





**Amélie Eschenbrenner**  
Comité national contre  
le tabagisme (CNCT), Paris



**Julie Martin**  
Département promotion de la santé  
et préventions, Centre universitaire  
de médecine générale et santé  
publique (Unisanté), Lausanne



**Luc Lebon**  
Département promotion de la santé  
et préventions, Centre universitaire  
de médecine générale et santé  
publique (Unisanté), Lausanne



**Emmanuelle Béguinot**  
Comité national contre  
le tabagisme (CNCT), Paris

## NOUVEAUX PRODUITS DU TABAC : OPPORTUNITÉ OU MENACE POUR LA SANTÉ ?

Depuis le milieu des années 2000, les produits de l'industrie du tabac ont beaucoup évolué : cigarettes électroniques, tabac chauffé, snus et sachets de nicotine. Ces nouveaux produits du tabac brouillent les messages de santé publique. Massivement promus et addictifs, ils représentent un défi en contournant les réglementations, en recrutant de nouvelles personnes consommatrices et en décourageant l'arrêt de la consommation. Cet article fait le point sur ces produits et compare la situation en France et en Suisse.

La consommation de tabac est le plus grand risque de mortalité évitable dans le monde. Au cours des trente dernières années, grâce à la mise en œuvre coordonnée de mesures de prévention efficaces, la proportion de personnes consommant du tabac (prévalence) est en baisse au niveau mondial (Bovet et al. 2023).

Cette évolution menace les profits de l'industrie du tabac qui cherche donc à se diversifier, afin de préserver son marché. Elle a ainsi lancé de nouveaux produits visant à contourner les réglementations, maintenir les personnes consommatrices dans leur dépendance et en recruter de nouvelles. Elle se positionne dorénavant comme une « indus-

trie de la nicotine », et se présente parfois même comme un acteur de la santé publique. Pour ce faire, elle dissémine un récit centré sur la réduction des risques. Les nouveaux produits mis sur le marché sont ainsi censés représenter des alternatives à la cigarette conventionnelle. Cette nouvelle stratégie de reconquête a été définie à l'échelle internationale et s'applique dans l'ensemble des pays. Cependant les situations locales facilitent plus ou moins son déploiement. La comparaison entre deux pays permet ainsi de déterminer les points communs face à cette nouvelle situation : confusion des personnes consommatrices et organisations de santé, interférence dans les politiques publiques et contournement des lois. Mais elle montre aussi des différences, notamment en matière de réglementation, expliquant les évolutions contrastées du développement de ces produits.

Dans cette présentation, nous analysons quatre produits : cigarettes électroniques, tabac chauffé, snus et sachets de nicotine. Pour chacun, nous comparons la situation en France et en Suisse, deux pays avec des conditions-cadres très différents.

- **La France** qui a ratifié, dès 2004, le traité de la Convention-cadre pour la lutte antitabac (CCLAT), figure parmi les pays les plus avancés en matière de politique de prévention, occupant le 3<sup>e</sup> rang du classement européen Tobacco Control Scale 2021. Le pays dispose d'un cadre juridique strict, mis en place dès la loi Veil de 1976, puis la loi Evin de 1991, renforcé par des mesures successives telles que le développement des interdictions de fumer, les hausses de taxes et le paquet neutre. L'ensemble de ces dispositions s'inscrit dans l'optique de parvenir à une « génération sans tabac » d'ici 2032, soit une prévalence tabagique inférieure à 5 % parmi les jeunes nés en 2014. Ce cadre a permis une baisse marquée du tabagisme chez les jeunes, en particulier depuis 2017. Cependant, la prévalence du tabagisme chez les adultes reste élevée en France. Cette situation s'explique par un non-respect persistant de certaines dispositions protectrices, mais aussi par l'importance de l'interférence de l'industrie du tabac via le réseau des buralistes.

- À l'inverse, **la Suisse** se classe avant-dernière (36<sup>e</sup> sur 37) du classement européen Tobacco Control Scale et n'a pas encore ratifié la CCLAT. Elle se distingue par un cadre réglementaire plus permissif, résultat d'un manque de volonté politique, d'un accent mis sur la responsabilité individuelle et d'un lobbying intense de l'industrie du tabac (Lebon *et al.* 2025).

Dans les deux pays, la cigarette reste le principal produit du tabac consommé. Cependant, la ciga-

rette électronique représente un produit d'entrée en consommation pour une part croissante des plus jeunes (Bächler *et al.* 2025).

