



PROJET DE RECHERCHE SUR LA TAXATION DU TABAC EN AFRIQUE DE L'OUEST « DES SOLUTIONS FISCALES POUR UNE REDUCTION OPTIMALE DU TABAGISME EN AFRIQUE DE L'OUEST »



EFFICACITE DES SYSTEMES DE TAXATION DES PRODUITS DU TABAC DANS LES PAYS MEMBRES DE LA CEDEAO : UNE APPROCHE PAR L'INCIDENCE FISCALE

Papa Yona MANE
Abdoulaye DIAGNE
Yao Thibaut KPEGLI

INTRODUCTION

L'augmentation des taxes est considérée comme la mesure la plus efficace pour réduire la consommation des produits du tabac. Pour permettre à la fiscalité de jouer ce rôle, la CEDEAO a adopté, en décembre 2017, une nouvelle directive sur la fiscalité des produits du tabac qui prévoit un ensemble de mesures dont une hausse des taxes avec un dispositif d'augmentation régulière des taux. Les recettes fiscales qui en découleront seront supportées en partie, par le consommateur et en partie, par le producteur. Plus la part supportée par le consommateur est grande, plus les augmentations peuvent décourager la consommation, et plus le système fiscal est efficace. Cependant, ce mécanisme ne fonctionne que si les hausses de taxes sont répercutées par l'industriel sur le consommateur, et que ce dernier est sensible au prix du tabac. Dans le but d'analyser l'impact de ces deux facteurs dans les pays de la CEDEAO, le CRES a entrepris une recherche intitulée « Efficacité des systèmes de taxation des produits du tabac dans les pays membres de la CEDEAO : une approche par l'incidence fiscale ». La présente note de politique rend compte des principaux résultats de la recherche relative à la transmission des hausses des taxes au consommateur des produits du tabac.

MÉTHODOLOGIE

Le prix d'un paquet de cigarettes produit localement est composé du prix de cession par le producteur, des recettes de taxes d'accises, des marges commerciales et des recettes de taxe à la valeur ajoutée (TVA). La répercussion est mesurée par la variation du prix de cession du producteur. Ce prix de cession est composé des coûts de fabrication des cigarettes et de sa marge bénéficiaire. Avec des coûts de fabrication inchangés, la variation de ce prix de cession, suite à une augmentation de la taxe de 1% par exemple, mesure le taux de répercussion de la taxe sur le consommateur. Si ce prix

de cession ne varie pas, la taxe est entièrement répercutée sur le consommateur. S'il diminue, l'industriel n'a transmis au consommateur qu'une partie de l'augmentation de la taxe en réduisant sa marge bénéficiaire. Dans le cas où le prix de cession augmente, l'industriel a non seulement répercuté la totalité de la hausse de la taxe sur le consommateur, mais en a profité pour augmenter sa marge commerciale.

Les relations formelles mesurant le taux de répercussion de la hausse des taxes et la part de la hausse de la taxe supportée par le consommateur sont obtenues à partir des condi-

tions de maximisation du profit de l'industriel.

L'application empirique est faite sur le Sénégal dont le système fiscal sur les produits du tabac est similaire à celui des autres quatorze pays de la CEDEAO. Ainsi, les résultats sont généralisables, dans une large mesure, aux autres pays de cette communauté économique.

Les données proviennent de deux sources : enquête CRES auprès des administrations fiscales des 15 pays de la CEDEAO et de l'Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD).

RESULTATS

Des augmentations de taxes sur-répercutées sur le consommateur...

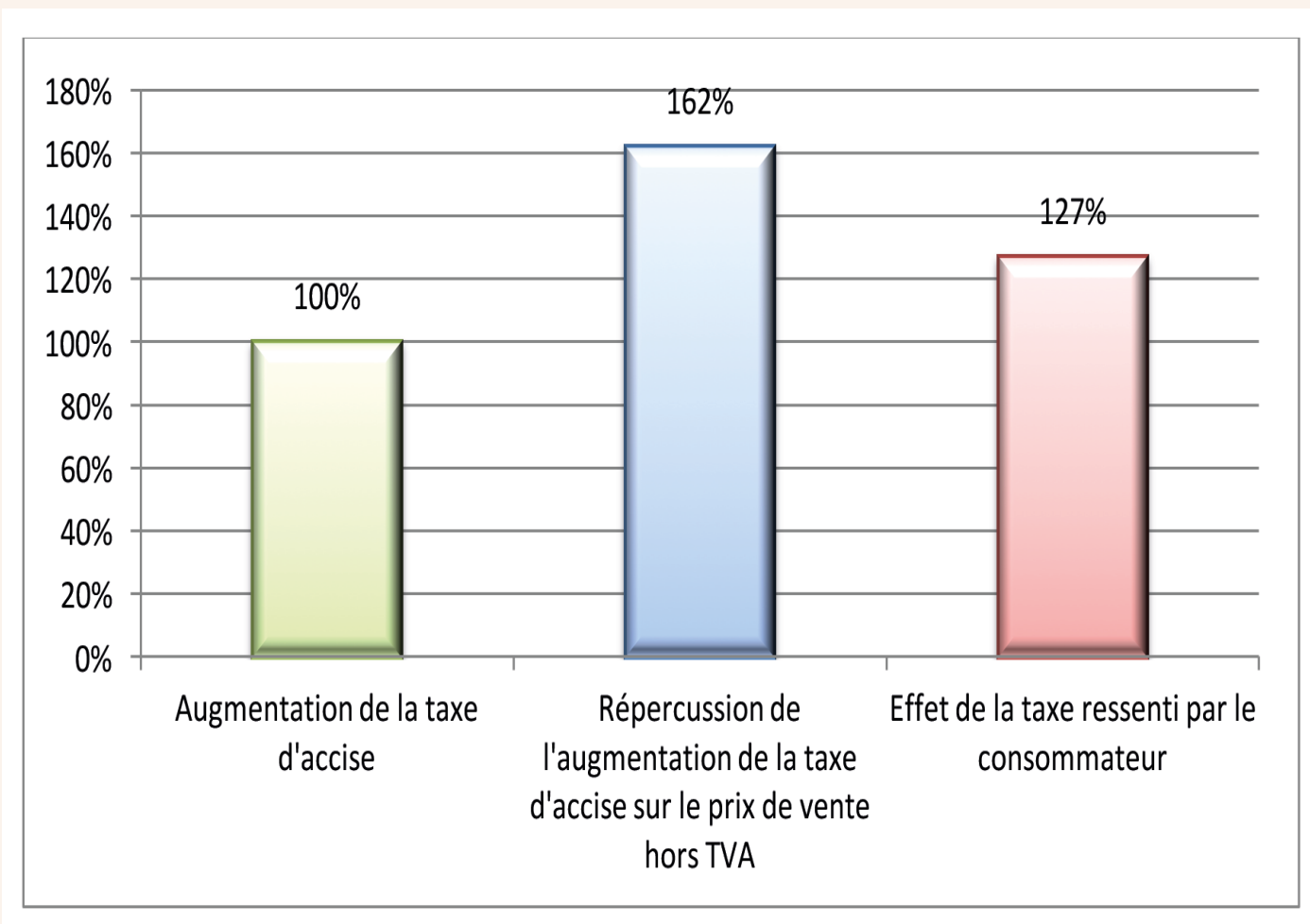
Les résultats figurant dans le graphique ci-dessus montrent que, lorsque les taxes augmentent de 100 FCFA, le prix de cession des produits du tabac aux distributeurs augmente de 162 FCFA. Ainsi, la répercussion est faite de façon plus que

