

# L'augmentation du prix du tabac : une mesure de santé publique

Catherine Hill

Département de santé publique, Institut Gustave Roussy, Villejuif

## INTRODUCTION

Accroître le prix du tabac est une mesure de santé publique efficace car cela entraîne automatiquement une réduction de la consommation. Les fumeurs qui souhaitent arrêter de fumer trouvent dans l'augmentation du prix une motivation supplémentaire à l'arrêt et ces fumeurs sont très nombreux puisque 60 % des fumeurs déclarent souhaiter arrêter [1]. De plus, les jeunes qui ne sont pas encore fumeurs sont rebutés par la difficulté financière accrue. Par ailleurs, cette augmentation entraîne un accroissement des revenus de l'Etat et des revenus des marchands de tabac, c'est donc une stratégie financièrement bonne pour les deux parties.

Cependant cet accroissement du prix du tabac dans un but de santé publique doit être réalisé sans laisser à l'industrie trop de marge de manœuvre. Il faut éviter par exemple d'augmenter seulement le prix des cigarettes, car les consommateurs sont alors poussés à modifier leur comportement en abandonnant les cigarettes pour le tabac à rouler.

## LIEN ENTRE PRIX DU TABAC ET CONSOMMATION

En France comme dans d'autres pays, les variations des ventes et les variations des prix sont en miroir comme on peut le voir sur la figure 1 qui montre les évolutions des ventes de cigarettes et du prix relatif du tabac depuis 1950. On observe une augmentation des ventes de cigarettes de 1950 (2,7 cigarettes par adulte et par jour) jusqu'en 1985 où la consommation atteint presque 6 cigarettes par adulte et par jour. La consommation de tabac baisse ensuite, celle-ci étant plus importante entre 1991 et 1997. En 2002, la consommation est de 4,5 cigarettes par adulte et par jour.

Le prix relatif (base 100 en 1970) tient compte de l'augmentation de l'indice des prix. Un prix relatif stable en moyenne, comme ce que l'on observe entre 1950 et 1964, correspond à une augmentation des prix du tabac égale à l'augmentation des autres prix. Entre 1964 et 1975, les prix du tabac n'ont pratiquement

pas augmenté, ce qui se traduit par une baisse du prix relatif. Entre 1975 et 1991, le prix relatif est resté stable. Depuis 1991, l'augmentation du prix du tabac a été supérieure à l'augmentation des prix des autres produits. Cette augmentation du prix relatif du tabac depuis 1991 a été rendue possible par la sortie du tabac du calcul de l'indice des prix à la consommation, sortie inscrite dans la loi Evin. C'est seulement en 1995 que le prix relatif des années 1950 a été rattrapé (figure 1).

Les cigarettes sont bon marché en France en comparaison avec d'autres pays et le tabac en paquet est encore moins cher. L'augmentation de 1991 ne concernait que les cigarettes et a induit un transfert de consommation des cigarettes manufacturées aux cigarettes roulées, avec une augmentation des ventes de tabac à rouler de 0,13 g par adulte et par jour en 1991 à 0,32 g par adulte et par jour depuis 1999.

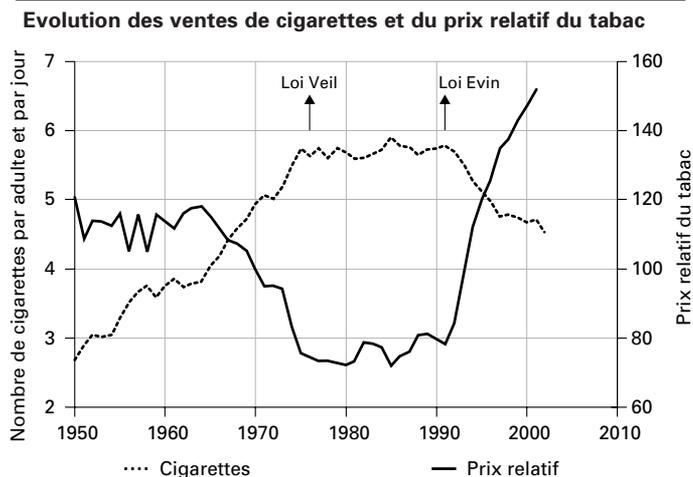
A partir de ces données on peut estimer l'élasticité de la demande du tabac par rapport au prix. C'est un paramètre qui mesure le lien entre la variation du prix et la variation des ventes et qui vaut -0,3 en France [2]. Cela signifie qu'une augmentation du prix de 20 % induira une réduction de la consommation de  $0,3 \times 20 \% = 6 \%$ , et qu'une augmentation de 25 % induira une réduction de consommation de 7,5 %.

Une telle augmentation ne réduit en théorie ni les profits de l'industrie du tabac, ni le montant des taxes collectées par l'Etat puisque la réduction induite par la baisse de la consommation est inférieure à l'accroissement induit par l'augmentation du prix. Par exemple, si les prix augmentent de 25 %, les profits et les taxes augmentent de 15,6 % (92,5 % des ventes x 1,25 fois le prix = 1,156). Pour mémoire, les recettes fiscales du tabac en 2002 étaient de 10,4 milliards d'euros.

