les autres produits, tels que le tabac à coupe fine et à pipe, ou les produits dits « à tabac chauffé », environ 5%.
- Au cours de ces deux dernières décennies, les ventes de tabac en Suisse **ont diminué de près de 38%**.

https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/switzerland-files/kpmg_study_2017_fr_final.pdf

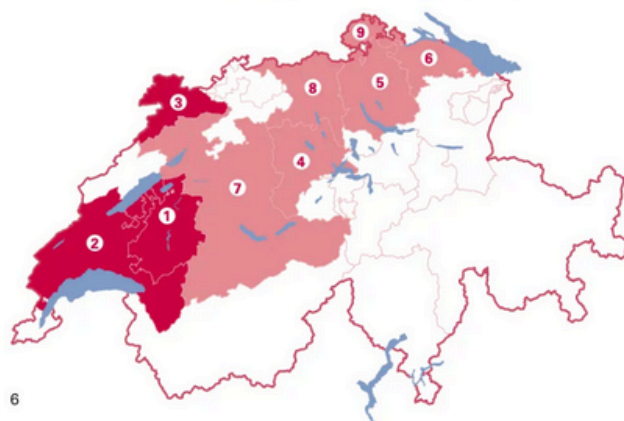
Annexes

Graph. 1: Producteurs de tabac et surfaces cultivées (2001–2016)



Source: SwissTabac (www.swisstabac.ch)

Schéma 1: Répartition géographique des producteurs de tabac en Suisse (2016)



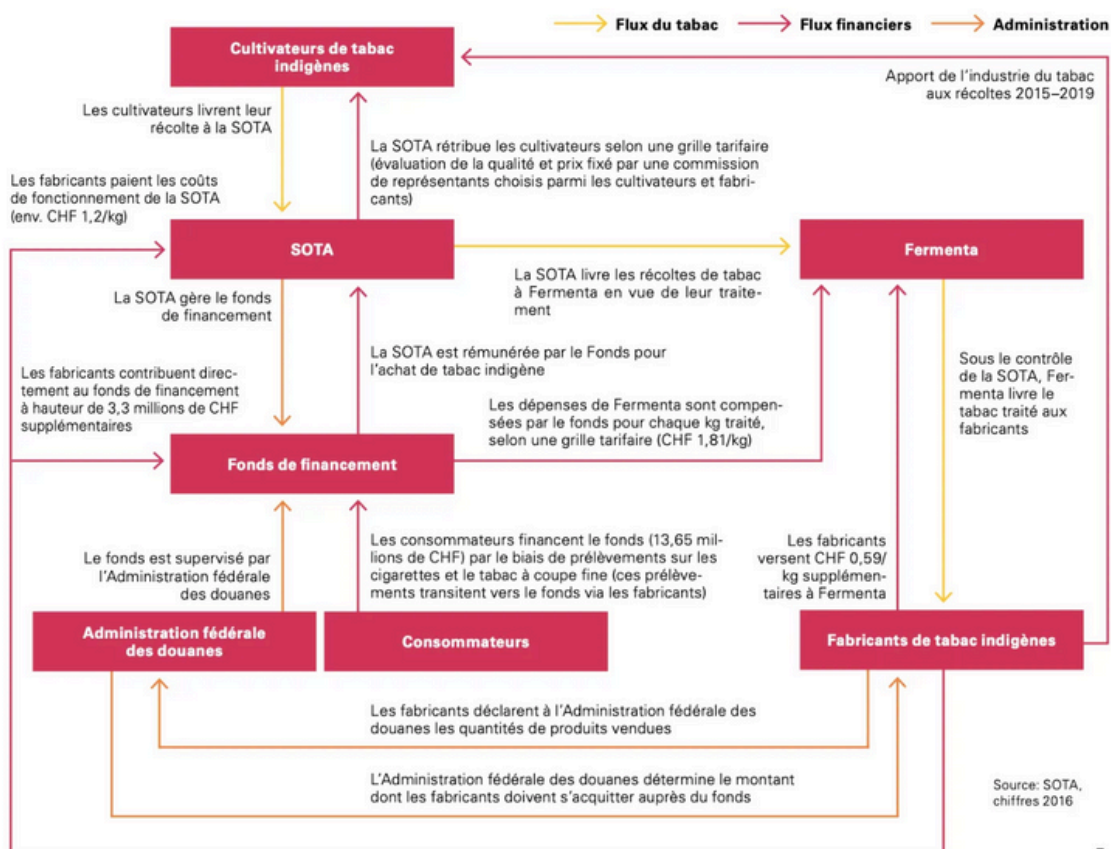
1	Fribourg	202,0 ha
2	Vaud	153,3 ha
3	Jura	36,0 ha
4	Lucerne	16,4 ha
5	Zurich	15,8 ha
6	Thurgovie	9,1 ha
7	Berne	5,1 ha
8	Argovie	3,9 ha
9	Schaffhouse	0,5 ha

Source: SwissTabac (www.swisstabac.ch)

https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/switzerland-files/kpmg_study_2017_fr_final.pdf

Annexes

Schéma 2: Culture du tabac en Suisse



https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/switzerland-files/kpmg_study_2017_fr_final.pdf










Annexes

Tableau 1: Grille tarifaire pour les cultivateurs de tabac et les cigaretteurs

Payé par → Payé à	SOTA → cultivateurs de tabac		Fabricants de tabac → SOTA	
Grille tarifaire (basée sur la qualité du tabac)	Qualité I	CHF 17,40 / kg	Qualité I (Burley) Qualité I (Virginia)	CHF 4,20 / kg CHF 4,50 / kg
	Qualité II	CHF 12,70 / kg	Qualité II (Burley) Qualité II (Virginia)	CHF 3,40 / kg CHF 3,70 / kg
	Qualité III	CHF 5,50 / kg	Qualité III (Burley) Qualité III (Virginia)	CHF 1,00 / kg CHF 1,00 / kg

Source: Ordonnance fixant les prix de production et les prix aux fabricants pour le tabac indigène, Art. 1 et Art. 3 (RS 916.116.1)

Schéma 4: Fabrication de produits du tabac en Suisse

		Philip Morris International	British American Tobacco	Japan Tobacco International
				
Marché suisse		Lausanne, Neuchâtel et Spreitenbach	Boncourt et Lausanne	Genève et Dagmersellen
Fonctions centrales et régionales		Lausanne (Quartier général) et Neuchâtel (R&D)	–	Genève
Production		Neuchâtel	Boncourt	Dagmersellen
Employés		3'000	440	1'300
Marques principales		Marlboro, Chesterfield et L&M	Parisiennes, Kent et Pall Mall	Winston, Camel et Natural American Spirit
Marque des produits dits « à tabac chauffé »		IQOS	glo™	Ploom

Il existe trois types de réseaux de distribution de tabac en gros en Suisse:

- les grossistes classiques,
- les détaillants intégrés,
- la vente en libre-service.