## CIGARETTE ÉLECTRONIQUE



Une cigarette électronique (ou vapoteuse) est un dispositif composé d'une résistance chauffant un liquide, afin de produire un aérosol à inhaler. Elle ne contient pas de tabac mais du propylène glycol, de la glycérine, des arômes et généralement de la nicotine. La directive européenne et la loi suisse prévoient une concentration maximale de 20 milligrammes de nicotine par millilitre.

Sans tabac, goudrons ni monoxyde de carbone, la cigarette électronique génère beaucoup moins de composés toxiques que la fumée de cigarette. Elle est donc considérée comme moins nocive que la cigarette conventionnelle, mais n'est pas sans risques. Elle peut aider à arrêter de fumer mais présente une probabilité importante de rester dépendant au vapotage (Lindson *et al.* 2025).

Elle est commercialisée depuis le milieu des années 2000 (Lebon *et al.* 2025), sous différentes variantes : produits rechargeables, à cartouches ou jetables (« puffs »). Ces produits, notamment les modèles jetables de type « puffs » et les dispositifs à cartouche, font l'objet de stratégies marketing ciblant les jeunes : design coloré, arômes sucrés ou fruités, offres promotionnelles fréquentes et dissémination via les réseaux sociaux (Chok *et al.* 2023).

Le positionnement des fabricants à l'égard des organisations de santé et des autorités renvoie à des produits à risques réduits. Pourtant, les arguments mis en avant dans les opérations promotionnelles ne font pas référence ou très rarement à cette dimension. Selon les données issues des observatoires du Comité national contre le tabagisme (CNCT) sur la publicité en ligne, seules 4-5 % des publicités analysées en 2023-2024 (CNCT, 2024 et 2025) mettaient en avant la notion d'arrêt du tabac. À l'inverse, la grande majorité des messages promotionnels portent sur la diversité des arômes, le plaisir d'utilisation ou des rabais, renforçant ainsi leur attractivité auprès des jeunes.

- **En France**, plusieurs interdictions s'appliquent à ces produits : vente aux mineurs dès 2014, publicité (à l'exception d'une affiche informative à l'intérieur du lieu de vente et non visible de l'extérieur), restrictions dans les lieux publics et, depuis 2025, la vente de cigarettes électroniques jetables. Mais

ces produits continuent d'être largement promus, tant sur les lieux de vente que sur internet, par les fabricants comme les détaillants. Selon l'observatoire en ligne du CNCT, 776 publicités illicites pour les produits du vapotage ont été recensées en 2023 sur les plateformes X, Facebook et Instagram. En 2024, 376 publicités ont encore été relevées, une baisse attribuable en partie aux actions judiciaires du CNCT, qui a fait condamner plusieurs fabricants. Toutefois, le phénomène demeure préoccupant. De plus, ces produits sont très largement accessibles en raison d'une absence de réglementation de la vente au détail et ils sont financièrement abordables, car sans taxe spécifique jusqu'à présent. En 2023, 8 % des adultes âgés de 18 à 75 ans déclaraient vapoter, dont 6 % de manière quotidienne. Chez les jeunes de 17 ans, 6 % étaient vapoteurs quotidiens (Observatoire français des drogues et des tendances addictives, 2025).

- **En Suisse**, les cigarettes électroniques avec nicotine sont autorisées depuis 2018. Depuis 2024, elles sont interdites de vente aux mineurs et les liquides ont une imposition spécifique (Lebon *et al.* 2025). En 2025, le Parlement fédéral a voté pour interdire la vente de cigarettes électroniques jetables, mais le texte n'est pas encore en vigueur. En 2024, 4 % de la population en consommait, dont 9 % des 15-19 ans.

Initialement issues de fabricants indépendants, de nombreuses cigarettes électroniques sont désormais produites par l'industrie du tabac. Et cette dernière a réagi en lançant un nouveau produit : le tabac chauffé.

## TABAC CHAUFFÉ



C'est le nouveau produit phare des fabricants de tabac, en raison de sa forte marge bénéficiaire. Il s'agit d'un dispositif électronique chauffant une petite cigarette de tabac. Ces produits sont souvent présentés par les industriels comme étant moins risqués. Cependant, la fumée du tabac chauffé expose les personnes utilisatrices aux mêmes substances toxiques que la fumée des cigarettes conventionnelles (Dusautoir R. *et al.* 2021). Ces produits exposent les utilisateurs à des risques respiratoires, cardiovasculaires et potentiellement cancérigènes. En outre, ils entretiennent une forte dépendance à la nicotine et participent à la banalisation de la consommation de tabac, en reproduisant les gestes et les rituels associés à la cigarette. Une revue systématique montre que 7 personnes utilisatrices sur 10 fument aussi des cigarettes conventionnelles (Scala *et al.* 2025).

