

PUFFS, SACHETS, BILLES DE NICOTINE, ETC. : L'URGENCE D'ENDIGUER LES TACTIQUES DE L'INDUSTRIE DU TABAC POUR SÉDUIRE LES ADOS

PERCEPTION ET USAGES DES NOUVEAUX PRODUITS DU TABAC ET DE LA NICOTINE CHEZ LES 13-16 ANS

COMMUNIQUÉ DE PRESSE | 21 novembre 2024

Si tous les feux sont au vert pour interdire la Puff et si la ministre de la Santé a récemment annoncé sa volonté de bannir les sachets de nicotine (ou nicopouches), les nouveaux produits de l'industrie du tabac continuent de circuler sur notre territoire et de gagner en popularité chez les adolescents. D'après le dernier sondage de l'ACT-Alliance contre le tabac réalisé par BVA¹, **81 % des jeunes âgés de 13 à 16 ans ont déjà entendu parler de la Puff (+ 8pts en un an), 30 % des sachets de nicotine (+ 11pts) et 27 % des billes et perles de nicotine (+ 6pts).** En plus d'être populaires, ces produits sont considérés par nos enfants comme facilement accessibles, notamment auprès des buralistes : **39 % des jeunes (+ 6pts par rapport à 2023) estiment que ce sont auprès des débitants de tabac qu'il est le plus facile d'acheter Puffs, sachets, billes et perles de nicotine.**

Face aux innovations et aux stratégies marketing agressives de l'industrie du tabac, qui redouble d'efforts pour faire entrer nos enfants dans le marché de l'addiction à la nicotine, **l'ACT plaide pour une interdiction de principe de l'ensemble des produits nicotiniques (hors produits du vapotage et substituts nicotiniques) qui, loin d'être des outils de sevrage, ne visent qu'à enrichir les cigarettiers et ses alliés.**

Puffs, sachets, billes de nicotine, etc. : les produits pour développer le marché de l'addiction

Alors que le tabagisme diminue chez les adolescents (-10pts de fumeurs quotidiens chez les jeunes de 17 ans entre 2017 et 2022²), **cela ne doit pas ouvrir la voie à l'addiction à de nouveaux produits du tabac et de la nicotine.**

Tant que l'interdiction des Puffs n'est pas effective, leur popularité continue d'augmenter auprès des adolescents : 81 % des 13-16 ans en ont déjà entendu parler et 18 % d'entre eux en ont déjà utilisées (+5pts par rapport à 2022).

De manière encore plus prononcée que l'an dernier, **la Puff constitue pour les ados une porte d'entrée vers l'addiction à la nicotine :** parmi les 13-16 ans utilisant ce dispositif, **57 % d'entre eux ont commencé leur initiation à la nicotine à travers la Puff (+ 10pts par rapport à 2023).** Près d'un tiers (31 %) s'est ensuite tourné vers d'autres produits du tabac et de la nicotine.

¹ Enquête réalisée par Internet du 29 août au 9 septembre 2024 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 adolescents âgés de 13 à 16 ans.

² Brissot A, Le Nézet O, Spilka S. Focus. L'usage de tabac chez les jeunes de 17 ans : résultats de l'enquête Escapad. Bull Épidémiol Hebd. 2023;(9-10):166-9. http://beh.santepublique.fr/beh/2023/9-10/2023_9-10_3.html

L'usage de la cigarette électronique jetable peut conduire à des comportements addictifs : en l'absence de Puff, **plus de deux tiers des adolescents utilisant ce dispositif (64 %) préfèrent se tourner vers un autre produit** (la cigarette classique pour 47 % d'entre eux), **plutôt que de s'abstenir de consommer de la nicotine**. Or plus un cerveau est exposé tôt à cette drogue, plus le risque de dépendance est élevé³. Reconnue comme l'une des drogues les plus addictives au monde, la nicotine a des répercussions **sur la santé physique et mentale des jeunes**, augmentant notamment le risque de troubles anxieux et dépressifs⁴.