Les grossistes classiques fournissent les détaillants qui profitent de leurs importants volumes de commandes et de leurs réseaux logistiques. Les principaux grossistes suisses sont Oettinger Davidoff Group, Lekkerland, E. Weber et Groupe Margot. Les détaillants intégrés comprennent notamment les chaînes de points de vente comme Valora,

https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/switzerland-files/kpmg_study_2017_fr_final.pdf

Annexes

Schéma 7: Vente de tabac en gros et au détail en Suisse

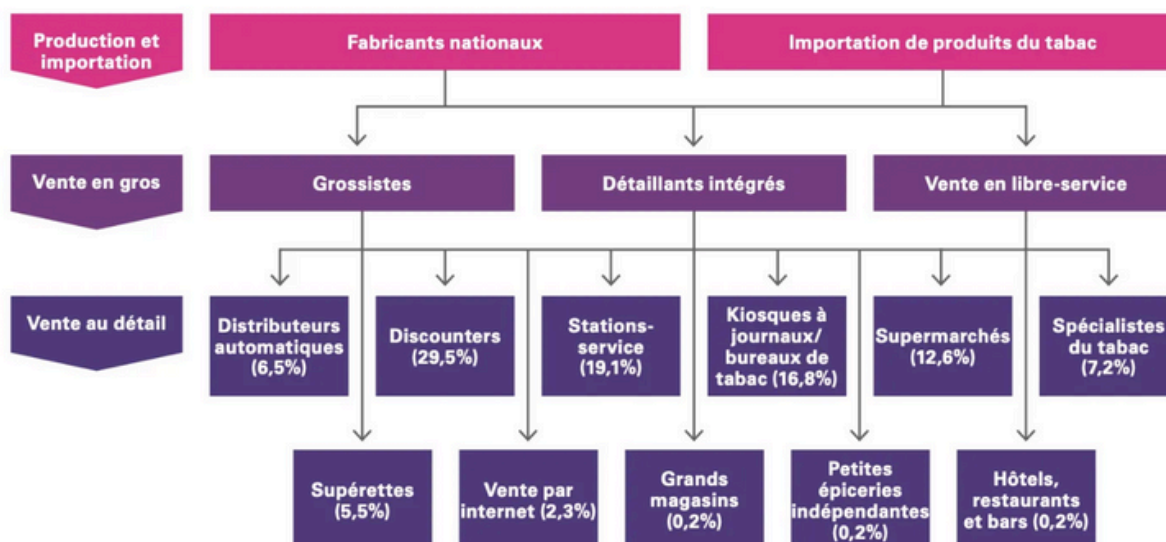


Schéma 11: Répercussion directe de l'industrie suisse du tabac

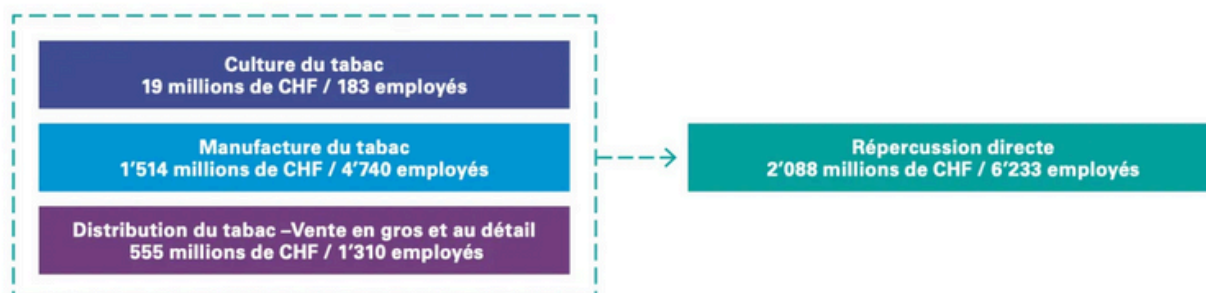
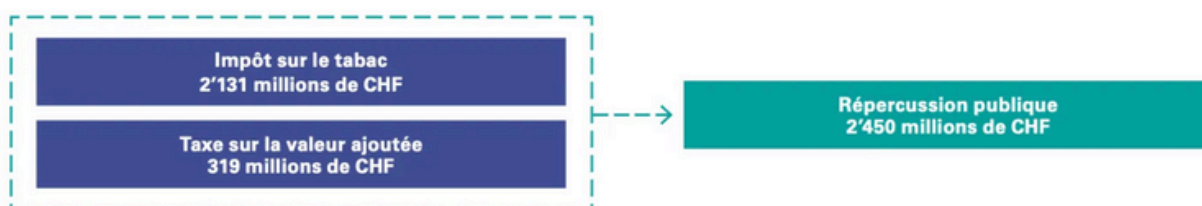


Schéma 12: Effet public de l'industrie suisse du tabac



https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/switzerland-files/kpmg_study_2017_fr_final.pdf

Annexes

Notre portefeuille est composé au niveau mondial de plus de 100 produits du tabac, mais notre plus grande force réside dans les Flagship Brands, qui ont toutes grandement contribué à notre succès et sont devenues des marques légendaires.

Nos marques phares en Suisse sont Camel et Winston:

Camel

Avec Camel, nous avons développé dès 1913 une marque de cigarettes au goût unique. Camel a immédiatement plu aux fumeurs et a su conquérir le monde entier en peu de temps. Depuis plus de 100 ans, son succès ne se dément pas.



Winston

Winston a été lancée aux Etats-Unis en 1954 et est rapidement devenue la cigarette filtre la plus appréciée. A l'heure actuelle, la position de la marque, qui fait partie des cigarettes les plus vendues au monde, n'a jamais été aussi forte sur le marché.



https://www.jti.com/sites/default/files/local-files/ch/french/documents/related-documents/swiss_jti_imagebrochure_fr_O.pdf

Annexes

La production des feuilles de tabac (appelées à ce stade « tabac vert ») est estimée à 32,4 millions de tonnes par an, permettant la production de 6,5 millions de tonnes de tabac sec à l'origine des 6 000 milliards de cigarettes produites annuellement⁴. La culture du tabac comprend la constitution de terrains agricoles, la plantation, l'entretien des plantes et la récolte.

Les surfaces de culture du tabac pourraient servir à la culture vivrière, ce qui favoriserait la consommation locale, la souveraineté alimentaire et réduirait l'insécurité alimentaire touchant des pays producteurs^{2,6-9}. Selon des estimations, ces surfaces permettraient de couvrir les besoins alimentaires de 10 à 20 millions de personnes^{7,9}.

<https://www.revmed.ch/livres/sante-et-environnement/partie-2-environnement-sante-et-societe-perspectives-multidisciplinaires/perspective-de-la-sante-publique/21-impact-environnemental-du-tabagisme/culture-du-tabac#tab=tab-read>

Annexes

- Toute la filière du tabac cause des dommages considérables à l'environnement.
- La culture du tabac est responsable de 5 % de la déforestation mondiale, entraînant une perte de biodiversité et une perturbation des écosystèmes.
- Les mégots de cigarette, qui contiennent du plastique, sont une source majeure de pollution environnementale et nuisent aux écosystèmes en raison de leur nature non biodégradable et toxique.

Résumé

L'impact écologique du tabac est souvent négligé. Avec environ six mille milliards de cigarettes fabriquées chaque année et consommées par 1,1 milliard de fumeurs dans le monde, les effets du tabac sur l'environnement se font sentir à l'échelle planétaire. Le tabac est cultivé dans plus de 125 pays, sur environ quatre millions d'hectares de terres, principalement dans les pays à revenu faible ou intermédiaire. Les effets néfastes sur l'environnement existent à tous les niveaux, depuis le stade de la culture et du traitement jusqu'à la transformation, la distribution, la consommation et l'élimination.

nombreux égards. La monoculture du tabac et ses exigences élevées en nutriments nécessitent une utilisation intensive de pesticides et d'engrais que les petits exploitants agricoles des pays à revenu faible ou intermédiaire ont rarement les moyens de s'offrir. L'épuisement de la fertilité des

La culture du tabac consomme beaucoup de ressources et n'est pas écologique. Elle nécessite non seulement d'énormes quantités d'eau pour la culture et de bois pour le séchage, mais aussi des pesticides puissants pour traiter la plante, qui est très délicate. En Suisse, où cette «culture marginale» n'est rendue possible que grâce à des aides financières, seuls 135 planteurs de tabac exploitent encore quelque 400 hectares de surface dédiés à la culture du tabac, et la tendance est à la baisse!

