



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 »



POUVOIR DE MARCHÉ DE L'INDUSTRIE DU TABAC AU SENEGAL

Papa Yona MANE
Abdoulaye DIAGNE

INTRODUCTION

La Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) a adopté, en décembre 2017, une nouvelle directive sur la fiscalité des produits du tabac. Le taux minimal de la taxe ad valorem est désormais fixé à 50 % avec une suppression des restrictions sur le niveau maximal de taux à appliquer. Une taxe spécifique de 0,02 dollars US par tige de cigarettes lui est associée. Ces dispositions devront permettre une réduction de la consommation à travers une augmentation des prix de vente des cigarettes. Cependant, le succès d'une telle réforme dépendra du pouvoir de marché de l'industrie du tabac, c'est-à-dire, sa capacité à décider, ou non, de répercuter les hausses de taxes sur le prix de vente. Afin d'éclairer la prise de décision politique sur ce pouvoir que peut détenir l'industrie du tabac, le CRES a mené une recherche intitulée « Mesure du pouvoir de marché de l'industrie du tabac au Sénégal ». La présente note de politique rapporte les principaux résultats qui en sont sortis.

MÉTHODOLOGIE

Le pouvoir de marché est mesuré en se référant à la situation où les entreprises sont en concurrence, c'est-à-dire que leur nombre est si élevé que chacune ne gagne qu'un profit restreint. Dans ce cas, elles répercutent sur le prix de vente final toute variation de leurs coûts de fabrication, pour ne pas réduire leurs marges bénéficiaires peu élevées. Lorsque les variations de coûts ne se

traduisent pas par des variations de prix, c'est qu'elles ont préféré réduire leurs marges bénéficiaires. Lorsque l'Etat augmente les taxes sur le tabac, les entreprises productrices peuvent décider de considérer les recettes fiscales supplémentaires comme une augmentation de leurs coûts et faire baisser leur profit plutôt que d'augmenter leur prix de vente pour ne pas décourager

le consommateur. Cette capacité à maîtriser les prix pour ne pas faire varier les quantités de cigarettes vendues est mesurée par l'élasticité prix de la demande, c'est-à-dire, la sensibilité de la demande aux variations de prix. La méthode de demande résiduelle est utilisée pour déterminer cette élasticité pour les deux entreprises productrices de tabac au Sénégal.

RESULTATS

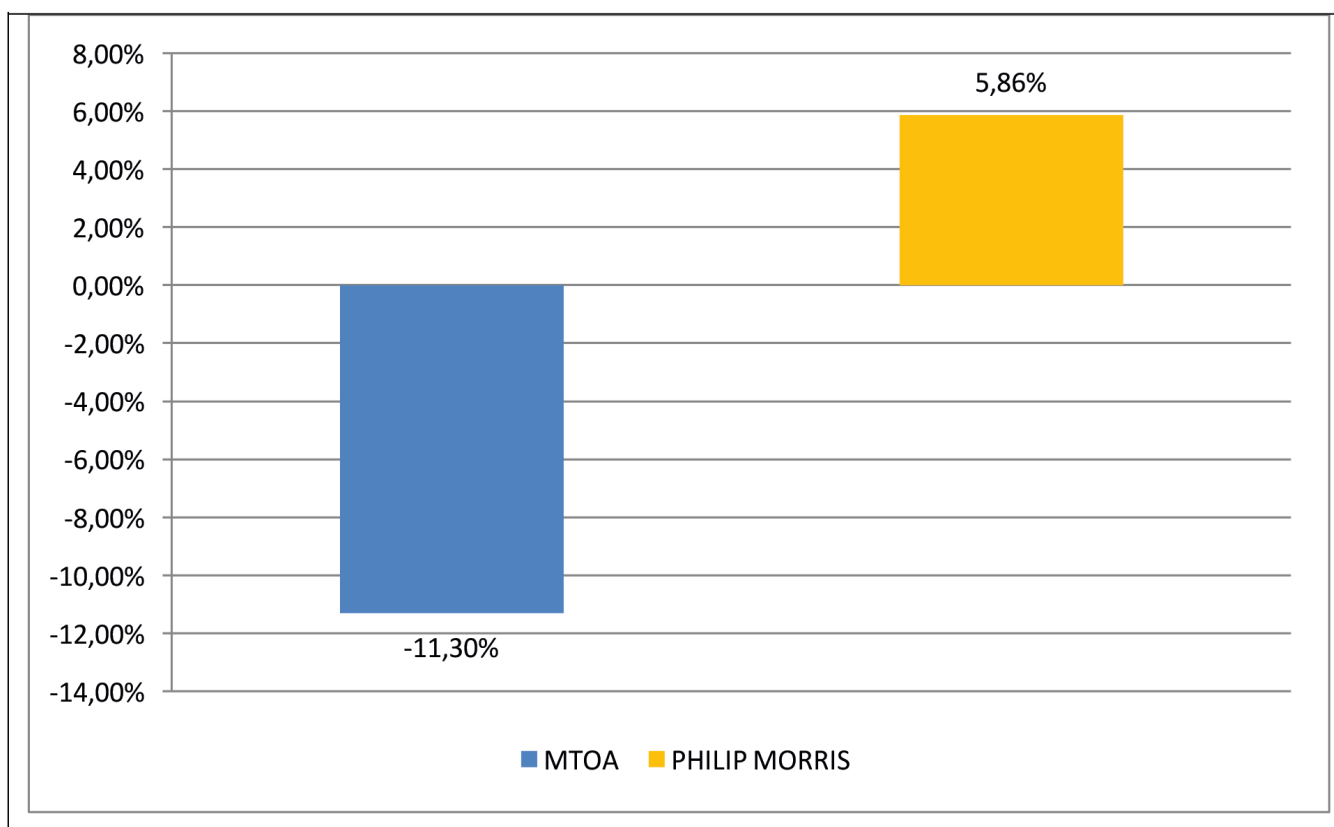
Les données sur les quantités et les prix des cigarettes proviennent de l'Agence Nationale de Démographie et de Statistiques (ANSD) et de la Direction Générale des Impôts et des Douanes (DGID) du Sénégal. Elles couvrent la période 2007-2012.

