

**Etude d'évaluation de la fiscalité des boissons alcooliques et
d'orientation stratégique de la politique de santé publique
dans ce domaine**

MA 0600050

Ministère de la Santé et des Solidarités

Direction générale de la santé, sous-direction santé et société, bureau des pra-
tiques addictives

Sous la direction de
Pierre Kopp

juillet 2006

PLAN DU RAPPORT

EXECUTIVE SUMMARY	4
CHAPITRE I – EVOLUTION DE LA CONSOMMATION D’ALCOOL EN FRANCE ET DANS LES PRINCIPAUX PAYS DE L’OCDE	16
I – INTRODUCTION	16
II – LE CAS FRANÇAIS : TENDANCES GENERALES	17
III – LA CONSOMMATION D’ALCOOL DANS LES PAYS DE L’OCDE	29
1 – Amérique du Nord-Asie-Pacifique	29
2 – Pays Nordiques	35
3 – Europe continentale	41
4 – Europe du Sud	48
5 – Synthèse	54
IV – PRIX MOYEN DE L’ALCOOL DANS L’OCDE	56
1 – Amérique du Nord-Asie-Pacifique	56
2 – Pays nordiques	58
3 – Europe continentale	59
4 – Europe du Sud	61
V – LES TAXES SUR L’ALCOOL DANS L’UNION EUROPEENNE	65
1 – Faibles droit d’accise (Grèce, Italie, Espagne, Portugal)	65
2 – Droits d’accise moyens (Pays-Bas, Belgique, France, Allemagne, Autriche)	66
3 – Droits d’accise élevés (Danemark, Finlande, Suède), Royaume-Uni et l’Irlande)	67
4 – Synthèse	68
CHAPITRE II – LES RELATIONS ENTRE LE PRIX ET LA CONSOMMATION D’ALCOOL	71
I – INTRODUCTION	71
II – HISTORIQUE DES MOUVEMENTS DE PRIX ET DE CONSOMMATION	71
1 – Analyse par zone	72
2 – Synthèse	77
III – L’ELASTICITE PRIX DEMANDE	78
1 – Premières estimations	79
2 – Facteurs d’hétérogénéité	81
3 – Les conséquences de l’addiction	89

CHAPITRE III – L’INTERVENTION PUBLIQUE	92
I – INTRODUCTION	92
II – FONDEMENTS DE L’INTERVENTION PUBLIQUES	92
1 – La rationalité limitée des buveurs et l’intervention publique	94
2 – L’optimum social	96
3 – L’objectif de consommation zéro	98
4 – Le montant optimal de la taxe sur l’alcool	100
5 – Problèmes de redistribution	102
III – EFFICACITE ET EQUITÉ DE LA TAXATION	103
1 – La taxation : un instrument approximatif	103
2 – Quel niveau de taxe ?	104
 CHAPITRE V – LES EFFETS DE LA POLITIQUE FRANÇAISE DE TAXATION	 106
I – INTRODUCTION	106
II – LES DONNÉES	106
1 – Sources	106
2 – Micro-simulation d’une réforme	108
III – DESCRIPTION ANALYTIQUE D’UNE RÉFORME	113
1 – Les effets prix et quantités	113
IV – IMPACT ÉCONOMIQUE DES CHOCs FISCAUX	115
1 – Les simulations	115
2 – Les résultats	116
V – ÉVALUATION DE L’IMPACT DE LA FISCALITÉ SUR LA MORBIDITÉ	 122
VI – CONCLUSION	Erreur ! Signet non défini.
CONCLUSION DU RAPPORT	125
BIBLIOGRAPHIE	125

EXECUTIVE SUMMARY

Le premier chapitre du rapport est consacré à l'étude de l'évolution de la consommation et des prix de l'alcool en France et dans les pays de l'OCDE.

En France, on recense 13,1 millions de buveurs réguliers en 2003 chez les 12 - 75 ans. Les consommations problématiques (plus de 3 verres par jour pour les hommes et 2 verres pour les femmes selon l'Organisation mondiale de la santé) sont estimés à 4 millions de personnes (13% des hommes et 4% des femmes de 12 à 75 ans)

On observe une baisse de la consommation d'alcool, depuis les années 60, baisse qui s'accélère à partir des années 80. Simultanément, le chiffre d'affaires du secteur a augmenté, pour atteindre 14 milliards d'euros en 2004. Ceci s'explique par une lente augmentation du prix de l'alcool. L'augmentation des droits d'accises entre 1988 et 2004 par litre d'alcool est nette. En 1988, un litre d'alcool pur supportait 2,44 euros en moyenne et 4,18 en 2002. En revanche, exprimé en proportion, la part des taxes dans le prix d'alcool est à peu près constante et correspond 1/5 du prix, alors que le tabac est taxé à 50%. Parmi les boissons alcoolisées, le vin demeure la boisson proportionnellement la moins taxée.