<https://www.at-schweiz.ch/fr/connaissances/durabilite/environnement/>

Annexes

- **Utilisation de pesticides** : La culture du tabac nécessite souvent l'utilisation de produits agrochimiques puissants pour protéger les plantes contre les ravageurs et les maladies. Cependant, ces substances peuvent nuire aux sols, à l'eau et à la santé humaine. AT-SCHWEIZ.CH
- **Réglementation des pesticides** : Les pesticides utilisés en Suisse sont soumis à une réglementation stricte. Les substances actives doivent être homologuées par les autorités compétentes, et leur utilisation est encadrée pour minimiser les impacts environnementaux et sanitaires. Les agriculteurs sont tenus de suivre les bonnes pratiques agricoles, y compris le respect des doses recommandées et des périodes de carence.

chat gpt

Annexes

Marché mondial du tabac

- **Taille du marché** : En 2021, le marché mondial des produits du tabac était estimé à 782 milliards de dollars US (719 milliards d'euros).
[GENERATIONSANSTABAC.ORG](https://generationsanstabac.org)
- **Production** : En 2022, environ 5,8 millions de tonnes de tabac ont été produites dans le monde, dont près d'un tiers en Chine. [FR.STATISTA.COM](https://fr.statista.com)
- **Consommation** : Malgré une tendance générale à la baisse de la consommation de tabac dans de nombreuses régions, les ventes mondiales de produits du tabac se sont stabilisées en 2020 et semblent augmenter à nouveau depuis 2021, tant en valeur qu'en volume.
[GENERATIONSANSTABAC.ORG](https://generationsanstabac.org)
- **Principaux acteurs** : Le marché est dominé par quelques multinationales, notamment Philip Morris International Inc., British American Tobacco plc, Imperial Brands plc, Eastern Company SAE et ITC Limited. [MORDORINTELLIGENCE.COM](https://mordorintelligence.com)

Marché du tabac en Suisse

- **Consommation** : En 2022, 23,9% de la population suisse âgée de 15 ans et plus fumait, avec 16,1% de fumeurs quotidiens et 7,8% de fumeurs occasionnels. [ADDICTIONSUISSE.CH](https://addictionsuisse.ch)
- **Ventes** : En 2020, environ 9,3 milliards de cigarettes ont été vendues en Suisse, soit une augmentation de 4% par rapport à 2019. [AT-SCHWEIZ.CH](https://at-schweiz.ch)
- **Production** : En 2016, environ 34,6 milliards de cigarettes ont été fabriquées en Suisse, dont environ 25% étaient destinées au marché intérieur. [PMI.COM](https://pmi.com)
- **Réglementation** : La Suisse est souvent critiquée pour sa législation permissive en matière de tabac. Dans l'Indice mondial d'interférence de l'industrie du tabac, elle occupe l'avant-dernière place, juste devant la République dominicaine. [LIGUEPULMONAIRE.CH](https://liguepulmonaire.ch)

Annexes

Consommation en population adolescente

Parmi les collégiens et lycéens

En 2022, l'expérimentation de cigarettes concerne un peu plus de un collégien sur dix (11,4 %), avec une augmentation forte entre les niveaux (de 4,6 % en classe de 6^e à 18,8 % en classe de 3^e). Ce niveau d'expérimentation a diminué de près de moitié entre 2018 et 2022. La consommation récente (au moins un usage au cours du mois) et la consommation quotidienne ont suivi une évolution similaire. Elles concernent respectivement 4,8 % et 0,9 % des collégiens en 2022.

En 2022, l'expérimentation de la cigarette amorcée au collège se généralise au lycée et concerne 34 % des lycéens (passant de 30,0 % d'initiés en 2^{de} pour atteindre 38,5 % en terminale). L'usage quotidien concerne 6,2 % des lycéens, avec là encore une augmentation continue entre la 2^{de} (4,8 %) et la terminale (8,2 %). À l'instar de l'évolution des niveaux d'usages au collège, la majorité des niveaux d'usages au lycée ont connu une baisse entre 2018 et 2022. Le niveau d'expérimentation a perdu près de 20 points (34,0 % en 2022 vs 53,0 % en 2018), l'usage récent a chuté de 8 points, passant de 27,3 % à 19,6 %, tandis que la consommation quotidienne a été divisée par trois (6,2 % vs 17,5 %).

Consommation en population adulte

Après une baisse importante du tabagisme quotidien entre 2014 et 2019, les résultats du Baromètre de Santé publique France et de l'Enquête sur les représentations, opinions et perceptions sur les psychotropes (EROPP) de l'OFDT montrent une stabilisation de la prévalence du tabagisme. Entre 2021 et 2023, le tabagisme quotidien diminue (prévalence la plus faible jamais enregistrée depuis que cet indicateur existe), alors que le tabagisme occasionnel a quant à lui augmenté.

En 2023, en France hexagonale, plus de 3 personnes de 18-75 ans sur 10 déclaraient fumer (31,1 %) et un quart déclaraient fumer quotidiennement (23,1 %). La prévalence du tabagisme quotidien reste supérieure parmi les hommes (25,4 % contre 20,9 % parmi les femmes).

Les inégalités sociales en matière de tabagisme sont très marquées, avec 12 points d'écart de prévalence du tabagisme quotidien entre les plus bas et les plus hauts revenus (28,9 % versus 17,3 %), écart observé également selon le niveau de diplôme ou selon la situation professionnelle (personnes au chômage versus actifs occupés).

Annexes

Composition et Dégradation : La Dualité des Déchets

Les cigarettes traditionnelles sont l'une des sources les plus importantes de déchets non biodégradables au monde. Chaque année, des milliards de mégots de cigarettes, composés de filtres en acétate de cellulose, se retrouvent dans l'environnement où ils mettent des décennies à se dégrader. En outre, les résidus chimiques issus de la combustion du tabac polluent le sol et les cours d'eau.

À l'inverse, bien que les composants des cigarettes électroniques ne soient pas exempts de critiques, ils présentent une menace moindre en termes de quantité de déchets produits. Les dispositifs de vape sont généralement réutilisables, avec des pièces remplaçables. Cependant, le recyclage des e-cigarettes, contenant des éléments électroniques, est complexe et nécessite des procédures spécifiques pour traiter les batteries et les circuits électroniques.

Consommation des Ressources et Recyclabilité

La fabrication de cigarettes électroniques exige l'utilisation de métaux précieux et rares, tels que le lithium et le cobalt, ce qui soulève des préoccupations en termes d'extraction minière et de durabilité. De plus, le recyclage de ces appareils est complexe en raison de la séparation nécessaire des composants électroniques et des batteries.

Les cigarettes traditionnelles, bien que moins technologiquement complexes, consomment d'énormes quantités de papier, de tabac, et de produits chimiques, contribuant à la déforestation et à l'utilisation intensive de pesticides, ce qui accentue leur impact environnemental négatif.

Conclusion : Quel est le Moindre Mal?

Il est clair que tant la vape que les cigarettes traditionnelles ont un impact environnemental significatif, bien que de nature différente. Si la vape semble moins dommageable en termes de pollution de l'air et de production de déchets non biodégradables, son cycle de vie complet incluant la production et le recyclage présente des défis environnementaux non négligeables. Une approche responsable et informée, tant de la part des consommateurs que des producteurs, est essentielle pour réduire l'empreinte écologique de nos habitudes de consommation de nicotine.

<https://www.tendanceandsmoke.com/blog/post/vape-vs-cigarette-quel-souffle-est-plus-vert-.html>

Annexes

La principale raison pour utiliser les E-cigarettes parmi les jeunes interrogés était l'expérimentation tandis que l'arrêt du tabagisme restait relativement rare. Le fait de pouvoir *vapoter* là où les cigarettes traditionnelles sont interdites ou de ne pas être obligé de sortir à l'extérieur pour fumer étaient aussi des raisons souvent mentionnées.