## LA FISCALITE DES PRODUITS DU TABAC EN FRANCE

Le prix payé par le consommateur est la somme de trois composantes : la part du fabricant, la marge du buraliste et les taxes. La marge du buraliste est égale à 8 % du prix de détail quel que soit le produit. Le niveau des taxes varie, selon le produit, de 37 % du prix de vente pour les cigares à 76 % pour les cigarettes (tableau 1). En conséquence, la part du fabricant varie entre 55 % pour les cigares et 16 % pour les cigarettes.

Figure 1



Sources pour les données de vente :

- de 1950 à 1959 : un siècle d'activité du monopole des tabacs, Bulletin d'information de la direction générale Seita 1961 ; 127 : 69-71
- de 1960 à 1993 : Seita les chiffres (document annuel) Société Nationale d'Exploitation Industrielle des Tabacs et des Allumettes, Paris 1961 à 1994,
- de 1994 à 1999 : communication personnelle SEITA,
- depuis 2000 : communication personnelle Altadis

Source pour les données sur les prix : Anguis M, Dubeaux D. Les fumeurs face aux récentes hausses du prix du tabac. Insee Première 551, octobre 1997, série complétée par Nicole Manon, Alain Maillochon, et Christine Monceau Insee, communication personnelle.

Source pour les données de population : Bulletin mensuel de statistique de l'Insee, numéro de Janvier de chaque année.

Tableau 1

Taxation des produits du tabac en France au 6 Janvier 2003						
Produits						
	Cigarettes*	Tabac à rouler	Tabac à pipe	Tabac à priser	Tabac à mâcher	Cigares et cigarillos
TVA+BAPSA (1)	17,0 %	17,0 %	17,0 %	17,0 %	17,0 %	17,0 %
Droit de consommation (2)	55,2 %	51,7 %	47,4 %	40,9 %	28,2 %	20,0 %
Taxe fixe (3)	0,148 €					
<b>Total taxes (4)=(1)+(2)+(3)</b>	<b>76,0 %</b>	<b>68,7 %</b>	<b>64,4 %</b>	<b>57,9 %</b>	<b>45,2 %</b>	<b>37,0 %</b>
<b>Remise débitants (5)</b>	<b>8,0 %</b>	<b>8,0 %</b>	<b>8,0 %</b>	<b>8,0 %</b>	<b>8,0 %</b>	<b>8,0 %</b>
<b>Part fabricant (6)</b>	<b>16,0 %</b>	<b>23,3 %</b>	<b>27,6 %</b>	<b>34,1 %</b>	<b>46,8 %</b>	<b>55,0 %</b>
<b>Prix de vente (4)+(5)+(6)</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

\* Classe de prix la plus demandée (3,9 € au 1/1/2003)

Source : Centre de documentation et d'information sur le tabac (www.CDIT.fr)

Tableau 2

Décomposition du prix des Gauloises et des cigarettes dans la catégorie de prix la plus demandée en 2003 et proposition d'augmentation pour les trois prochaines années												
	2003			2004			2005			2006		
	% prix de vente	Gauloises	Catégorie prix plus demandée	% prix de vente	Gauloises	Catégorie prix plus demandée	% prix de vente	Gauloises	Catégorie prix plus demandée	% prix de vente	Gauloises	Catégorie prix plus demandée
Taxes non fixes (1)	72,2 %	2,527 €	2,816 €	73,0 %	3,249 €	3,555 €	74,5 %	4,239 €	4,574 €	76,0 %	5,442 €	5,814 €
Taxe fixe (2)	0,148 €	0,148 €	0,148 €	0,300 €	0,300 €	0,300 €	0,45 €	0,450 €	0,450 €	0,60 €	0,600 €	0,600 €
<b>Total taxes (3) = (1)+(2)</b>	/	<b>2,675 €</b>	<b>2,964 €</b>	/	<b>3,549 €</b>	<b>3,855 €</b>	/	<b>4,689 €</b>	<b>5,024 €</b>	/	<b>6,042 €</b>	<b>6,414 €</b>
Remise débiteurs (4)	8,0 %	0,280 €	0,312 €	8,0 %	0,356 €	0,390 €	8,0 %	0,455 €	0,491 €	8,0 %	0,573 €	0,612 €
Part fabricant (5)	/	0,545 €	0,624 €	/	0,545 €	0,624 €	/	0,545 €	0,624 €	/	0,545 €	0,624 €
<b>Prix de vente (3)+(4)+(5)</b>	<b>100 %</b>	<b>3,500 €</b>	<b>3,900 €</b>	<b>100 %</b>	<b>4,450 €</b>	<b>4,870 €</b>	<b>100 %</b>	<b>5,690 €</b>	<b>6,140 €</b>	<b>100 %</b>	<b>7,160 €</b>	<b>7,650 €</b>

En réalité, la fiscalité des cigarettes est un peu plus compliquée que ce qui vient d'être exposé. En effet, le système décrit dans le tableau 1 ne vaut que pour les cigarettes dans la catégorie de prix la plus demandée, qui était de 3,9 € pour 20 cigarettes en janvier 2003. Pour les autres prix, on calcule le total des taxes de la manière suivante :

- total taxes = (17,0 % + 55,2 %) x prix de vente + 0,148 €
- total taxes = 72,2 % x prix de vente + 0,148 €

Le total des taxes est donc constitué d'une taxe proportionnelle égale à 72,2 % du prix de vente et d'une taxe fixe (indépendante du prix des cigarettes) égale à 0,148 €.