De leur côté, les sachets, perles et billes de nicotine gagnent en notoriété : près d'un tiers des adolescents connaît les sachets de nicotine (30 % ; + 11pts vs 2023) et plus d'un quart a déjà entendu parler des perles et billes de nicotine (27 %, + 6pts). **Parmi ceux connaissant ces produits, 1 jeune sur 10 les a déjà expérimentés** (respectivement 10 % et 11 %).

Les réseaux sociaux : amplificateurs du « cool »

Parmi les raisons pour lesquelles les jeunes qui les connaissent souhaitent tester les nouveaux produits de la nicotine, on trouve les arômes fruités et originaux (48 % pour les Puffs et 28 % pour les billes et perles de nicotine) **ainsi que le mimétisme comportemental entre amis** (36 % pour les Puffs et 28 % pour les sachets de nicotine).

Les réseaux sociaux jouent également un rôle majeur dans la promotion de ces nouveaux produits :

- **38 % des 13-16 ans affirment qu'ils pourraient essayer les sachets de nicotine après avoir vu des personnes les utiliser sur les réseaux sociaux ;**
- **26 % des ados disent voir au moins une fois par semaine sur les plateformes digitales des personnes utilisant la Puff**. Parfois ce sont même leurs idoles qui ont recours à cette cigarette électronique jetable : récemment les acteurs Alain Chabat et Adèle Exarchopoulos se sont affichés Puff à la main dans une vidéo du célèbre youtubeur Squeezie⁵.

Une exposition digitale qui contribue à renforcer une image positive de ces dispositifs : 81 % des 13-16 ans estiment qu'il est plus "cool" d'utiliser une Puff que de fumer des cigarettes classiques.

Vente de nouveaux produits aux ados : source de revenus pour les buralistes et cigarettiers

Près de 4 adolescents sur 10 (39 % ; +6pts en un an) estiment que ce sont avant tout auprès des buralistes qu'il est le plus facile de se procurer les nouveaux produits de la nicotine, loin devant l'achat auprès de son entourage (26 %) ou sur Internet (12 %).

S'il y a encore un an, la majorité des ados affirmait qu'il était plus facile d'acheter des produits du tabac que des Puffs (respectivement 35 % et 28 %), ils estiment à présent qu'**il est tout aussi facile de se procurer des cigarettes électroniques jetables que des cigarettes manufacturées** (36 %).

Bien qu'il y ait un vide juridique autour des sachets, billes et perles de nicotine, rappelons que la Puff est soumise au même cadre juridique que les produits du vapotage et est de ce fait, interdite à la vente aux moins de 18 ans. **En vendant illégalement des produits addictifs aux mineurs, les buralistes cherchent à s'assurer une clientèle fidèle et de long-terme pour pérenniser leurs profits** : si 45 % de leurs gains proviennent des produits du tabac (en moyenne, 90 000 euros de gains par an par buraliste⁶), ces commerçants cherchent à diversifier leurs sources de revenus en s'appuyant sur ces nouveaux produits. En 2022, les Puffs représentaient déjà, pour certains buralistes, la moitié des ventes

³ Syed S, Hammond R, Initiative WTF. Tobacco and the rights of the child. 2001 [cité 20 juill 2021]; Disponible sur : <https://apps.who.int/iris/handle/10665/66740>

⁴ Kutlu MG, Gould TJ. Nicotine modulation of fear memories and anxiety: Implications for learning and anxiety disorders. Biochemical Published Online First: 2015/08/02.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26231942/>

Lechner WV, Janssen T, Kahler CW, et al. Bi-directional associations of electronic and combustible cigarette use onset patterns with depressive symptoms in adolescents. Preventive Medicine 2017;96:73-78. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28024859/>

Elatfy A, Vrahimis S, Conti A and Baldacchino A. Chronic tobacco smoking and neurocognitive impairments in adolescents and young adults: a systematic review and meta-analysis. Front. Psychiatry 2024;15:1384408. doi: 10.3389/fpsy.2024.1384408. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/38716120/>

⁵ BFM TV. *Alain Chabat et Adèle Exarchopoulos fumant une puff chez Squeezie: pourquoi Youtube ne supprimera pas la vidéo*. Le 21/10/2024. [En ligne]. Disponible sur : https://www.bfmtv.com/tech/youtube/alain-chabat-et-adele-exarchopoulos-fumant-une-puff-chez-squeezie-pourquoi-youtube-ne-supprimera-pas-la-video_AV-202410210648.html

⁶ Alliance contre le tabac. *Ressources et stratégies d'influence des buralistes en France*. Octobre 2024.

de cigarettes électroniques, générant 140 millions d'euros de gains annuels pour les 23 500 bureaux de tabac en France⁷.