L'effet de mode, l'identification avec le produit, l'aspect ludique ainsi que le grand nombre d'arômes proposés ont aussi été énoncés comme attirant énormément les jeunes.

La consommation avec ou sans nicotine ne posait pas de problème à la majorité des participants, surtout à ceux qui ne fumaient pas de cigarettes traditionnelles. Ces derniers disaient surtout être

attirés par les arômes. Cependant, les fumeurs de cigarettes traditionnelles indiquaient que l'absence de nicotine (et, donc, d'effet) ne les attirait pas et pensaient que les E-cigarettes ne pourraient jamais remplacer les cigarettes traditionnelles.

Bien que certains fumeurs disaient s'initier aux E-cigarettes pour essayer de réduire ou arrêter leur tabagisme, la plupart des jeunes interrogés ont indiqué qu'ils avaient fini par recommencer à fumer et qu'avec une consommation duale ils fumaient plus qu'avant.

Globalement, la E-cigarette était perçue comme moins nocive que la cigarette traditionnelle, bien que les participants soient conscients du manque d'études à ce sujet. Néanmoins, cette perception de manque de nocivité était également vu comme un facteur attractif additionnel.

Finalement, les participants ont décrit les E-cigarettes comme la porte d'entrée au tabagisme des non-fumeurs, surtout auprès des plus jeunes.

En général, la cigarette électronique est perçue comme moins nocive que la cigarette conventionnelle et son utilisation ¹⁰ et sa popularité ¹¹ ont augmenté de manière spectaculaire ces dernières années, principalement dû à des campagnes de marketing très agressives ¹²⁻¹⁴. Ainsi, dans les 27 pays de l'Union Européenne on estime que plus de 29 millions de personnes âgées de 15 ans ou plus les ont essayé ⁵. En outre, une recherche sur comment les marques d'e-cigarettes se présentent en ligne établissait qu'en janvier 2014 on trouvait 466 marques et 7764 saveurs uniques vendues sur Internet, ce qui représente une augmentation de 10.5 marques et 242 nouvelles saveurs par mois pendant une période de 17 mois ¹⁵.

https://serval.unil.ch/resource/serval:BIB_O15F19CDEC52.P002/REF.pdf

Annexes

Tableau 1 Etudes de prévalence d'e-cigarettes auprès d'adolescents

Auteur (année)	Pays	Groupe d'âge	Taille échantillon	Prévalence
Agaku & Ayo-Yusuf (2013) ¹⁴	Etats Unis	9-19 ans	18'866	3.1% (au moins 1 fois)
Camenga et al. (2014) ¹¹	Etats Unis	15-18 ans	1'719 (en 2010)	0.9% (30 jours)
			1'345 (en 2011)	2.3% (30 jours)
Cho et al. (2011) ⁹	Corée du S	14-16.5 ans (moyennes)	4'341	0.5% (au moins 1 fois)
Centers for Disease Control (2013) ¹⁸	Etats Unis	12-18 ans	2011	3.3% (au moins 1 fois)
			(non spécifié)	1.1% (30 jours)
			2012	6.8% (au moins 1 fois) 2.1% (30 jours)
Dautzenberg et al. (2013) ²³	France	12-19 ans	3'409	8.1% (au moins 1 fois)
		12-14 ans		6.4% (au moins 1 fois)
		15-16 ans		11.8% (au moins 1 fois)
		17-19 ans		9.0% (au moins 1 fois)
Dutra & Glanz (2014) ²⁵	Etats Unis	14.6 ans (moyenne)	17'353 (en 2011)	3.1% (au moins 1 fois) 1.1% (30 jours)
		14.7 ans (moyenne)	22'529 (en 2012)	6.5% (au moins 1 fois) 2.0% (30 jours)
Goniewicz et al. (2012) ²²	Pologne	15-19 ans	11'893	23.5% (au moins 1 fois) 8.2% (30 jours)
		20-24 ans	1'894	19.0% (au moins 1 fois) 5.9% (30 jours)
Kinnunen et al. (2014) ⁸	Finlande	12-18 ans	3'535	17.4% (au moins 1 fois)
Koi & Forster (2014) ²⁷	Etats-Unis	24.1 ans (moyenne)	1'379	7.4% (au moins 1 fois)
Lee et al. (2014) ²¹	Corée du S	13-18 ans	75'643	9.3% (au moins 1 fois) 4.7% (30 derniers jours)
Lippert (2014) ²⁰	Etats Unis	12-18 ans	15'264	3.2% (au moins 1 fois)
Pepper et al. (2013) ²⁸	Etats Unis	11-19 (garçons)	228	<1% (au moins 1 fois)
Sutfin et al. (2013) ¹⁹	Etats Unis	20.5 ans (moyenne)	4'444	4.9% (au moins 1 fois) 1.5% (30 jours)
Vardavas et al. (2014) ⁵	Union européenne (27 pays)	15 ans et plus	26'566	20.3% (au moins 1 fois)

https://serval.unil.ch/resource/serval:BIB_O15F19CDEC52.P002/REF.pdf

Annexes

Tableau 2 Description de l'échantillon

Participant	Consommation CT	Consommation CE	Présence de nicotine	Arôme(s)	Sexe	Âge
Groupe focus 1 – Fumeurs (N=2)						
Participant 1	Réguliers	Non	/	/	F	20
Participant 2	Réguliers	Non	/	/	M	19
Groupe focus 2 – Non-fumeurs (N=8)						
Participant 3	Ex-fumeuse	Essai	Ne sait pas	Ne sait pas	F	16
Participant 4	Essai	Essai	Ne sait pas	Ne sait pas	F	18
Participant 5	Essai	Jamais	/	/	F	17
Participant 6	Essai	Essai	Sans nicotine	Pomme	M	19
Participant 7	Jamais	Essai	Sans nicotine	Menthe	M	17
Participant 8	Essai	Essai	Ne sait pas	Ne sait pas	M	17
Participant 9	Jamais	Jamais	/	/	M	18
Participant 10	Jamais	Jamais	/	/	M	18
Groupe focus 3 – Vapoteurs (N=7)						
Participant 11	Environ 15cig/semaine	Environ2x/semaine	Sans nicotine	Vanille, melon	F	21
Participant 12	Environ 7cig/jour	Environ2x/semaine	Avec nicotine	Divers fruits et sans	F	17
Participant 13	Environ 13cig/jour	Environ5x/semaine	Avec nicotine	Tabac	F	18
Participant 14	Ex-fumeur	Tous les jours	Avec nicotine	Tabac, fruits, agrumes	M	22
Participant 15	Environ 7cig/jour	Environ3x/semaine	Sans nicotine	Vanille	M	20
Participant 16	Environ 7cig/jour	Environ4x/semaine	Avec nicotine	Divers fruits et sans	M	20
Participant 17	Environ 20cig/jour	Environ1x/semaine	Sans nicotine	Fraise, coca, red bull, tiramisu, pomme	M	24
Groupe focus 4 – Fumeurs (N=4)						
Participant 18	Environ 15cig/jour	Ex-vapoteuse	Avec nicotine	Ne sait pas	F	16
Participant 19	Environ 5cig/jour	Ex-vapoteur	Sans nicotine	Tabac, mangue	M	20
Participant 20	Environ 15cig/jour	Ex-vapoteur	Sans nicotine	Tabac, menthe	M	19
Participant 21	Environ 2cig/semaine	Essai	Avec nicotine	Menthe	M	19
Groupe focus 5 – Vapoteurs (N=5)						
Participant 22	Environ 7cig/semaine	Environ4x/semaine	Avec et sans nicotine	Framboise, caramel	F	18
Participant 23	Essai	Environ1x/semaine	Sans nicotine	Sans	F	20
Participant 24	Environ 15cig/jour	Environ4x/semaine	Avec nicotine	Sans	M	22
Participant 25	Environ 15cig/jour	Environ3x/semaine	Avec nicotine	Sans	M	23
Participant 26	Environ 8cig/jour	Environ4x/semaine	Sans nicotine	Fraise, vanille	M	18
Groupe focus 6 – Fumeurs (N=8)						
Participant 27	Environ 15cig/jour	Essai	Sans nicotine	Tous	F	19
Participant 28	Environ 15cig/jour	Essai	Ne sait pas	Cerise	F	21
Participant 29	Environ 10cig/jour	Essai	Ne sait pas	Pomme, fraise	F	18
Participant 30	Environ 5cig/semaine	Essai	Avec nicotine	Vanille	M	21

