

CAHIER DES CHARGES APPLICABLE À L'AGENCEMENT DU DÉBIT DE TABAC

Le présent cahier des charges précise à l'intention des débiteurs de tabac les règles applicables à l'agencement du local et au mobilier accueillant les tabacs manufacturés.

1. Le débit de tabac est exploité dans un local à usage commercial signalé par une enseigne et, le cas échéant, une préenseigne conformément aux dispositions de l'article 25 du décret n° 2010-720 du 28 juin 2010 modifié et à l'article 1^{er} de l'arrêté du 6 septembre 2016 relatif à la signalétique des débits de tabac.

2. Le local commercial est adapté à la vente au détail des tabacs manufacturés et présente toutes les garanties d'hygiène et de sécurité applicables aux locaux accueillant du public.

3. Le comptoir de vente des tabacs est situé dans l'enceinte du débit. En fonction des produits vendus par le débiteur de tabac, l'affiche relative à l'interdiction de vente des produits du tabac aux mineurs, ou l'affiche relative à l'interdiction de vente des produits du tabac et des produits du vapotage aux mineurs, doit être placée à la vue du public.

4. Toute publicité en faveur du tabac est interdite dans le débit de tabac conformément aux dispositions du code de la santé publique.

5. La disposition du mobilier destiné à accueillir les tabacs ne permet pas au public d'accéder directement aux produits.

6. Le mobilier destiné à accueillir les tabacs, installé ou non à la vue du public, répond aux caractéristiques suivantes :

- les tabacs sont regroupés par type de produit et placés sur un ou plusieurs espaces dédiés. Les produits du tabac sont rangés dans le mobilier de manière à faciliter le repérage par le débiteur lors de la mise en rayon et lors de la vente à la clientèle ;
- les modalités d'identification des produits ne doivent pas constituer une publicité en faveur du tabac, d'un produit du tabac ou d'une marque ;
- les étiquettes affichant les prix des tabacs sont uniformes et les prix sont lisibles.

Pour permettre l'identification des produits par le débiteur, les étiquettes peuvent comporter le nom de la marque, le nom de la dénomination commerciale, le nombre de cigarettes contenues ou l'indication du poids en grammes du tabac à rouler contenu et le code du produit. Un code couleur peut permettre d'identifier la nature du produit du tabac. Le code couleur de l'étiquette ne doit pas être la caractéristique d'une marque ou d'une dénomination commerciale et il ne doit pas être un élément permettant de distinguer une marque ou une dénomination commerciale par rapport à une autre.

Les étiquettes ne comportent pas de logo ou de signe distinctif caractérisant une marque.

4° Les tabacs proposés à la vente correspondent à la demande de la clientèle avec un minimum de 10 références de cigarettes produites par au moins 3 fabricants différents. L'approvisionnement en tabac est constant.

Source :

- Arrêté du 13 décembre 2011 relatif à l'agencement du débit de tabac