L'Europe du Sud consomme nettement moins de vin et plus de bières tandis que les autres zones (Amérique du Nord-Asie-Pacifique, Europe du Nord et Europe continentale) consomment moins de bière et plus de vin. Dans tous les pays la part des spiritueux décroît.

Un français de 15 ans et plus détenait, en 1964, le record de consommation annuelle d'alcool avec 23,7 litres d'alcool pur. On peut remarquer que, parmi les cinq premiers du classement de la même année 64, quatre pays de l'Europe du Sud sont présents (France, Portugal, Italie, Espagne), l'Allemagne s'intercalant entre l'Italie et l'Espagne. Viennent ensuite les pays de l'Europe continentale (Allemagne, Suisse, Luxembourg, Autriche et Belgique), la Nouvelle-Zélande et l'Australie s'intercalant entre l'Autriche et la Belgique. En queue de classement (excepté la Turquie) on retrouve plutôt une prédominance des pays nordiques (Finlande, Norvège, Islande et Suède) qui occupent quatre des sept dernières places.

Comparativement à 1964, l'année 2003 montre qu'une homogénéisation des pratiques de consommation a eu lieu sur un fond de baisse de la consommation moyenne pondérée par la population. Hors Turquie, l'écart de consommation entre le dernier (Finlande avec 3 litres d'alcool pur) et le premier (France avec 23,7 litres d'alcool pur) était de 679,46% en 1964. En 2003, cet écart n'était plus que de 180,7%, le Luxembourg étant en tête avec 15,4 litres d'alcool pur consommé par habitant de 15 ans et plus, la Norvège fermant la marche avec 5,5 litres d'alcool pur. Si les pays nordiques restent en queue de classement (Norvège, Suède et Islande), certains pays comme la Finlande bondit dans le classement passant de l'avant-dernière place à la treizième place sur vingt-quatre pays composant le panel. De la même manière, certains pays reculent de manière importante dans le classement comme, par exemple, l'Italie qui passe de la troisième place à la dix-neuvième place. Globalement, les pays du sud reculent, puisqu'en plus de l'Italie, la France, le Portugal et l'Espagne occupent respectivement la sixième, septième et huitième place du classement.

Concernant les dépenses de consommation, il est frappant de constater que l'Europe du Sud est la zone qui dépense globalement le moins en alcool, alors que ces pays semblent être les plus gros consommateurs. Au total, quatre pays sur cinq dépensent moins de 150 euros par individu de 15 ans et plus par an. En fait, un français de 15 ans et plus dépense le plus dans cette zone avec 292,01 euros en 2003, contre seulement 49,73 euros en 1970, soit une progression de 487,20% de sa dépense.

Cette faiblesse des dépenses en consommation d'alcool couplée à une relativement forte consommation d'alcool traduit forcément une faiblesse des prix moyens du litre d'alcool pur. Ainsi, avec un prix moyen de 25,4 euros en 2003, la France pourrait se classer parmi les pays les moins chers de la zone Europe du Nord (continentale) juste au-dessus des Pays-Bas (24,4 euros en 2003). Or, la France est le pays disposant du prix moyen le plus élevé dans la zone Europe du Sud, alors que la zone Europe continentale était jusqu'à présent celle dont les prix étaient les plus bas. Ainsi, avec des prix de l'ordre de 8,4 euros en moyenne pour l'Espagne en 2001, de 12,3 euros pour le Portugal en 2003, de 12,7 euros pour la Grèce en 2003 et de 14,2 euros pour l'Italie la même année, on comprend que ces prix sont extrêmement éloignés des standards des pays nordiques proches des 70 à 100 euros, des pays nord-américains ou du Pacifique proches des 30 à 40 euros et des pays du second groupe de l'Europe du Nord proches des 25 à 35 euros. Ainsi, l'importance de la consommation des

pays du sud de l'Europe constatée au milieu des années 60 s'expliquerait par des prix très faibles, l'Italie ayant un prix moyen de 0,9 euros le litre d'alcool pur en 1970, alors que la France disposait d'un prix de 2,3 euros la même année.

Afin de décrire les différences de fiscalité sur l'alcool, il est intéressant de classer les pays par niveau de droits d'accises par litre d'alcool pur.