Annexes

Plusieurs ont commencé à vapoter dans le but d'arrêter la CT, ont tenu quelques mois sans fumer la CT, puis on reprit la CT et continuent maintenant de consommer les deux en parallèle. En définitive, pour beaucoup, c'est l'effet inverse qui s'est produit, plutôt que d'agir comme substitut, la consommation de CE est venue s'ajouter à celle de CT :

5.2.4 Les goûts et les arômes

Beaucoup de participants disent trouver les goûts des CE souvent écœurants :

« Y'a beaucoup d'arôme et tout, beaucoup sont assez écœurant. » (Participant 16).

En particulier les arômes de fruits et autres goûts fantaisistes: *« Après les fruits personnellement j'aime pas trop non plus. Ça a pas le goût de fruits en fait. Pas du tout. Trop chimique donc ça écœure un peu, ça a tendance à écœurer. [...] J'ai aussi essayé avec de la vanille et ça ouais, au bout d'un moment ça dégoute plus qu'autre chose je trouve. »* (Participant 19).

Il faut varier les goûts pour que ça ne devienne pas écœurant : *« En général ils sont bons mais écœurants. Quand tu fumes toujours le même goût j'sais pas caramel ou [...] dans la même journée voilà quoi. »* (Participant 16) ; *« Non mais j'veux dire t'as c'est classique tu mets toujours le même produit toute la journée, c'est clair ça t'énervé. »* (Participant 17).

L'arôme fraise semble avoir beaucoup de succès et être le moins écœurant : *« J'crois que c'est parce que c'est celui que je préfère. [...] J'en ai testé d'autres chez les autres, c'est pas que j'aimais bien ou pas, c'est que moi en tout cas j'aime bien à la fraise. »* (Participant 36) ; *« Moi j'trouve que c'est le meilleur, fraise. A mon goût. »* (Participant 35) *« Parce que du coup ça fait un peu un petit goût sucré mais c'est pas trop écœurant [...] »* (Participant 36).

L'aspect écœurant de la CE a été comparé à l'aspect écœurant que peut également avoir la chicha : *« Et du coup justement la cigarette électronique moi ça m'a rappelé un peu la chicha, le goût etc. Le goût ça passait mieux, mais sur le long terme ça m'a aussi dégouté le goût. Comme la chicha j'en ai fumé beaucoup en pas très longtemps et pareil ça m'a dégouté [...]. Ouais ça m'a écœuré et ça m'a fait pareil pour la cigarette électronique. »* (Participant 34).

Certains cherchent à trouver un goût qui se rapproche le plus de la CT mais ne trouvent pas l'équivalent :

« Moi y'a un des problèmes avec la cigarette électronique c'est au niveau goût. [...] On n'arrive pas à retrouver vraiment le goût le bon goût du tabac. Alors pour ceux qui apprécient le goût du tabac, j'ai testé le goût tabac, mais ça n'a rien à voir. Ben après ça dépend ça a un goût de bonbon un peu, ouais limite ça devient écœurant. » (Participant 16).

Ils constatent que la CE n'équivaldra jamais à la CT : *« T'auras jamais le même goût que la cigarette. »* (Participant 14).

« Moi j'avais pris tabac pour voir quel goût ça avait mais c'est vrai que c'était un peu moyen. C'était pour voir si vraiment ça remplaçait la cigarette aussi au niveau du goût mais j'trouve pas non plus en fait. » (Participant 20). *« Ouais c'est la même chose en fait j'ai pris*

Annexes

Le tabac Fred, c'est un retour aux sources, sans compromis ni superflu. Ici, pas d'additifs cachés ni de goûts artificiels : juste le vrai, le brut, le pur. Une expérience qui parle aux amateurs d'authenticité, ceux qui cherchent à sortir des sentiers battus et à redécouvrir l'essence même du tabac. Chez FRED, on ne fait pas comme les autres. Et c'est bien là tout l'intérêt.

L'histoire du Tabac Fred

Le Tabac Fred est né d'une idée audacieuse en 2009 : celle de réinventer l'expérience du tabac en s'affranchissant des conventions. Fondé par un passionné visionnaire, FRED a voulu proposer un produit qui respire l'authenticité et qui s'adresse à ceux qui rejettent l'ordinaire. Chaque feuille sélectionnée, chaque mélange, porte en lui cette quête : celle de redonner au tabac ses lettres de noblesse, sans artifices.

L'histoire de Fred Tabac est une ode à l'art et à l'audace, un mélange de savoir-faire traditionnel et d'esprit anticonformiste. Une démarche qui transcende le produit pour en faire une véritable déclaration.

Deux produits : Le tabac Fred Jaune et le tabac Fred Rose

Chez FRED, chaque mélange raconte une histoire, et chaque produit répond à des attentes uniques. Avec deux déclinaisons iconiques, Fred Rose et Fred Jaune, nous avons redéfini ce que signifie savourer un tabac d'exception.

Le Fred Rose, créé en 2009, a été conçu pour s'accorder parfaitement avec le cannabis. À une époque où les grandes multinationales ignoraient même l'idée du tabac à rouler, nous avons relevé le défi. Grâce à un mélange complexe de 17 variétés de tabac, dont les "lemon and orange Virginia", le Fred Rose délivre un équilibre parfait entre douceur et caractère. Ce blend, composé à 60 % de Virginie, 30 % de Burley et 10 % d'Oriental, garantit une expérience gustative inégalée.

Le Fred Jaune, plus récent, est né pour satisfaire ceux qui préfèrent un tabac pur, sans mélange avec d'autres plantes. En affinant le blend du Fred Rose, nous avons remplacé les tabacs Virginie asiatiques par des tabacs orientaux turcs, apportant une touche épicée subtile et un "chatouillement" agréable en bouche. Idéal pour les fumeurs récréatifs, le Fred Jaune se distingue par son goût équilibré et sa fraîcheur préservée.

Nos tabacs sont issus d'un mélange mondial : 40 % Afrique, 30 % Amérique latine, 10 % États-Unis, 10 % Turquie et 10 % Europe, illustrant notre quête d'excellence et de diversité.

Pour couronner le tout, chaque pochette est équipée d'un système de régulation d'humidité (69 %) et fabriquée en STONE PAPER, un matériau photodégradable et compostable. Une révolution écologique qui garantit que votre tabac reste frais tout en respectant la planète.

Entre le caractère audacieux du Fred Rose et la subtilité maîtrisée du Fred Jaune, lequel fera vibrer vos sens ?

<https://thefredkiosk.com/fr/pages/fred-tobacco#:~:text=Le%20Tabac%20Fred%20est%20on%C3%A9,ceux%20qui%20rejetent%20l'ordinaire.>

Annexes

American Spirit Natural Blue RYO 25 g – Le Tabac Parfait à Rouler

Naturel et qualité réunis dans une expérience de fumer unique

Naturel : Le paquet de 25 grammes de Natural American Spirit RYO Blue offre le même mélange de Virginie raffiné que les célèbres cigarettes American Spirit. Ce tabac de haute qualité est particulièrement fin et coupé en longues fibres, ce qui le rend idéal pour rouler et garantit une expérience de fumage homogène.