Les résultats dans le graphique 1 montrent que si on compare la *MTOA* et *Philip Morris* à des entreprises qui évoluent sur un marché de concurrence, on constate qu'elles ont un pouvoir de marché. En effet, si la *MTOA* désire augmenter la demande de ses produits de 1%, elle peut le faire en réduisant son prix de plus de 11% tout en maintenant son profit au niveau qu'aurait obtenu une entreprise en concurrence. Quant à

Phillip Morris, elle a la possibilité même d'augmenter son prix de 6% et de connaître une augmentation de sa demande de 1%.

Les sens opposés de la variation des prix, lorsque la demande augmente, est expliqué par la différence entre les catégories de cigarettes produites vendues par les deux entreprises. En effet, sur la période de l'étude, *Philip Morris* produisait des cigarettes de luxe, alors que la production de *MTOA* était plus orientée vers les cigarettes de catégorie économique. Les cigarettes de luxe sont consommées par des individus moins sensibles aux variations de prix tandis que les cigarettes économiques sont achetées par des consommateurs moins nantis.

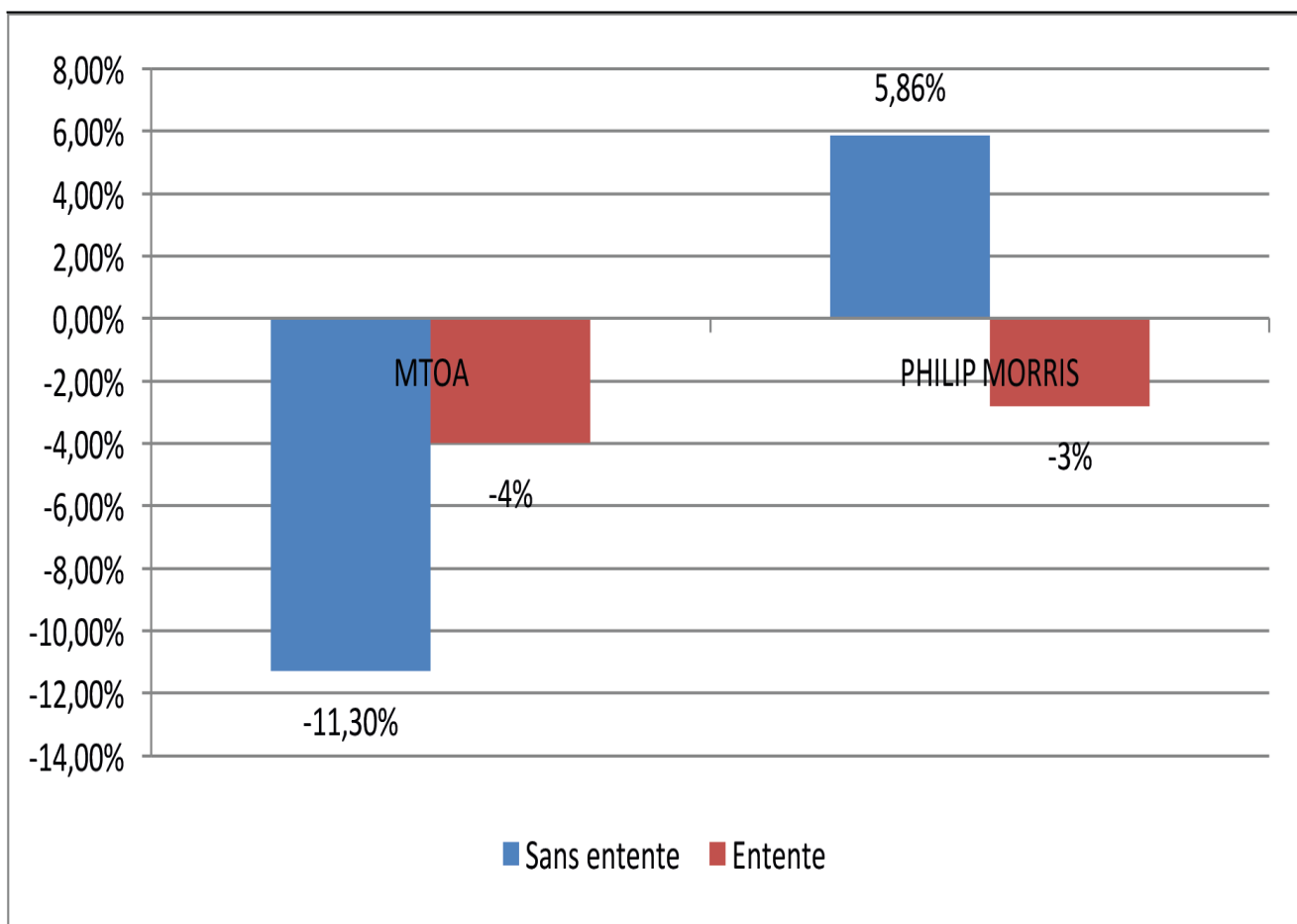
Graphique 1 : Capacité de la *MTOA* et de *Philip Morris* à faire varier le prix à la suite d'une variation de la demande de 1%



Le graphique 2 montre les résultats de l'analyse de la possibilité des deux entreprises à s'entendre pour décider du niveau de prix. Ces résultats prouvent qu'aucune d'elles n'a intérêt à faire une entente pour fixer les prix. En effet, si on compare les résultats obtenus sous l'hypothèse d'une entente à ceux obtenus sans entente, on constate que la *MTOA*, qui avait la capacité de

baisser son niveau de prix jusqu'à 11% lorsque la demande varie de 1%, ne pourra faire baisser ce prix que de 4%. Quant à *Philip Morris*, l'entente ne lui permet que 3% de baisse de prix pour ne pas subir de baisse de profit, lorsque la demande diminue de 1%, alors qu'elle avait la possibilité d'augmenter son prix, suite à une baisse de la demande.