- **En France**, le tabac chauffé est commercialisé depuis 2017 avec l'IQOS de Philip Morris, à ce jour la seule marque disponible sur ce marché. Selon la législation, ces dispositifs sont soumis aux mêmes dispositions que les cigarettes conventionnelles, notamment l'interdiction totale de publicité. La jurisprudence confirme qu'il est interdit de faire de la publicité pour ce dispositif, mais les procédures sont en cours. Selon les observations du CNCT, la moitié des bureaux de tabac affichaient encore des publicités pour le tabac chauffé en 2024.

Lors du lancement du produit, le cigarettier a mené d'importantes campagnes de communication, notamment lors d'événements publics, sur les réseaux sociaux et même dans les médias traditionnels, où des employés de Philip Morris France ont directement promu l'IQOS comme une solution destinée aux personnes fumeuses. Cependant, grâce à la loi et aux procédures engagées, le cigarettier a dû limiter sa stratégie marketing, empêchant jusqu'à présent une normalisation de ce produit. De plus, en dépit d'un lobbying acharné, les avantages fiscaux conférés au produit n'ont pu être obtenus, même si le prix d'un paquet de recharge demeure moins taxé qu'un paquet de cigarettes conventionnelles.

Ainsi les ventes de la marque IQOS demeurent à un niveau marginal en France. En 2023, 3 % des 18-75 ans déclaraient avoir déjà expérimenté ce type de produit, tandis que seuls 0,1 % indiquaient le consommer au moment de l'enquête.

- **En Suisse**, le tabac chauffé est présent depuis 2015 avec IQOS, puis Glo de British American Tobacco et Ploom de Japan Tobacco International (Berthet *et al.* 2018). Il est imposé à 16 %, contre 50 % pour les cigarettes conventionnelles, ce qui en fait un produit très profitable pour l'industrie du tabac. En 2024, 3 % de la population en consommait, avec un pic à 5 % chez les 35-44 ans.

La consommation nettement plus importante en Suisse qu'en France peut s'expliquer par la différence de réglementation. Philip Morris ne parvient pas à faire connaître son dispositif en France, en particulier hors des lieux de vente. En revanche, des campagnes marketing très actives ont diffusé le produit en Suisse (parrainage, stands, offres gratuites, etc.). La loi suisse sur les produits du tabac est entrée en vigueur seulement en 2024. Elle interdit la publicité dans l'espace public, mais l'autorise encore dans les commerces, les festivals, la presse et sur internet.

Un autre produit pour lequel le cadre légal joue historiquement un rôle-clé est le snus.

## SNUS



Le snus est du tabac moulu et humidifié, conditionné en sachets, à placer dans la bouche, entre la lèvre et la gencive, pendant environ une demi-heure. Ces sachets souvent fortement dosés en nicotine, équivalents à plusieurs cigarettes, ont un potentiel addictif élevé. Étant un produit sans fumée, le snus expose à moins de substances toxiques que les cigarettes conventionnelles, mais il reste un produit du tabac cancérigène et toxique.

- **Dans l'Union européenne**, le snus est interdit depuis 1992, à l'exception de la Suède, d'où est originaire le produit. Il n'est pas commercialisé en France et la vente en ligne y est interdite, mais les données manquent à ce niveau.

- **En Suisse**, le snus était interdit depuis 1995. Mais, suite au recours d'une entreprise, le Tribunal fédéral autorisa sa vente en 2019 (Lebon *et al.* 2025). En 2024, environ 2 % de la population consommait des produits de tabac oral, dont 6 % des 15-34 ans, avec une tendance à la hausse.

L'exemple du snus montre que l'interdiction de commercialisation d'un produit, en particulier au niveau européen, est efficace. Les industriels ont alors lancé un produit pouvant contourner la directive européenne : les sachets de nicotine.

## SACHETS DE NICOTINE



Comme le snus, mais sans tabac, les sachets de nicotine contiennent des fibres végétales, des arômes et souvent une forte dose de nicotine. Avec parfois jusqu'à 50 milligrammes par sachet, leur potentiel addictif est élevé. Cependant, on manque encore de données sur leur impact sanitaire.

- **En France**, les sachets de nicotine sont apparus sur le marché fin 2022, avec notamment les marques Velo de British American Tobacco et, depuis 2025, Zyn de Philip Morris. Ces produits à la nicotine ne disposent pas d'autorisation de mise sur le marché. Leur commercialisation est donc contraire au droit. En 2024, le CNCT et l'Institut national de la consommation ont mené une analyse en laboratoire de sachets de nicotine vendus en France. L'étude a révélé la présence de métaux lourds (plomb, arsenic, etc.), d'édulcorants puissants susceptibles d'attirer de jeunes consommateurs et des teneurs en nicotine élevées.