Qualité : American Spirit est synonyme de qualité et de pureté. Le mélange naturel de Virginie ne contient aucun additif, ce qui assure un arôme de tabac pur. Ce tabac est destiné aux amateurs qui apprécient une expérience de fumage authentique et souhaitent contrôler leur processus de roulage.

Plaisir : Le tabac développe un arôme riche avec une production de fumée agréable lorsqu'il est roulé et fumé. Avec une teneur en goudron de 7 mg, une teneur en nicotine de 0,7 mg et une teneur en monoxyde de carbone de 8 mg, il offre un équilibre parfait pour une expérience de fumage satisfaisante.

Avantages en un coup d'œil :

- **Mélange naturel de Virginie :** Arôme de tabac pur sans additifs.
- **Parfait pour rouler :** Coupe fine et longue pour une manipulation facile.
- **Expérience de fumage contrôlée :** Idéal pour les fumeurs qui aiment rouler leur propre tabac.
- **Haute qualité :** Garantie par la marque American Spirit.

Détails techniques :

- **Produit :** American Spirit Natural Blue RYO 25 g
- **Goudron :** 7 mg
- **Nicotine :** 0.7 mg
- **Monoxyde de carbone :** 8 mg
- **Coupe :** Fine et longue
- **Taille de l'emballage :** 25 g

<https://fourtwenty.ch/fr/american-spirit-tabak-big-pack-5-x-25g-ft-000510.html#:~:text=Qualit%C3%A9%20%3A%20American%20Spirit%20est%20synonyme,contr%C3%B4ler%20leur%20processus%20de%20roulage>.

Annexes

Products [\[edit \]](#)

Natural American Spirit offers various types of select filter cigarettes which are color-coded to denote the nicotine and tar contents, which are altered by using different filters and cigarette paper.^[8] American Spirit also has a *Perique Blend Filter cigarette*, which contains 10% [Perique tobacco](#), and an *Organic Filter cigarette*, which contains [organic](#) tobacco.^[8]

Natural American Spirit also offers several "Roll Your Own" tobaccos in tins and pouches.

In the UK, American Spirit rolling tobacco comes in Blue (regular) or Yellow (light).

American Spirit cigarettes are sold in packs of 20. They come as follows:^[9] ^[10]

- Orange – Smooth Mellow Original Taste
- Yellow – Original Blend Mellow Original Taste
- Blue – Original Blend Full-bodied Taste
- Light Green – Organic Mellow Menthol
- Dark Green – Organic Full-Bodied Menthol
- Gold – Organic Mellow Taste
- Turquoise – Organic Full-Bodied Taste
- Black – [Perique](#) Rich Robust Taste
- Light Blue – Full-Bodied Taste
- Dark Blue – U.S. Grown Premium Full-Bodied Taste
- Tan – U.S. Grown Premium Mellow Taste
- Sky – Smooth Taste, [charcoal filter](#)
- Celadon Green – Unique Balanced Taste
- Hunter Green – Full-Bodied Balanced Taste
- Gray – Perique Rich Taste
- Agate (Japan Only) – Rich Sweet Taste
- Brown – Unique Non-Filtered

Annexes

CBD: Effects and Benefits

CBD, or cannabidiol, has become a popular alternative treatment for a range of ailments. CBD is one of many compounds found in the marijuana plant, and unlike THC, it does not produce psychoactive effects, making it a safe and legal option for those seeking natural relief. While more research is needed to definitively determine all the effects of CBD, initial studies show that it can have a range of positive impacts on the body.

One of the primary uses of CBD is to reduce pain and inflammation. CBD interacts with receptors in the body's endocannabinoid system, regulating pain and reducing inflammation. This makes it an effective alternative or supplement to traditional pain medications, such as NSAIDs.

Additionally, CBD has been shown to have a [positive impact on anxiety, depression, and sleep disorders](#). It can help to alleviate symptoms of anxiety disorders by reducing fear and panic responses. Initial research also indicates that CBD can significantly improve sleep quality, helping people to fall asleep more easily and stay asleep longer.

CBD has also shown promise in treating neurological disorders such as epilepsy and multiple sclerosis. Studies show that CBD can reduce the frequency and intensity of seizures in people with epilepsy and may help [improve motor function in those with MS](#). In addition, research suggests that CBD may have [anti-cancer properties](#), although more research is needed to determine its effectiveness.

One potential downside of using CBD is that it can interact with other medications and cause undesirable side effects. It is important to speak with a healthcare professional before adding CBD to your treatment regimen to avoid any potential complications.

A Natural Alternative to Cigarettes?



If you're thinking of quitting smoking, CBD offers an exciting alternative to traditional tobacco products that not only [addresses nicotine cravings](#) but also reduces anxiety and stress levels. Unlike nicotine, CBD doesn't produce any psychoactive effects whilst providing the relaxation and calmness many smokers look for when reaching for a cigarette.

It can be consumed through several delivery methods, such as edibles, tinctures, and vaping devices. In recent years, pre-ground CBD smoking blends have become another popular consumption method. It resembles traditional smoking the most, and while cannabis contains [less harmful chemicals than cigarettes](#), combusting hemp flower and inhaling the smoke is still harmful to your lungs.

This is why vaping CBD oil might be a better way to go about quitting with the help of cannabidiol. It is becoming increasingly popular because it is easy to use and efficient in delivering CBD into the bloodstream. Users can also mix it with other nicotine-free e-juices to add more flavour to their puffs.

https://neafs.com/cbd-as-a-tobacco-alternative/?utm_source=chatgpt.com

Annexes

Benefits

According to the [World Health Organization \(WHO\)](#)®, CBD is generally safe and does not appear to have the ability to cause harm or have abuse potential. However, it is important to continue investigating the potential health benefits of CBD and its possible therapeutic use. At present, evidence suggests that CBD [may help with](#):

- [chronic pain](#)
- [addiction](#)
- [anxiety](#)
- [insomnia](#)

[Click here to learn more about the potential benefits of hemp oil.](#)

A [2021 study](#)® on the effects of smoking CBD on driving ability suggests that high CBD concentrations do not have an impairing effect. However, while these results indicate that smoking CBD cigarettes does not impact reaction time, motor time, behaviors under stress, or concentration, it is still not advisable for a person to drive after smoking CBD.

Additionally, after smoking, a person may exceed the legal THC concentration limits for driving.

A [2022 study](#) notes that smoking CBD may contribute to a reduction in using cannabis due to lowering potential withdrawal symptoms. Additionally, [research](#)® also highlights that CBD could be an effective option for treating addictive behavior, such as smoking cigarettes that contain tobacco and nicotine.

[https://www.medicalnewstoday.com/articles/cbd-cigarettes-safe?
utm_source=chatgpt.com#summary](https://www.medicalnewstoday.com/articles/cbd-cigarettes-safe?utm_source=chatgpt.com#summary)

Annexes

How to use

[Evidence](#)[•] notes that smoking CBD has good bioavailability. This refers to how quickly CBD can enter circulation and have an active effect. However, while it is one of the quicker methods to experience the effects of CBD, it may also produce by-products that can irritate and damage the [lungs](#).

When deciding to use CBD products, it is advisable to follow instructions on the packaging. For CBD cigarettes, a person will use them in a similar manner to tobacco cigarettes, by burning one end and inhaling smoke from the other end. Many CBD cigarettes are available prerolled, which means a person should be able to control the dosage of CBD.

[Click here to learn more about CBD dosage.](#)

Additionally, if a person wishes to try CBD cigarettes, health experts recommend that they purchase these products from a reputable source and discuss taking CBD with a healthcare professional. This is because CBD could potentially interact with medication a person is currently taking.

