

COMMENT L'INDUSTRIE DU TABAC ET DE LA NICOTINE DEVELOPPE DE NOUVEAUX PRODUITS POUR SEDUIRE LA PROCHAINE GENERATION

Le thème la Journée mondiale sans tabac de l'OMS est « **Démasquer l'attrait : lutter contre la dépendance à la nicotine et au tabac** ».

L'Info Tabac du Mois souligne l'importance de ce sujet et met en lumière la nécessité de connaître et décrypter les stratégies de l'industrie du tabac et de la nicotine pour protéger les jeunes qu'elle cible tout particulièrement.

Cette stratégie repose notamment sur le développement de nouveaux produits visant à attirer de nouveaux consommateurs, en particulier les enfants et les adolescents, tout en cherchant à contourner des politiques de lutte antitabac de plus en plus strictes à l'échelle nationale et mondiale.

► Une industrie qui s'adapte en permanence

Dans un contexte où les politiques de santé publique ont renforcé les mesures de protection à l'égard du tabac traditionnel conduisant à une diminution de la consommation, **l'industrie du tabac a défini une stratégie de reconquête** en développant de nouveaux produits pour multiplier les portes d'entrée dans l'addiction à la nicotine.

Elle promeut ainsi activement de nouveaux produits contenant de la nicotine, comme les cigarettes électroniques, les produits de tabac chauffé, le snus, les sachets de nicotine ou encore les perles de nicotine qu'elle présente indifféremment comme des alternatives « moins nocives », voire comme des outils d'aide au sevrage.

Pourtant ces produits ne sont pas anodins : de nombreux risques sont d'ores et déjà établis pour les consommateurs.

Ils visent en réalité à trouver de nouveaux consommateurs, rendus très captifs en raison de leur dépendance à la nicotine, substance hautement addictive, et à dissuader les fumeurs d'arrêter complètement de fumer avec les traitements validés et sans risques pris en charge par l'assurance maladie qui les libèrent totalement de leur dépendance.

L'info **TABAC** du MOIS

► Des chiffres préoccupants chez les jeunes

Des données récentes illustrent l'ampleur du problème dans le monde, environ **37 millions de jeunes âgés de 13 à 15 ans** déclarent consommer un produit du tabac, soit 1 sur 10¹.

À cela s'ajoutent environ **15 millions d'adolescents qui utilisent déjà des cigarettes électroniques**. Dans les pays disposant de données, les jeunes sont en moyenne neuf fois plus nombreux que les adultes à vapoter².

En France, le tabagisme chez les jeunes recule mais reste présent. En 2024, **5,6 % des lycéens fument quotidiennement**, alors qu'en 2018, ils étaient 17,5%.

Cette baisse est très encourageante, mais elle s'accompagne d'un autre phénomène, **la progression du vapotage**³. En effet, **6,8 % vapotent tous les jours**, contre 3,8 % en 2022, et près de **4 jeunes sur 10 ont déjà expérimenté la cigarette électronique**.

La cigarette électronique s'impose dorénavant comme un produit d'initiation, y compris chez des jeunes n'ayant jamais fumé, avec une progression de l'usage exclusif (0,8 % en 2018 à 4,0 % en 2024) tandis que le tabagisme exclusif recule (15,5 % à 2,9 %).⁴

Cependant dans certains pays où le tabagisme avait reculé, le développement de l'usage des cigarettes électroniques a conduit à une reprise du tabagisme. L'objectif des cigaretteurs étant d'inciter à la consommation multiple de leurs produits.

Ainsi **la dépendance à la nicotine reste une réalité chez les adolescents** et un enjeu majeur de santé publique.

► Des stratégies marketing ciblées ⁵

Cette forte progression de l'usage de la cigarette électronique témoigne de l'ampleur des pratiques de contournement des cigaretteurs pour continuer à développer leurs marchés et aussi tenter de redorer leur image fortement dégradée.

Les stratégies marketing déployées sont très offensives et souvent illicites.

Elles reposent sur les mêmes mécanismes utilisés auparavant pour la promotion des produits du tabac.

En France, elle repose ainsi sur **des arômes attrayants, des emballages séduisants** inspirés de l'univers de la confiserie, un **marketing trompeur**, une **forte présence sur les réseaux sociaux** et une **visibilité dans les points de vente**.

Ces pratiques visent à banaliser l'usage de ces produits et à **minimiser les risques**, favorisant ainsi l'initiation précoce.