Le Conseil d'État et le CNCT ont appelé les pouvoirs publics à appliquer la réglementation existante

et à faire cesser la vente illégale de ces produits. En 2025, le gouvernement français a notifié à la Commission européenne son projet de décret interdisant tous les produits à usage oral à la nicotine, hors dispositifs médicaux d'arrêt du tabac.

Malgré leur interdiction actuelle, ces sachets sont largement vendus dans les bureaux de tabac et en ligne, souvent avec un marketing agressif. Leur consommation reste mal documentée, mais leur présence croissante, ainsi que leur popularité auprès des jeunes, suscitent des inquiétudes. Selon le baromètre de la publicité du CNCT, la promotion pour les sachets de nicotine est en augmentation, en particulier sur les réseaux sociaux. En 2024, la marque Velo a diffusé 140 publicités sur Instagram visant à banaliser l'usage de ces produits auprès d'un public jeune et connecté.

- **En Suisse**, les sachets de nicotine sont arrivés dans la deuxième moitié des années 2010 (Lebon *et al.* 2025). Ils n'étaient pratiquement pas réglementés, jusqu'à l'entrée en vigueur de la loi suisse sur les produits du tabac en 2024. Désormais, leur vente est interdite aux mineurs et un avertissement est obligatoire sur l'emballage. Mais leur publicité reste autorisée dans les commerces, les festivals, la presse et sur internet. Ces produits sont donc abondamment promus, mettant notamment en avant la possibilité de les consommer à l'intérieur. Moins de 1 % de la population consommait des sachets de nicotine en 2023, dont 3 % des 15-17 ans (Bächler *et al.* 2025).

## CONCLUSION

Cette variété des produits avec et sans tabac induit la confusion. Présentés en amalgame comme des produits à moindre risque, leur multiplication entraîne une hausse de la demande. Le récit des fabricants permet de recruter de nouvelles personnes consommatrices et d'obtenir une imposition réduite, deux facteurs concourant à augmenter leurs profits financiers.

La consommation de ces nouveaux produits est en hausse chez les jeunes. Outre leur toxicité et leur caractère addictif, ils sont susceptibles de les conduire à fumer des cigarettes (Golder *et al.* 2025). Ainsi, ils menacent la prévention du tabagisme et la santé de la population. Rappelons que toutes les formes de tabac et de nicotine peuvent entraîner une dépendance importante. De nombreux professionnels de santé alertent aujourd'hui sur les risques de ces produits, ainsi que sur les difficultés accrues d'arrêt qu'ils impliquent dans la pratique clinique.

Les données disponibles indiquent que la cigarette électronique peut réduire les risques et aider certaines personnes à arrêter de fumer (Lindson *et al.* 2025). Toutefois, le risque du maintien de la dépendance subsiste. En France, les bonnes pratiques prévoient en première intention les traitements reconnus pris en charge par l'Assurance maladie et qui permettent un arrêt complet du tabac et à terme de la nicotine. Les traitements médicamenteux restent à ce jour les plus sûrs.

Il est fondamental de mobiliser l'ensemble des acteurs de terrain. Les professionnels de santé, du secteur social et de l'éducation ont un rôle légitime à jouer pour interroger les pratiques de consommation, encourager l'arrêt et orienter les per-

sonnes vers les dispositifs d'aide validés. En France, [www.tabac-info-service.fr](http://www.tabac-info-service.fr) propose un accompagnement gratuit, anonyme et accessible à tous. En Suisse, un service équivalent est disponible via [www.stop-tabac.ch](http://www.stop-tabac.ch).

Face à ces évolutions, il est essentiel de renforcer la surveillance, de documenter les stratégies de l'industrie du tabac et de veiller à l'application des lois existantes. Des mesures structurelles comme l'augmentation des taxes, la limitation du contenu en nicotine par produit, un contrôle strict de la vente au détail et l'interdiction de toute forme de marketing sont nécessaires pour freiner la banalisation de ces produits.