Also, it is worth noting that hemp cigarettes may emit a smell similar to cannabis products that contain high levels of THC. As such, a person may wish to smoke CBD cigarettes in their own space instead of public spaces to avoid any misunderstandings with the authorities.

[https://www.medicalnewstoday.com/articles/cbd-cigarettes-safe?
utm_source=chatgpt.com#summary](https://www.medicalnewstoday.com/articles/cbd-cigarettes-safe?utm_source=chatgpt.com#summary)

Annexes

Propriété intellectuelle Protéger votre PI Droit et politique Prestations

>> Espace professionnels PI



Protéger votre PI

Informations sur les marques, les brevets, les designs, les indications de provenance et le droit d'auteur.

« Notre position sur le marché est tributaire d'une protection des marques efficace. »

Gabriela Manser, directrice de Goba AG Mineralquelle und Manufaktur



Portail PME

Informations pour les PME

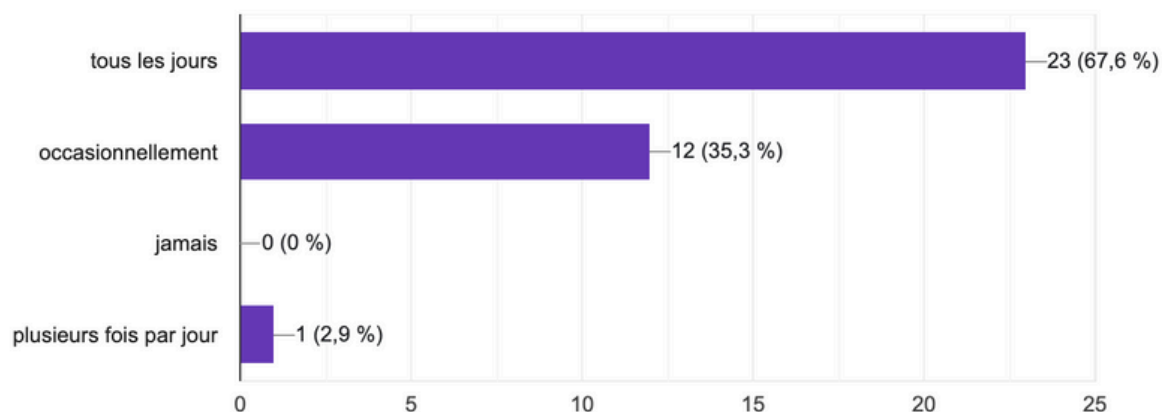
<https://www.ige.ch/fr/>

Annexes

À quelle fréquence fumer-vous ?

 [Copier le graphique](#)

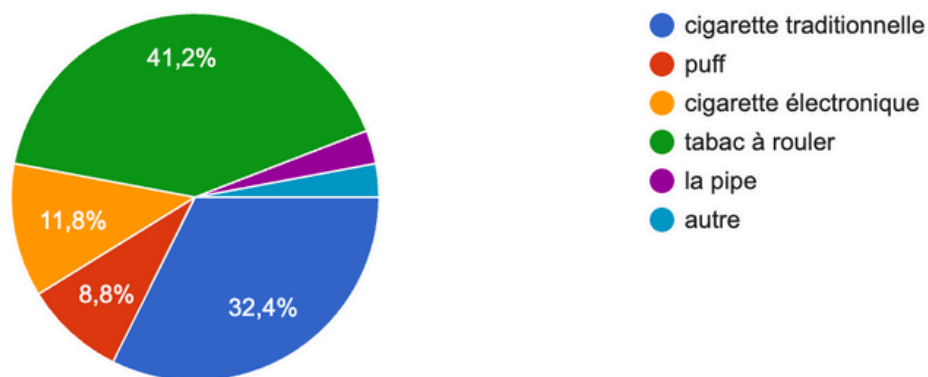
34 réponses



Que fumez-vous ?

 [Copier le graphique](#)

34 réponses

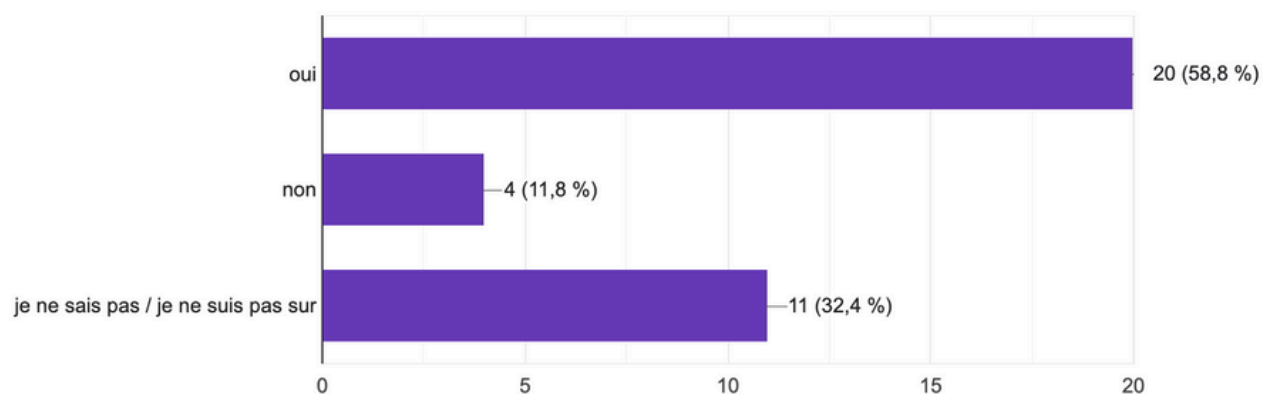


Annexes

S'il existait du tabac bio, sans additifs chimiques et sans pesticides l'achèteriez-vous?

[Copier le graphique](#)

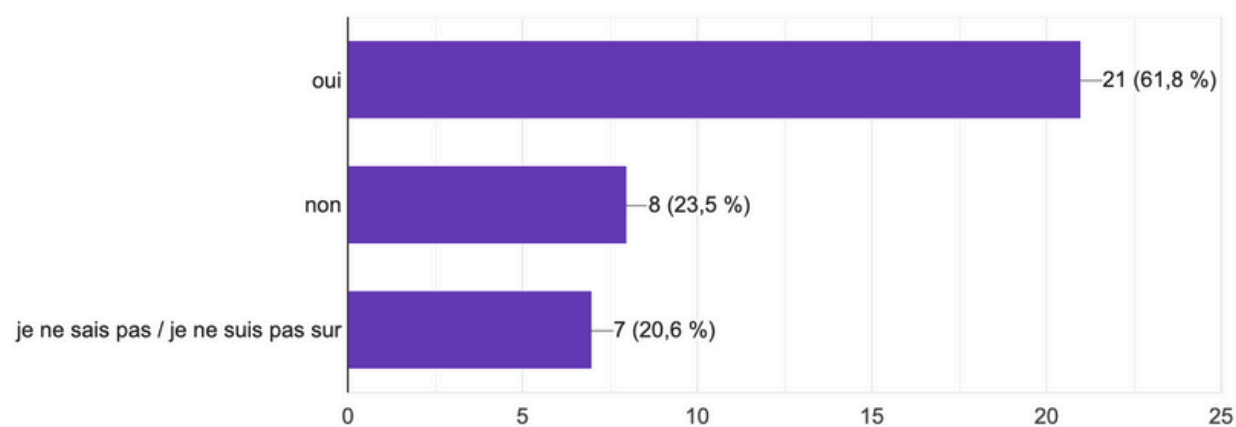
34 réponses



S'il existait du tabac avec des goûts et des arômes mais d'origine naturelle, est-ce que vous en achèteriez?