On constate que le pays disposant du montant d'accises le plus faible par litre d'alcool pur est l'Italie avec seulement 1,7 euros en 2001. La Grèce, est le pays de cette zone où les droits d'accises par litre d'alcool pur deviennent les plus élevés : 3,3 euros en 2002. Juste derrière se trouvent l'Espagne avec 3 euros en 2002 (soit x2,65 par rapport à 1988) et le Portugal avec 2,2 euros par litre d'alcool pur (soit x5,18 par rapport à 1988). D'un autre côté, les pays à accises intermédiaires se situent avec des montants par litre d'alcool pur compris entre 4 et 7,5 euros en 2002. Dans cette zone, l'Allemagne dispose des accises par litre d'alcool pur les plus faibles avec 4 euros, alors qu'aux Pays-Bas celles-ci atteignent 7,5 euros. La France, avec 4,2 euros par litre d'alcool pur se situe juste devant l'Allemagne, mais derrière l'Autriche (4,5 euros), le Luxembourg (5,9 euros) et la Belgique (6,3 euros). Il faut également noter que ces pays disposaient déjà de niveaux d'accises moyens en 1988.

Les pays à forts niveaux d'accises par litre d'alcool pur, quant à eux, évoluent dans des zones supérieures à 10 euros (11,4 euros pour le Danemark) et atteignent, au maximum, 33,5 euros (Finlande). Entre ces deux pays, on retrouve le Royaume-Uni dont les accises par litre d'alcool pur s'élèvent à 18,1 euros, à 22,6 euros pour l'Irlande et à 28,5 euros pour la Suède. Comme pour les autres zones, ces niveaux d'accises, en valeur, sont historiquement élevés.

Toutefois, cette description en valeur ne permet pas d'appréhender parfaitement la structure de la fiscalité sur l'alcool entre ces différents pays de l'Union Européenne. Ne disposant pas des recettes de la TVA, il est néanmoins possible de traduire le poids des accises dans le prix moyen d'un litre d'alcool pur.

On s'aperçoit que les accises représentent, au minimum, 9,25% du prix moyen d'un litre d'alcool pur au Luxembourg (les 90,75% restant étant composés de la TVA et du prix hors taxes), pour atteindre 65,74% au Royaume-Uni. De même, il faut noter que pour huit pays sur quinze, les ac-

cises représentent moins de 30% du prix moyen, la moyenne européenne étant à 30,73%. Comparativement au tabac, on peut finalement noter que les droits d'accises sur l'alcool sont très nettement inférieurs.

La relation qu'entretiennent le prix et le niveau de la consommation d'alcool est déterminante. L'idée que l'augmentation du prix déclenche une baisse de la consommation constitue la racine des politiques de taxation de l'alcool. Les études qui tentent d'identifier la nature et l'ampleur de la sensibilité du consommateur au prix de l'alcool sont nombreuses mais divergent quant aux résultats auxquels elles aboutissent. L'amplitude des variations du niveau de consommation d'alcool engendrées par l'augmentation des prix est donc difficiles à anticiper.

Le second chapitre s'intéresse au lien existant entre le prix de l'alcool et le niveau de consommation. À l'exception de l'Australie, de l'Allemagne, de l'Autriche et, dans une moindre mesure, de la Belgique et des Etats-Unis et du Canada jusqu'à la fin des années 90, la relation inverse entre les prix et la quantité ne se vérifie pas. Cette relation n'apparaît clairement que dans les pays de l'Europe du Sud. Toutefois, le fait que nous constatons, dans certains pays, une augmentation de la consommation suite à une hausse des prix, ne signifie pas que la théorie classique prédisant l'effet inverse, soit prise en défaut. Plusieurs facteurs peuvent venir obscurcir les choses (« effet population », « effet revenu », modification des modes de consommations, changement des variables institutionnelles). La simple observation du couple prix-quantité ne suffit pas à définir la nature de la relation qu'ils entretiennent. Les études économétriques tentent de purger l'observation de l'impact de facteurs parasites.

La théorie économique considère généralement que la quantité consommée d'un bien décroît avec l'augmentation de son prix. L'élasticité de la demande au prix est donc négative. Lorsque l'élasticité vaut -1, une augmentation du prix de 10%, par exemple, entraîne une baisse de la consommation du même pourcentage. Certains biens sont caractérisés par une faible élasticité, c'est-à-dire comprise entre -1 et 0, ce qui traduit le fait que les consommateurs ne peuvent pas reporter leur consommation vers d'autres biens substitués. Inversement, lorsque l'élasticité est forte, c'est-à-dire inférieure à -1, une petite variation positive des prix engendre une importante diminution de la consommation.

