

# Vapoter sans risque? Ne tombez pas dans le piège de la publicité

**TABAGISME** Vapoter ou tirer sur une puff est devenu un geste à la mode, surtout chez les jeunes. Comprendre le phénomène et prévenir les dépendances passe par un décryptage de la publicité et un meilleur dialogue sur les risques.

PAR YANNICK BARILLON, JOURNALISTE RP

Le Valais interdit la vente des produits du tabac et de la nicotine aux mineurs. Mais les nouveaux produits du tabac et nicotinés sont partout. Tabac chauffé, cigarettes électroniques, puffs bar ou snus, ils séduisent de plus en plus de jeunes. Certains deviennent accros, alors qu'ils n'avaient jamais fumé auparavant. Une nouvelle étude d'OxySuisse, menée par Unisanté et Promotion santé Valais, confirme cette tendance. Responsable du CIPRET-Valais et coauteur de l'étude, Alexandre Dubuis exprime son inquiétude: «Avec ces nouveaux produits très attractifs et facilement accessibles, nous assistons à une renormalisation de la gestuelle du fumeur, et de la consommation dans l'espace public.» Si certains produits sans nicotine tels que les vaporettes aident des adultes à stopper le tabac, le marketing de l'industrie veut appâter et fidéliser de nouveaux et jeunes consommateurs. Or, rares sont ceux qui commencent à fumer après l'âge de 20 ans.

Isabelle Gaucher Mader, chargée de prévention pour Promotion santé Valais, sensibilise les élèves et les apprentis dans les écoles. «La majorité connaissent ces nouveaux produits. Beaucoup en consomment régulièrement sans avoir conscience des risques pour la santé. Certains confient avoir des angines chroniques, et des problèmes de gencives avec l'usage des puffs ou du snus.» Mais comment en est-on arrivé là?



«AVEC CES NOUVEAUX PRODUITS TRÈS ATTRACTIFS, NOUS ASSISTONS À UNE RENORMALISATION DE LA GESTUELLE DU FUMEUR.»

ALEXANDRE DUBUIS  
RESPONSABLE DU CIPRET-VALAIS

### Comprendre le marketing de l'industrie

Colorés, avec des arômes de bonbons et des vapeurs fruitées, les nouveaux produits à la mode sont créés sur mesure pour plaire aux plus jeunes. Pour Alexandre Dubuis, «la publicité véhicule le message de la réduction des risques. Tout est fait pour s'habituer au

produit avec la croyance que ce n'est pas si dangereux.»

L'étude d'OxySuisse démontre aussi que les enfants et les adolescents sont plus exposés que les adultes à ces publicités, omniprésentes sur les réseaux sociaux. «L'industrie fait appel à des influenceurs. Ils promeuvent les produits nicotinés sur leurs comptes, en particulier sur TikTok, mais ne respectent pas toujours le cadre légal, comme la mention du caractère sponsorisé. Il existe encore un vide juridique en Suisse pour interdire ce type de promotion éphémère en ligne», regrette Alexandre Dubuis.

### Comment échapper à la tentation?

Identifier le besoin qui se cache derrière celui qui commence à fumer, c'est mieux l'accompa-

gnier. Pour l'adolescent, vapoter c'est cool et stylé. On veut faire comme les autres pour intégrer le groupe, ou ressembler aux adultes. «A cet âge, c'est une prise de risque normale. Interdire ou marteler que fumer n'est pas bon pour la santé est inefficace», explique Isabelle Gaucher Mader. «Il vaut mieux déconstruire la publicité, et développer son esprit critique. Quand je démonte une puff devant les élèves, ils sont surpris de découvrir une pile à l'intérieur.» Mieux connaître le produit réduit la prise de risque. Par exemple, les puffs sans nicotine ne sont pas inoffensives, explique la spécialiste. «Le propylène glycol contribue à la vapeur des cigarettes électroniques et peut favoriser une inflammation des bronches. Il existe aussi peu de contrôles sur les arômes, et les colorants potentiellement très allergènes.» Comportement banalisé, publicité agressive et ciblée, alors comment résister? Pour Isabelle Gaucher Mader, il importe de renforcer les compétences de vie des jeunes. Elle valorise notamment le courage de dire non et d'oser s'affirmer. Elle invite les parents à dialoguer avec leurs enfants, à fixer des règles ensemble, et au besoin faire appel à des professionnels de la santé. ●

## VRAI/FAUX

### FUMER DÉTEND ET RÉDUIT LE STRESS?

**FAUX**

Fumer ne détend pas. A contrario, c'est le manque de nicotine qui stresse, en raison du processus cérébral de la récompense. La nicotine crée le manque qui sera comblé par la consommation d'une nouvelle dose.

### LES PUFFS BAR SONT SANS RISQUE POUR LA SANTÉ?

**FAUX**

Ces cigarettes électroniques jetables et bon marché sont disponibles le plus souvent avec de la nicotine. Elles contiennent des sels de nicotine favorisant une forte dépendance, avec parfois des taux dépassant les normes légales. Chez les jeunes, la nicotine peut créer des effets nuisibles à long terme sur le cerveau.

### INOFFENSIF DE FUMER UNE OU DEUX CIGARETTES/JOUR?

**FAUX**

Il n'y a pas de quantité où fumer n'est pas dangereux. Même chez les «petits fumeurs» (1 à 4 cigarettes/jour), le risque de cancer et de maladies cardiovasculaires est augmenté par rapport à un non fumeur.

### NICOTINE ET HÉROÏNE: MÊME POTENTIEL ADDICTIF?

**VRAI**

Le potentiel addictif de la nicotine est comparable à celui des drogues dures, raison pour laquelle arrêter le tabac est souvent difficile. La dépendance à la nicotine est non seulement physique, mais aussi psychologique et comportementale.

### LES CIGARETTES ROULÉES: MOINS DANGEREUSES?

**FAUX**

Les cigarettes roulées à la main contiennent autant, voire plus, de substances cancérigènes que les cigarettes industrielles et comportent par conséquent des risques importants pour la santé.

### 40 SUBSTANCES DANS LA FUMÉE DU TABAC?

**FAUX**

La fumée de cigarettes contient plus de 4000 substances. La plupart sont toxiques et environ 60 sont cancérigènes. Les cigarettes électroniques ou puffs contiennent aussi des produits allergènes et irritants pour la santé comme les arômes et le propylène glycol. ●

### PARTENAIRES

DSSC Service cantonal de la santé publique  
www.vs.ch/sante

Promotion santé Valais  
Gesundheitsförderung Wallis  
www.promotionsantevalais.ch

LIGUE PULMONAIRE VALAISANNE  
LUNGENLIGA WALLIS  
www.liguepulmonaire-vs.ch

### POUR EN SAVOIR PLUS...