[Copier le graphique](#)

34 réponses

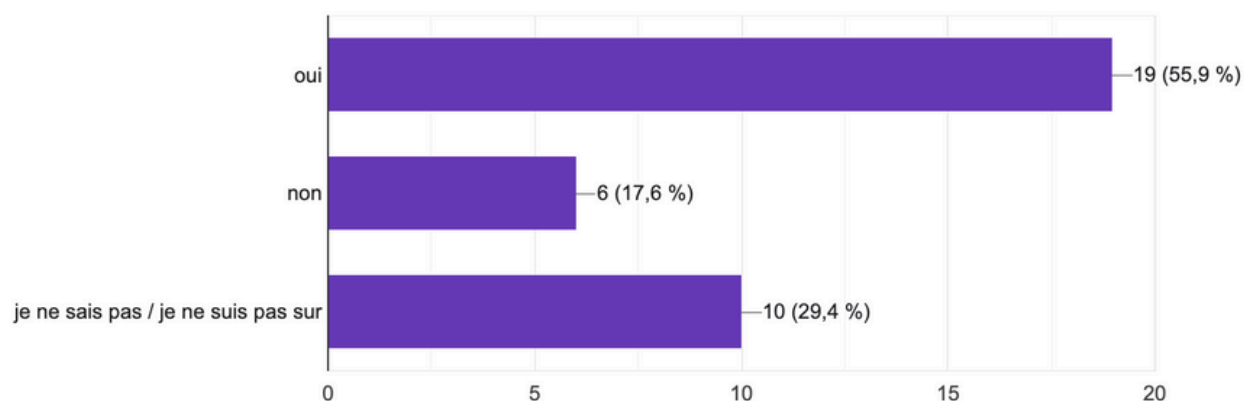


Annexes

S'il existait du tabac 100% bio, issus de l'agriculture responsable, cultiver sans pesticides, et qui ne contient pas d'additif chimiques mais qui est un peu plus cher que le tabac traditionnel, est-ce que vous l'achèteriez?

[Copier le graphique](#)

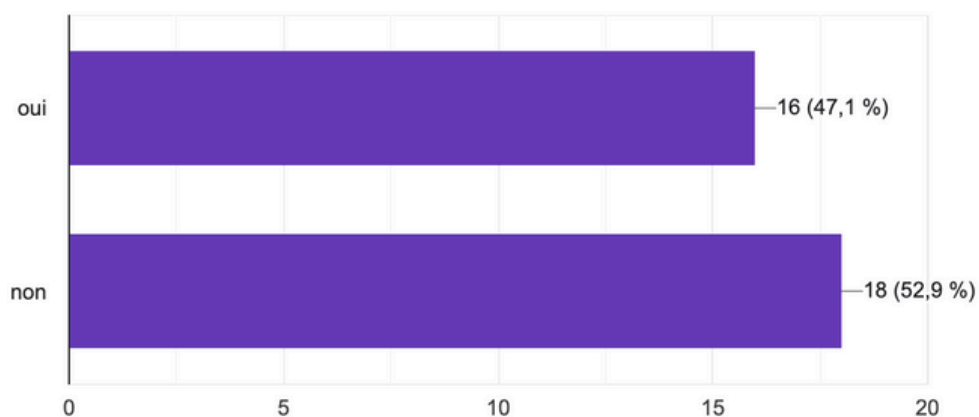
34 réponses



Aujourd'hui, un paquet de tabac à rouler coûte en moyenne 7,90 francs, est-ce trop cher selon vous ?

[Copier le graphique](#)

34 réponses

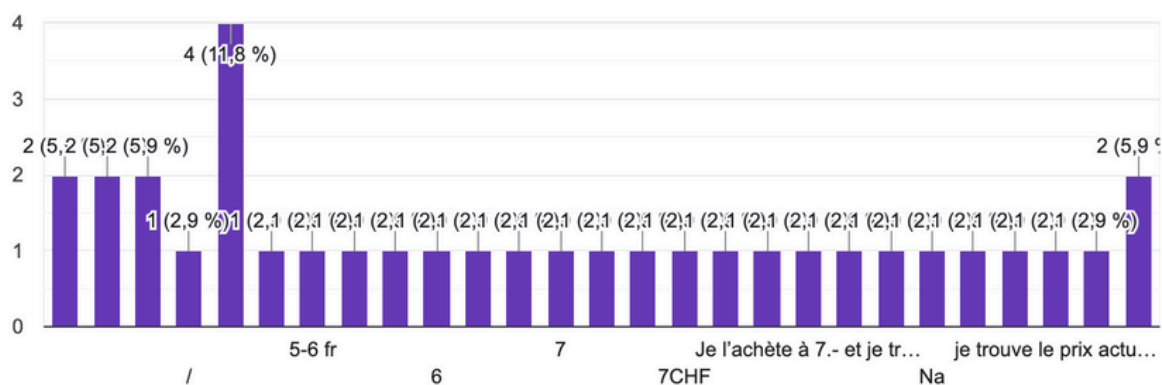


Annexes

Si vous trouvez que c'est trop cher, quel prix trouvez-vous raisonnable?

[Copier le graphique](#)

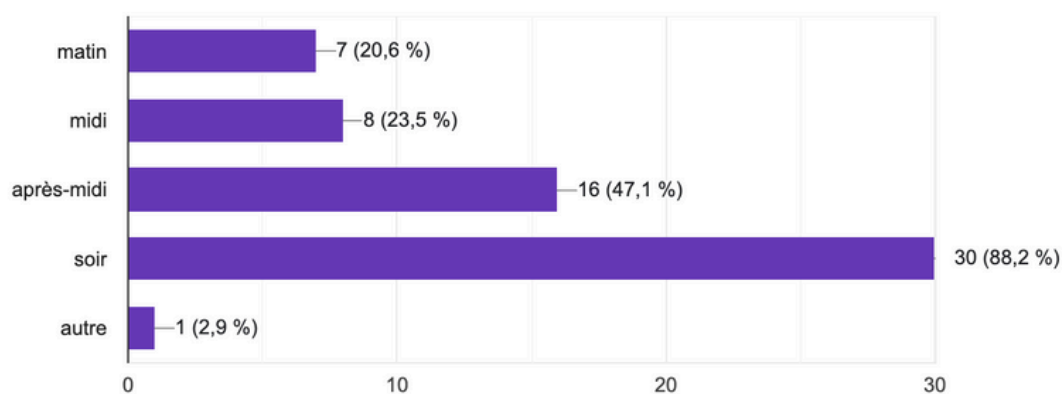
34 réponses



À quel moment de la journée préférez-vous fumer?

[Copier le graphique](#)

34 réponses

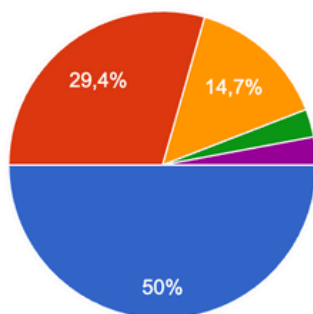


Annexes

Selon vous, quel est le principal frein à l'achat d'un tabac bio et aromatisé ?

 [Copier le graphique](#)

34 réponses

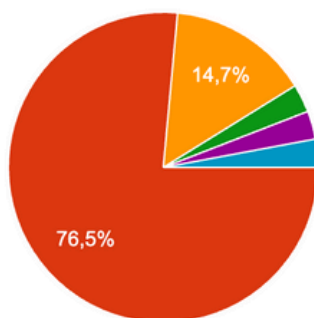


- le prix
- la disponibilité en point de vente
- la crainte d'un goût trop différent à celui du tabac traditionnel
- C'est différent
- Les 3

Où achetez-vous votre tabac ?

 [Copier le graphique](#)

34 réponses



- en ligne
- dans un bureau de tabac
- dans un magasin spécialisé
- Aéroport
- Aéroports
- Kiosk