Mais avant tout, **elles servent à attirer de nouveaux consommateurs** tout en entretenant leur dépendance à la nicotine sur le long terme.

¹ https://wkc.who.int/resources/publications/i/item/hooking-the-next-generation-how-the-tobacco-industry-captures-young-customers?utm_source=chatgpt.com

² <https://www.who.int/fr/news/item/06-10-2025-who-tobacco-trends-report-1-in-5-adults-still-addicted-to-tobacco>

³ https://www.ofdt.fr/publication/2026/les-usages-de-substances-psychoactives-chez-les-collegiens-et-les-lyceens?utm_source=chatgpt.com

⁴ <https://www.ofdt.fr/publication/2026/evolution-du-vapotage-chez-les-collegiens-et-les-lyceens-entre-2014-et-2024-2673>

⁵ <https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-salue-le-recul-du-tabagisme-chez-les-jeunes-et-appelle-a-renforcer-lencadrement-des-produits-du-vapotage/>

L'info **TABAC** du MOIS

Cette normalisation s'appuie aussi sur une facilité d'accès persistante aux produits.

En France, environ **un tiers des points de vente continuent de vendre ces produits à des mineurs**, ce qui met en évidence des failles importantes dans l'application de la réglementation.

► **La nécessité d'alerter les jeunes et de décrypter ces stratégies**

Il importe de

- **Démasquer les stratégies de l'industrie du tabac et de la nicotine** pour rendre visibles les mécanismes de séduction et d'influence utilisés pour attirer de nouveaux consommateurs, en particulier les jeunes.
- **Mieux informer et sensibiliser le public** sur les nouvelles stratégies de l'industrie, notamment l'usage de formes de nicotine conçues pour renforcer l'addiction tout en donnant une image moderne et attractive, renforçant leur popularité auprès des plus jeunes.
- **Encourager des mesures plus strictes pour protéger les jeunes**, identiques à celles qui ont permis de faire reculer le tabagisme, comme l'interdiction des arômes, de toute publicité sur les lieux de vente, de toute vente en ligne de ces produits, un encadrement strict de la distribution au détail, un conditionnement neutre et un renforcement des contrôles⁶.
- **Prévenir la dépendance** en donnant à chacun, et surtout aux jeunes, les moyens de comprendre ces mécanismes, de développer un esprit critique face aux messages marketing et d'accéder à des aides efficaces pour arrêter.

► **Une mobilisation nationale et internationale essentielle**

Dans la continuité des actions menées les années précédentes, cette Journée mondiale sans tabac réaffirme l'engagement de l'OMS à **dénoncer les pratiques de l'industrie et à promouvoir des politiques de protection**.

Elle appelle les gouvernements, les organisations et la société civile à renforcer leurs actions pour protéger les générations futures.

« Il est urgent d'appliquer au vapotage le même niveau d'exigence que celui qui a permis de faire reculer le tabac », Professeur Yves Martinet, Président du CNCT et de Grand Est Sans Tabac⁷

⁶ <https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-salue-le-recul-du-tabagisme-chez-les-jeunes-et-appelle-a-renforcer-lencadrement-des-produits-du-vapotage/>

⁷ <https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-salue-le-recul-du-tabagisme-chez-les-jeunes-et-appelle-a-renforcer-lencadrement-des-produits-du-vapotage/>

L'info **TABAC** du MOIS

**Derrière ces produits attractifs,
il y a toujours un risque de dépendance.
En le comprenant et en le combattant,
nous pouvons protéger nos jeunes
et construire ensemble une génération
libérée de la nicotine et du tabac.**

Vous êtes fumeur et vous souhaitez arrêter de fumer !

*Mettez toutes les chances de votre côté, **faites-vous aider par un professionnel de santé de Nancy***

- **CHRU de Nancy**, Unité de coordination de tabacologie, Hôpitaux de Brabois : 03 83 15 74 90
- **Maternité du CHRU de Nancy** : 03 83 34 43 82
- **CSAPA**, Maison des Addictions : 03 57 80 66 00
- **Consultations Jeunes Consommateurs**, Maison des adolescents de Nancy : 03 83 85 83 85
- **Centre de médecine préventive** : 03 83 44 87 49
- **Institut de cancérologie de Lorraine** : 03 83 59 84 46

Et consultez **Tabac Info Service** au **39 89** et sur **www.tabac-info-service.fr**

©Ville Libre Sans Tabac – Juin 2026