Les élasticités calculées par les différentes équipes de chercheurs varient entre $-0,80$ et -2 , pour les alcools ; $-0,64$ et $0,61$, pour le vin, entre $-0,25$ et $+0,24$ pour la bière, et enfin entre $-0,5$ et $-1,6$ pour tous les types de boissons (Cook, 1981 ; Cook et Tauchen, 1982 ; Duffy, 1983 ; Hegarty et Elzinga, 1972 ; Johnson et Oksanen 1977 ; Levy et Sheflin, 1983, 1985 ; McGuinness, 1980 ; Niskanen, 1962 ; Ornstein et Levy, 1983 ; Uri, 1986). Certains auteurs ont distingué l'élasticité de consommation (i.e. l'impact du prix sur la consommation des buveurs) et l'élasticité de participation (i.e. l'impact du prix sur l'entrée en consommation des jeunes).

Selon Manning, Blumberg et Moulton (1995), la forte hétérogénéité des résultats obtenus tient à une série de problèmes économétriques classiques et doit conduire à préférer les études en données de panel. Dans cette veine, une étude française menée par Boizot (2000) s'attache à rendre compte des déterminants du type de boissons alcoolisées consommées par les ménages. Elle révèle que la répartition des types de boissons suit la division des catégories socio - professionnelles, repérées par le niveau d'études effectuées par le chef de famille. Les élasticités prix directes compensées (c'est-à-dire à pouvoir d'achat constant) sont toutes négatives, ce qui est conforme à la théorie. Les vins de consommation courante ont, en valeur absolue, une élasticité-prix proche de l'unité. Ceci signifie que la diminution de la quantité achetée de vin ordinaire est proportionnelle à l'augmentation de son prix. Les autres boissons sont caractérisées par une élasticité prix, en valeur absolue, inférieure à 1.

Wilard, Manning, Blumberg, Moulton (1995), s'attachent à montrer que les « gros » comme les « petits » consommateurs d'alcool sont moins sensibles aux prix que les consommateurs modérés. Ces auteurs soulignent que l'élasticité de la demande par rapport au prix serait parfaitement nulle pour les très fortes consommations. Retenant la fréquence de consommation comme paramètre d'inclusion, Kenkel (1993) relève que les « gros » consommateurs sont moins sensibles aux prix à court terme que les autres types de consommateurs. Il souligne qu'une partie des consommateurs les plus dépendants serait absolument insensible au prix de l'alcool. Cook et Tauchen (1982) font du développement de la pathologie « cirrhose » le critère d'inclusion dans la classe des « gros » buveurs. Selon leur étude, une augmentation du prix de l'alcool diminue, à la fois la consommation d'alcool totale et le taux de mortalité par cirrhose. L'estimation de l'élasticité-prix, (dite de participation, mesure l'impact du prix sur la consommation d'individus) qui commencent à

boire, est évaluée à $-0,55$. La réponse conditionnelle, (i.e. l'impact du prix sur la consommation de ceux qui boivent déjà) est de $-0,25$. En d'autres termes, les petits consommateurs et les consommateurs modérés sont plus sensibles aux variations du prix de l'alcool que les grands consommateurs. Autre information fournie par les auteurs, pour les 5% des consommations les plus importantes, l'élasticité prix n'est pas significativement différente de 0. Ces mêmes 5% consomment 36% de la consommation totale d'alcool et 10 % des consommateurs les plus importants absorbe 51% de l'alcool disponible. Ainsi, l'élasticité prix est faible pour les individus qui consomment plus de la moitié de l'alcool vendu. Grossman, Sindelar, Mullahy et Anderson (1993) montrent, que les gros buveurs réduisent leur consommation de façon très significative quand l'alcool devient cher.

Grossman, M., F. J. Chaloupka, H. Saffer A. Laixuthai (1993) ont montré l'augmentation du prix de la bière engendre une réduction substantielle de la fréquence de la consommation d'alcool parmi les jeunes et en particulier celle de la consommation abusive. Cette conclusion est partagée par de nombreux auteurs Chaloupka, (1993, 1998), Cook et Moore, (1993, 1996) Phelps, (1993), Kenkel et Manning (1996). Toutefois, une étude de Chaloupka et Wechsler (1996) indique que les élèves des collèges sont, certes sensibles au prix de l'alcool, mais moins que les autres groupes de la population. Cette sensibilité au prix est, par ailleurs, moins marquée pour la bière que pour les autres boissons alcoolisées (Nelson, 1993, 1997). Dee (1999) montre également que les taxes sur la bière ont relativement peu d'effet sur la consommation des jeunes.