En conséquence, le total des taxes pour un paquet de 20 Gauloises à 3,5 € atteint 2,675 € (72,2 % x 3,5 + 0,148), ce qui représente 76,4 % du prix de vente ; les cigarettes moins chères sont donc proportionnellement davantage taxées que les cigarettes plus chères (tableau 2).

## PROPOSITION D'AUGMENTATION DU PRIX DU TABAC

L'objectif de l'accroissement du prix du tabac est d'induire une réduction de la consommation. Il est donc essentiel de réduire la possibilité d'un transfert de consommation d'un produit vers un produit moins cher. Pour cela, il faut accroître davantage les prix des produits les moins chers.

Pour les produits du tabac autres que les cigarettes, il semble important d'introduire progressivement une taxe fixe et d'augmenter les taxes jusqu'à arriver à taxer le tabac à pipe, le tabac à rouler et les cigares et cigarillos comme les cigarettes, à poids égal de tabac. A l'heure actuelle, le tabac à rouler le moins cher coûte 1,66 € pour 20 grammes et est taxé à 68,7 %, alors que les cigarettes les moins chères coûtent 3 € les 20. Les cigares et cigarillos sont très peu taxés (37 %) et n'ont pratiquement pas augmenté lors des augmentations récentes.

Le Plan cancer a comme objectif une réduction de 30 % du tabagisme des jeunes et de 20 % du tabagisme des adultes dans les cinq ans. Nous pensons qu'il est difficile de faire un plan d'augmentation des prix avec un horizon de cinq ans et avons choisi une horizon plus limité de trois années. La stratégie proposée est d'augmenter le prix de vente des cigarettes d'environ 25 % chaque année pendant trois ans (aboutissant à une multiplication du prix par 2 au bout de trois ans) pour conduire à une réduction de la consommation de 21 % (trois baisses successives de 7,5 % = baisse de 21 % = 1-0,925<sup>3</sup>). Il faut aussi augmenter davantage le prix des cigarettes les moins chères en accroissant la taxe fixe, proposition qui fait partie du Plan

cancer. Le scénario proposé ici est de faire passer cette taxe fixe de 0,148 € à 0,30 € la première année, puis à 0,45 € la seconde année et enfin à 0,60 € la troisième année.

Pour atteindre l'objectif d'une augmentation du prix de vente de 25 %, il faut appliquer une taxe proportionnelle de 73,0 % la première année, 74,5 % la seconde année et 76,0 % ensuite ce qui conduit, pour le prix de 20 cigarettes, à la décomposition suivante :

- 1<sup>re</sup> année : total taxes = 73,0 % x prix de vente + 0,30 €
- 2<sup>e</sup> année : total taxes = 74,5 % x prix de vente + 0,45 €
- ensuite : total taxes = 76,0 % x prix de vente + 0,60 €

Ces calculs sont faits en gardant constants le prix usine, la part du fabricant et les 8 % des débiteurs. Le tableau 2 montre les effets de cette stratégie, on observe comme attendu une augmentation un peu plus importante pour les cigarettes moins chères que pour les autres cigarettes.

## DISCUSSION-CONCLUSION

L'élasticité de la demande de tabac par rapport au prix retenue dans cet article est égale à -0,3. C'est une hypothèse qui peut être discutée car lorsque l'augmentation des prix est faible, il est possible que l'élasticité soit réduite, ainsi, en 2000, les prix ont augmenté de 5 % et l'élasticité observée a été de 0,26.

Si, comme nous le recommandons ici, une augmentation ferme des prix du tabac est décidée, un des risques est l'essor de la contrebande qui naturellement réduirait les effets bénéfiques de l'augmentation des prix. Cependant, on peut considérer qu'à l'exception de certaines régions plus exposées où les cigarettes de contrebande sont en vente publique dans la rue, le système de distribution du tabac est en France suffisamment encadré pour éviter une généralisation de ce phénomène regrettable. Une autre limite de l'augmentation des prix du tabac en France serait le transfert des achats vers les pays où la fiscalité est plus faible. Ce transfert est probable mais, en contrepartie, on verra diminuer les achats de cigarettes par les ressortissants de pays étrangers où les cigarettes sont nettement plus chères, comme l'Angleterre. Dès lors, une augmentation de prix du tabac en France est une mesure participant à l'amélioration de la santé publique en Europe.

## RÉFÉRENCES

- [1] Guilbert P, Baudier F, Gautier A. Baromètre Santé 2000 Résultats volume 2. Vanves : CFES 2001.
- [2] Anguis M, Dubeaux D. Les fumeurs face aux récentes hausses du prix du tabac. Insee Première 551, octobre 1997.