proportionnelle. L'industrie du tabac répercute non seulement la totalité des hausses de taxe sur le consommateur, mais elle profite de cette hausse pour augmenter aussi sa marge bénéficiaire.

... cependant, l'effet de cette répercussion sur le consommateur est amoindri par la non taxation des marges commerciales.

L'augmentation de 162 FCFA du prix de cession de l'industriel se traduira-t-elle par une hausse du prix de vente du paquet de cigarettes de même ampleur ? Les estimations qui ont été faites indiquent que l'effet ressenti par le consommateur de tabac d'un pays de la CEDEAO n'est que de 127%. La taxe étant appliquée sur le prix de ces-

sion, la marge commerciale n'est pas taxée. L'effet initial de la répercussion est amoindri par la présence d'une marge commerciale que la taxe ne frappe pas. Des augmentations de taxes significatives se traduisent par des augmentations de prix peu significatives.



ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS

Un certain nombre d'enseignements et de recommandations peuvent être tirés des résultats de cette recherche, en termes d'implications de politiques de lutte antitabac, dans les pays de la CEDEAO.

Enseignements

Trois principaux enseignements peuvent être retenus de ces résultats.

1. Le premier enseignement concerne la possibilité de l'utilisation des augmentations de taxes pour réduire la consommation des produits du tabac. Lorsqu'il y a une hausse des taxes, on peut craindre que l'industrie veuille maintenir les prix inchangés pour ne pas décourager le consommateur, quitte à prendre en charge une partie de la hausse des taxes. Mais le résultat sur la répercussion montre que non seulement elle fait subir la totalité de la hausse au consommateur, mais elle en profite même pour élargir sa marge bénéficiaire. Cette réaction indique que les hausses de taxes sont efficaces pour augmenter les prix de vente des produits du tabac.
2. Le deuxième enseignement est que l'efficacité des augmentations de taxes peut être améliorée, si les marges commerciales sont taxées. Du fait que les taxes d'accises sur les produits du tabac ont pour base le prix sortie-usine déclaré par le producteur, la marge commerciale n'est pas taxée. Cette composante non taxée du prix réduit l'effet final sur le consommateur d'une augmentation des taxes malgré la sur-réaction de l'industriel à cette hausse de la fiscalité.

Recommandations

Les résultats de cette recherche et les leçons qui en découlent permettent de formuler les recommandations suivantes.

- Augmenter, de façon continue, les taxes d'accises sur les produits du tabac pour avoir une hausse conséquente des prix qui décourage la consommation ;
- Changer la base des taxes d'accises en y incluant les marges commerciales, afin que le consommateur subisse la totalité des répercussions de hausse de taxes. Le prix de vente au détail doit être l'assiette fiscale.

Le Centre de Recherche pour le Développement International (CRDI) a subventionné le Consortium pour la Recherche Economique et Sociale (CRES) pour la seconde phase de son projet de recherche sur la fiscalité des produits du tabac. Cette phase est intitulée « Des solutions fiscales pour une réduction optimale du tabagisme en Afrique de l'Ouest ». L'un des axes de cette phase avait pour objectif de faire le diagnostic de système fiscal que les pays de la CEDEAO appliquent aux produits du tabac.

CRES, Rue 10 Prolongée Cité Iba Ndiaye Djadji
Lots 1 et 2 Pyrotechnie - Dakar Sénégal CP : 12023 - BP : 7988, Dakar Médina
Tél : (221) 33 864 77 57 - (221) 33 864 73 98 - Fax : (221) 33 864 77 58
Email : cres@cres-sn.org - Information : contact@cres-sn.org
Site web : www.cres-sn.org