

LES TACTIQUES DE SEDUCTION DE L'INDUSTRIE DU TABAC

L'industrie du tabac emploie des stratagèmes pour rendre les produits du tabac et autres produits à la nicotine plus attrayants, en particulier pour les jeunes.

Dans le cadre de la journée mondiale sans tabac 2025 ¹, l'Info Tabac du Mois les démasque pour vous !

► **Des stratégies insidieuses pour séduire**

Depuis des décennies, **l'industrie du tabac emploie des tactiques de marketing habiles et souvent trompeuses** pour promouvoir ses produits. Aujourd'hui encore, malgré les réglementations en vigueur, les fabricants de tabac et autres produits à la nicotine encouragent leur consommation et **ciblent en particulier les jeunes** de manière subtile mais efficace.

Cette stratégie vise à garantir **une relève générationnelle de consommateurs dépendants**, assurant ainsi **la pérennité de leurs profits**.

► **Un public ciblé**

Les adolescents et les jeunes adultes représentent un public-clé pour les géants du tabac. En effet, la dépendance à la nicotine survient dès les premières semaines de consommation ; de plus la dépendance à la nicotine est une de celles, si ce n'est celle, qui s'installe le plus rapidement chez l'adolescent ².

Plus une personne commence jeune, plus elle a de chances de devenir un client fidèle à long terme, avec des risques d'addiction à vie et des conséquences néfastes sur sa santé.

En améliorant l'attractivité de ses produits, non seulement l'industrie accroît le nombre de consommateurs, mais elle rend aussi plus difficile l'arrêt pour les fumeurs, car elle prolonge l'exposition à des substances addictives, par ailleurs nocives.

¹ <https://www.who.int/europe/fr/news-room/events/item/2025/05/31/default-calendar/world-no-tobacco-day-2025--unmasking-the-appeal>

² https://www.drogues.gouv.fr/sites/default/files/2022-07/manuel_jeunes_tabac_cipca.pdf

► Plusieurs leviers utilisés par l'industrie pour atteindre ce public

• Le packaging attrayant

Les emballages de cigarettes électroniques, de sachets de nicotine ou de tabac à chauffer sont souvent colorés, modernes et conçus pour **ressembler à des objets du quotidien** et attirer l'œil : sticks de maquillage, clés USB, objets technologiques, jouets ou sucreries. Ces designs attirent particulièrement les adolescents, en leur donnant l'impression que ces produits sont inoffensifs, voire "cool".

• L'utilisation des arômes ³

Fraise, mangue, vanille, menthe glaciale, cannelle... Les saveurs sucrées, épicées ou fruitées sont omniprésentes dans les produits à la nicotine, en particulier les e-cigarettes et les sachets de nicotine. **Ces arômes masquent l'amertume du tabac et facilitent l'initiation des jeunes**, qui y retrouvent un goût familier et agréable.

De plus, ce camouflage gustatif réduit la perception du risque et les chances de sevrage. Les jeunes sont donc plus enclins à essayer, puis à continuer.

• L'exploitation des réseaux sociaux et des influenceurs ⁴

Les campagnes publicitaires pour le tabac étant totalement interdites et celles des produits du vapotage strictement limitées et encadrées aux seuls lieux de vente, **l'industrie du tabac et du vapotage essaie de contourner ces interdits en investissant les réseaux sociaux**. À travers des partenariats avec des influenceurs ou la création de contenus viraux, elle banalise l'usage de la nicotine et de ces produits et associe son usage à des contextes festifs, à la mode ou à des valeurs positives : liberté, style, succès ou rébellion.

Ces contenus influencent les jeunes et banalisent l'usage de la nicotine et de ses produits.

• La désinformation et la diffusion de messages trompeurs

Les fabricants promeuvent certains produits comme étant des alternatives "moins nocives" ou "réduisant les risques", notamment les cigarettes électroniques, le tabac chauffé ou les sachets de nicotine. Cette présentation donne l'illusion d'un usage sans danger, alors qu'il s'agit de **produits rendant très dépendants** et qui présentent **des risques pour la santé**, en particulier pour les adolescents dont le cerveau est encore en développement.

► Une menace pour la santé publique

La stratégie de l'industrie du tabac envers les jeunes n'est pas sans conséquence. Selon l'Organisation mondiale de la santé (OMS), des millions d'adolescents dans le monde utilisent des produits à base de nicotine, avec des taux d'initiation en hausse dans de nombreux pays⁵. Parmi les risques clairement identifiés, **la dépendance à la nicotine peut nuire au développement cérébral des jeunes, entraîner des troubles de l'attention, de l'humeur, et ouvrir la voie à d'autres addictions**.

³ <https://exposetobacco.org/fr/tabac-aromatise/>

⁴ <https://cnct.fr/wp-content/uploads/2024/05/Rapport-nouveaux-produits-3.pdf>

⁵ <https://www.who.int/fr/news/item/23-05-2024-tobacco-and-nicotine-industry-tactics-addict-youth-for-life>

L'info **TABAC** du MOIS

► **Un combat toujours d'actualité**

Malgré les réglementations en vigueur visant à protéger la population, notamment les jeunes, **l'industrie continue de contourner ces textes voire à les violer délibérément** et ne renonce jamais à séduire une nouvelle clientèle que sont, entre autres, les jeunes.

La vigilance des pouvoirs publics, de la société civile, des parents, des professionnels de santé, des éducateurs, bref de tous, est essentielle.

Il est crucial de **sensibiliser les jeunes** eux-mêmes **aux tactiques utilisées pour les manipuler**, afin qu'ils ne tombent pas dans le piège tendu à leur attention.

Face à cette menace, **l'information, la prévention et le respect de la réglementation sont donc les meilleurs moyens de contrer ces tactiques**, protéger la santé publique et mettre à l'abri les nouvelles générations des dangers de ces nouveaux produits.

Restez informés et critiques
face aux stratégies de l'industrie du tabac.
Défendez un avenir sans tabac et sans nicotine
et une meilleure santé !

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 votre ville,

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

© Ville Libre Sans Tabac – Mai 2025