

Table des matières

1.	Publicité et promotion des cigarettes électroniques	4
2.	Effets de la publicité et promotion des cigarettes électroniques : un double effet ?.....	4
3.	Législations	4
4.	Méthodologie	5
5.	Résultats	5
5.1.	Promotion et publicité dans les points de vente	5
5.1.1.	Eléments publicitaires et promotionnels pour la cigarette électronique	5
5.1.2.	Exposition des cigarettes électroniques dans les points de vente.....	7
5.1.3.	Les clients et les motivations d'achat	8
5.2.	Promotion et publicité sur internet	8
5.2.1.	Les sites de vente en ligne	8
5.2.2.	Les forums de discussion	9
5.2.3.	Facebook	10
6.	Discussion	10
6.1.	Une stratégie marketing hétérogène	10
6.2.	Marketing pour les e-cigarettes : proximité ou distance avec le marketing pour les cigarettes classiques	10
6.3.	Des produits variés attractifs pour les jeunes ?	11
6.4.	Promotion indirecte par les communautés de vapoteurs.....	11
7.	Conclusion	12