Sans surprise, les géants du tabac tirent aussi profit de ces produits : au niveau international, Philip Morris annonçait en octobre 2024 une hausse de ses bénéfices annuels, portée notamment par la croissance des volumes de ventes de ses sachets de nicotine ZYN⁸. Au niveau national, British American Tobacco affirmait avoir doublé les volumes de vente de ses produits VELO sur le territoire français (entre janvier en septembre 2024) plaçant ainsi la marque en tête du marché⁹.

« Pour servir ses intérêts financiers, l'industrie du tabac ne cesse d'imaginer de nouveaux produits de la nicotine, plus inventifs les uns que les autres afin d'attirer des clients toujours plus jeunes. On a vu récemment arriver sur le marché les "smart vapes" qui proposent par exemple à ses utilisateurs de jouer à des jeux d'arcade en même temps qu'ils vapotent ! », s'indigne **Loïc Josseran, président de l'ACT**. « **Si l'ACT se félicite de la volonté du gouvernement d'interdire les sachets de nicotine, l'association plaide pour une interdiction de principe de tous les produits nicotiniques non-pharmaceutiques (à l'exception de la cigarette électronique rechargeable). Le périmètre de cette interdiction doit être large pour se prémunir de toutes les stratégies marketing agressives des cigarettiers et son application doit être rapide. On le voit bien : tant que le décret n'est pas publié, les industriels continuent de mettre sur le marché de nouveaux produits pour engranger des bénéfices jusqu'au bout** ».

A propos de l'ACT-Alliance contre le tabac

L'ACT-Alliance contre le tabac est un contre-lobby d'intérêt général qui œuvre depuis plus de 30 ans pour un monde libéré des produits du tabac et de la nicotine. À ce titre, l'ACT déploie des campagnes de sensibilisation et de plaidoyer dénonçant les stratégies et les manipulations de l'industrie la plus mortifère au monde : l'industrie du tabac. Au-delà de fédérer les forces de plus de 20 associations, l'ACT mobilise décideurs, acteurs de la société civile, médias et opinion publique pour voir émerger en France la première génération sans tabac, à l'horizon 2032.

www.alliancecontreletabac.org

⁷ BFM TV. Cigarette électronique jetable "puff": les buralistes veulent l'exclusivité de la vente. Le 21/11/2022. [En ligne]. Disponible sur : https://www.bfmtv.com/economie/consommation/cigarette-electronique-jetable-puff-les-buralistes-veulent-l-exclusivite-de-la-vente_AD-202211210449.html

⁸ Philip Morris International. Philip Morris International Reports 2024 Third-Quarter & First Nine-Months Results. Octobre 2024. [En ligne]. Disponible sur : <https://philipmorrisinternational.qcs-web.com/static-files/5adc93ee-d1c2-4614-9af1-2eeca59cc4b>

⁹ L'Express. "Vous préférez avoir un cancer ou perdre vos dents ?" Enquête sur l'inquiétante mode des sachets de nicotine sans tabac. 19 octobre 2024. [En ligne] Disponible sur : <https://www.lexpress.fr/sciences-sante/sante/vous-preferez-avoir-un-cancer-ou-perdre-vos-dents-enquete-sur-linquietante-mode-des-sachets-de-MPBAVOKKCBYLL6MIF5IZW7THA/>

CONTACT PRESSE

ALLIANCE CONTRE LE TABAC

Victoria Leiva – Tél. : 06 28 80 86 91 | victoria.leiva@alliancecontreletabac.org