Graphique 2 : Capacité de la MTOA et de Philip Morris à faire varier le prix à la suite d'une variation de la demande de 1% s'il y a entente entre les deux entreprises



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS ET RECOMMANDATIONS

Principaux enseignements

- 1) Le premier enseignement est relatif à la faiblesse du pouvoir de marché des deux manufactures de tabac au Sénégal. On pouvait s'attendre à un pouvoir plus élevé, compte tenu de leur petit nombre et de l'addiction qui caractérise la consommation des cigarettes. En effet, la plus grande capacité à fixer un prix supérieur à celui de concurrence n'est que de 11%. Cette information traduit la possibilité d'utiliser les taxes pour augmenter les prix. Si la manufacture est en face d'une forte augmentation des taxes, elle sera contrainte de les répercuter sur le prix de vente.
- 2) Le second enseignement est que le pouvoir de marché est différent, selon que la manufacture produit des cigarettes de luxe ou qu'elle produit des cigarettes économiques. *Philip Morris* produisant des cigarettes de luxe voit sa demande augmenter lorsque son prix augmente, alors que c'est l'inverse pour la *MTOA* qui produit des cigarettes économiques. Si les taux de taxe appliqués aux cigarettes sont différenciés en fonction de leur catégorie, leurs conséquences seront différentes en termes d'augmentation des prix. Des taxes plus faibles sur les cigarettes économiques donnent des possibilités réelles à l'industrie de ne pas répercuter leur hausse sur les prix de vente.

Recommandations

Les résultats de cette recherche et les enseignements qui en découlent appellent la recommandation ci-après.

- Augmenter sensiblement les taxes sur les produits du tabac pour décourager la consommation compte tenu du fait que le pouvoir de non répercussion des taxes de l'industrie est faible.

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. 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