



FICHE MÉMO 18

Octobre 2026

CONSOMMATION DES JEUNES : DU TABAC À LA PUFF



GRANDS TÉMOINS

- **Charles MOUSSERON**, conseiller principal d'éducation, Collège Gaston Roupnel - Dijon
- Témoignage anonyme, infirmière de l'éducation nationale d'un établissement de Bourgogne-Franche-Comté

“ J’ai vu depuis le début de l’année **zéro élève** fumer la cigarette. Avant on voyait beaucoup de jeunes devant le portail, et on leur demandait de s’éloigner, mais là... Il n’y a plus de cigarette. [...] La vraie problématique, [...] c’est la puff, et ça a quand même des conséquences, en dehors de la santé, ça a des conséquences au niveau de l’établissement. ”

QUELQUES CHIFFRES

Les derniers chiffres concernant le tabagisme chez les jeunes datent de 2024.¹

LA CIGARETTE

20 % des jeunes de 16 ans en France ont déjà expérimenté la cigarette.

3,1 % en font un usage quotidien contre 16% en 2015 !

LA CIGARETTE ÉLECTRONIQUE

38 % des jeunes de 16 ans en France ont déjà expérimenté la cigarette électronique.

5,8 % en font un usage quotidien.



MAIS dans les études, le terme “cigarette électronique” est employé pour tout matériel de vapotage. Sur le terrain, on parle de “puff” car c’est le format qui est utilisé par les jeunes.

PUFF : QUELLES SPÉCIFICITÉS ?

- ✓ Format compact
- ✓ Utilisation simple (prête à l’emploi)
- ✓ Jetable (pas d’entretien)
- ✓ Peu coûteuse
- ✓ Attrayante



MAIS... ELLES N'ONT PAS ÉTÉ INTERDITES ?

CE QUE DIT LA LOI ²

LOI n° 2025-175 du 24 février 2025 visant à interdire les dispositifs électroniques de vapotage à usage unique :

« Sont interdites la détention [...], la mise en vente, la vente, [...] des dispositifs électroniques de vapotage [...] qui sont préremplis avec un liquide et ne peuvent être remplis à nouveau, qu’ils disposent ou non d’une batterie rechargeable. »

**Sont apparues
des puffs
remplissables !**

¹. Spilka Stanislas, Philippon Antoine, Le Nézet Olivier, Janssen Éric. Les usages de drogues en Europe à 16 ans : résultats Espad 2024. Tendances 2025 ; n°169 : 8 p. En ligne : https://www.ofdt.fr/sites/ofdt/files/2025-09/tendances_espad_resultats_europe_2024.pdf

². République française. LOI n° 2025-175 du 24 février 2025 visant à interdire les dispositifs électroniques de vapotage à usage unique. JORF n°0047 du 25 février 2025, 2 p. En ligne : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000051244550>

“Initialement, [la cigarette électronique classique] est prévue pour aider les fumeurs à s'arrêter. Sauf que [les jeunes] démarrent par la puff.”

Les marques de puffs, notamment JNR, la plus populaire auprès des jeunes, vendent des kits contenant une puff préremplie et deux fioles de liquide.

20 mg/ml



C'est la dose de nicotine contenue dans le liquide de la puff, c'est-à-dire le **maximum autorisé en Union européenne**.³ C'est la concentration en nicotine qui est conseillée, dans le cadre d'un arrêt du tabac, à de gros fumeurs (un à deux paquets de cigarettes par jour).

Et en plus, l'information sur l'emballage n'est pas claire !

Ces puffs sont le fruit d'un **MARKETING SAVANT** :

Design étudié + Esprit de collection + Goûts enfantins (limonade, fruits des bois, etc.)

Par ailleurs, ces marques s'appuient sur un **circuit de distribution de proximité** (notamment les épiceries de quartier)⁴ et une promotion active sur **les réseaux sociaux** (TikTok, SnapChat).

RÉSULTAT...

“Il y a déjà des jeunes qui reconnaissent qu'ils sont dépendants. Ils ont besoin de pouvoir fumer au collège, donc ça a quand même une incidence importante dans leur quotidien.”

“C'est quelque chose de ludique. Avec les parfums, les couleurs, il faut voir. C'est quand même... C'est joli. Voilà, c'est joli. Ils collent des strass dessus, ils les customisent. C'est vraiment toutes les mêmes, la même marque. Mais en fait, l'idée, c'est d'appartenir au groupe.”

“C'est un objet, un bijou. En fait, tout est customisé aujourd'hui. Leur téléphone, leur puff. Et c'est aussi leur identité. Le goût, l'image sociale, l'influence des pairs.”

POURQUOI ÇA MARCHE ?

Une des étapes du développement psychologique des adolescents est celle de la **SUBJECTIVATION** : la construction de soi-même en tant que sujet. Selon Marie Devernay, pédiatre spécialiste de l'adolescence⁵ :

« cette étape est ainsi caractérisée par des mouvements paradoxaux aussi bien envers les parents qu'envers les pairs et la société : “pour savoir qui je suis, j'ai besoin de ressembler à quelqu'un et en même temps je ne peux être moi-même qu'en me différenciant d'autrui.” »

4 caractéristiques du développement du cerveau des adolescents⁶ :

- ✦ La recherche de la nouveauté
- 👤 L'engagement social
- 💖 L'intensification des émotions
- ✍ L'exploration créative

QUELLES PISTES DE SOLUTIONS ?

Cliquez pour en savoir plus sur ...



[Les consommations des jeunes](#)

[Les compétences psychosociales \(CPS\)](#)

[Le programme Unplugged](#)

“On a le programme Unplugged qui aborde cette problématique. [...] On parle des compétences psychosociales, les compétences qu'ils ont à dire non. Ça c'est sûr que ça marche parce qu'on voit bien qu'ils viennent chercher ce regard positif qui peut leur donner confiance en eux.”

³. Union européenne. Directive 2014/40/UE du Parlement européen et du Conseil du 3 avril 2014 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de fabrication, de présentation et de vente des produits du tabac et des produits connexes, et abrogeant la directive 2001/37/CE. JOUE du 29 avril 2014. n.p. En ligne : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0040>

⁴. Bailly Guillaume. JNR, le raz de marée avant la tempête ? [Page internet]. Genève (Suisse) : Vaping Post, 2025. En ligne : <https://fr.vapingpost.com/jnr-le-raz-de-maree-avant-tempete/>

⁵. Devernay Marie, Viaux-Savelon Sylvie. Développement neuropsychique de l'adolescent : les étapes à connaître. Réalités pédiatriques 2014 ; 187 : p 1-7. En ligne : http://www.realités-pédiatriques.com/wp-content/uploads/sites/3/2016/04/RP_187_Dos_Devernay.pdf

⁶. Siegel Daniel. Le cerveau de votre ado : comment il se transforme de 12 à 24 ans. Paris : Les Arènes, 2018, p. 21.

Un projet ? Envie d'être accompagné ? Contactez Promotion Santé BFC !

✉ contact@promotion-sante-bfc.org