## Bibliographie

- Bächler J., Baumann I., Studer H., Müller S., Wieber F. (2025). Erhebung Gesundheit und Lifestyle 2023: Analyse des Tabak- und Nikotinkonsums. ZHAW. [TPF\\_EGL2023\\_Bericht\\_Tabak\\_Nikotinkonsum\\_ZHAW\\_250602\\_v1.1.pdf](https://www.zhaw.ch/tpf-egl2023-bericht-tabak-nikotinkonsum-zhaw-250602_v1.1.pdf)
- Berthet A., Jacot Sadowski I., Zürcher K., Guenin V., Gendre A., Auer R., Vernez D., Cornuz J. (2018). Produits du tabac « chauffé » : que faut-il savoir ? *Revue médicale suisse*, 14:1935-4. <https://www.revmed.ch/revue-medicale-suisse/2018/revue-medicale-suisse-625/produits-du-tabac-chauffe-que-faut-il-savoir> DOI : 10.53738/REVMED.2018.14.625.1935.
- Bovet P., Banatvala N., Gedeon J., Peruga A. (2023). Tobacco use: Burden, epidemiology and priority interventions. In: *Noncommunicable Diseases: A Compendium*. Routledge, London, 488p. <https://www.taylorfrancis.com/books/oa-edit/10.4324/9781003306689/noncommunicable-diseases-nick-banatvala-pascal-bovet> DOI : 10.4324/9781003306689-21.
- Chok L., Cros J., Lebon L., Zürcher K., Dubuis A., Berthouzoz C., Suris J.-C., Barrense-Dias Y. (2023). Enquête sur l'usage et les représentations des cigarettes électroniques jetables (puff) parmi les jeunes romand-es. *Raison de santé* 344, Lausanne. <https://www.unisante.ch/fr/formation-recherche/recherche/publications/raisons-sante/raisons-sante-344> DOI : 10.16908/issn.1660-7104/344.
- CNCT (2024). Le CNCT demande l'interdiction des sachets de nicotine, vendus illégalement en France et dépose une plainte. Communiqués de presse [en ligne]. <https://cnct.fr/communiqués/le-cnct-demande-linterdiction-des-sachets-de-nicotine-vendus-illegalement-en-france-et-depose-une-plainte/>
- CNCT (2025). Publicités illégales pour le tabac et la nicotine : le CNCT alerte sur une stratégie de contournements massive en ligne. Communiqués de presse [en ligne]. <https://cnct.fr/communiqués/publicites-illegales-tabac-nicotine-cnct-alerte-strategie-contournements-en-ligne/>
- Dusautoir R., Zarcone G., Verrielle M., Garçon G., Fronval I., Beauval N., Allorge D., Riffault V., Locoge N., Lo-Guidice J.-M., Anthérieu S. (2021). Comparison of the chemical composition of aerosols from heated tobacco products, electronic cigarettes and tobacco cigarettes and their toxic impacts on the human bronchial epithelial BEAS-2B cells. *Journal of Hazardous Materials*, Vol. 401, 123417. DOI : 10.1016/j.jhazmat.2020.123417.
- Golder S., Hartwell G., Barnett L. M., Nash S. G., Petticrew M., Glover R. E. (2025). Vaping and harm in young people: umbrella review. *Tobacco Control*, 0:1-11. DOI : 10.1136/tc-2024-059219.
- Lebon L., Diethlem P., Cros J., Zürcher K. (2025). Prévention du tabagisme en Suisse : 60 ans de progrès graduels (1964-2024). *Revue médicale suisse*, 21:1353-96. <https://www.revmed.ch/revue-medicale-suisse/2025/revue-medicale-suisse-925/prevention-du-tabagisme-en-suisse-60-ans-de-progres-graduels-1964-2024> DOI : 10.53738/REVMED.2025.21.925.47397.
- Lindson N., Butler A. R., McRobbie H., Bullen C., Hajek P., Difeng Wu A., Begh R., Theodoulou A., Notley C., Rigotti N. A., Turner T., Livingstone-Banks J., Morris T., Hartmann-Boyce J. (2025). Electronic cigarette for smoking cessation. *Cochrane Database of Systematic Review*, Issue 1, No. CD010216. DOI : 10.1002/14651858.CD010216.pub10.
- Observatoire français des drogues et des tendances addictives (2025). Cigarette électronique et e-liquides légalement accessibles - Synthèse des connaissances [en ligne]. <https://www.ofdt.fr/cigarette-electronique-et-e-liquides-legalement-accessibles-synthese-des-connaissances-1725>
- Scala M., Dallera G., Gorini G., Achille J., Havermans A., Neto C., Odone A., Smits L., Zambon A., Lugo A., Gallus S. (2025). Patterns of use of heated tobacco products: a comprehensive systematic review. *Journal of Epidemiology*, Vol 35, s4: 213-221. DOI : 10.2188/jea.JE20240189.