Confronté à une augmentation du prix d'une boisson le consommateur peut décider de reporter sa consommation vers une autre boisson alcoolisée. Certains auteurs montrent que l'alcool et la marijuana sont des substituts (Chaloupka et Laixuthai, 1994). Par conséquent, une augmentation du prix de l'alcool pourrait conduire au remplacement de l'alcool par des drogues illégales (Chaloupka et Laixuthai, 1992) et (Di Nardo et Lemieux, 1992).

Le fait que l'alcool soit une boisson addictive engendre une relation particulière entre le niveau des prix et le niveau de consommation. Premièrement, bien que dépendants, les consommateurs d'alcool sont sensibles aux incitations. L'augmentation du prix constitue une incitation majeure, pour un individu, à diminuer sa consommation. La demande est élastique au prix. L'élasticité de long terme est plus forte que l'élasticité de court terme, les individus sont donc sensibles aux politiques qui apparaissent comme des-

tinées à durer. Deuxièmement, l'addiction est porteuse de deux mécanismes : la « dépendance » d'une part, qui fait que la consommation passée augmente la valeur future de l'alcool (relativement aux autres biens) et pousse les individus à consacrer une part croissante de leur revenu à l'alcool, l'« accoutumance » d'autre part, qui conduit les individus à consommer des doses croissantes afin d'obtenir un effet constant. Troisièmement, les consommateurs d'alcool sont caractérisés par un taux de dépréciation pour le futur plus important que la moyenne. Quatrièmement, la dépréciation du futur prend probablement la forme d'une dépréciation hyperbolique. L'effet du prix sur la consommation qui devrait venir limiter la consommation peut donc être bloqué par le caractère limité de la rationalité du consommateur d'alcool. Cinquièmement, l'initiation à la consommation abusive d'alcool est souvent provoquée par un tiers ou par un groupe et ultérieurement regrettée. Sixièmement, il faut distinguer la consommation de la demande : celle-ci n'est pas une quantité, comme la consommation, mais une relation entre le prix et la consommation. Le jeu de la dépendance et de l'accoutumance engendre un puissant effet de feed back sur la demande. Septièmement, le caractère épidémique de la demande d'alcool tient au fait que les consommateurs tentent de recruter de nouveaux consommateurs.

Le troisième chapitre discute le bien fondé de l'intervention publique. En présence d'externalités, le marché est inefficace. Or, l'ampleur de ces dernières dépend étroitement du degré de rationalité qui est prêtée au buveur. Les théoriciens de l'addiction rationnelle (Becker et Murphy, 1988) défendent une conception restrictive des externalités de l'alcool et recommandent une intervention limitée à la seule correction des conséquences de l'alcool pour les tiers. À l'opposé, les tenants de l'approche dite de « santé publique » comprennent dans les externalités toutes les conséquences négatives de l'alcool et sont favorables à une intervention publique permettant d'approcher la consommation zéro. Les avocats du caractère « limité » de la rationalité du consommateur (Gruber et Koszegi, 2004) défendent une position intermédiaire où l'intervention publique doit corriger non seulement le coût de l'alcool pour les tiers mais aussi celui d'une fraction importante des maladies que le buveur s'inflige.

L'alcool impose des externalités à la collectivité. Il convient de corriger ces externalités afin de permettre à la société d'atteindre un optimum social. Un tel optimum est atteint avec une consommation d'alcool plus faible que celle qui s'établit sur un marché libre. Les tenants de l'approche dite de « santé publique » considèrent que

presque toute consommation d'alcool est dangereuse pour la santé et recommandent de mettre en œuvre une politique publique permettant d'atteindre le niveau de consommation le plus faible. Rien ne prouve pourtant qu'une très faible consommation engendre moins d'utilité qu'elle ne crée d'externalités. Ni d'ailleurs le contraire. On touche ici une question complexe, celle du lien entre le niveau de consommation et celui des externalités.

En réalité, il n'existe pas de corrélation parfaite entre les nuisances causées par l'alcool et les quantités consommées. Pour des raisons de simplicité, la politique publique centre son message sur la quantité d'alcool consommée car les décideurs publics considèrent qu'une communication trop sophistiquée pourrait valoriser l'alcool. Bref, réduire la consommation moyenne d'alcool semble un objectif plus simple à atteindre que celui de réduire la consommation d'alcool effectivement porteuse de conséquences négatives. Cet objectif est sans doute réaliste et conduit à choisir un niveau de taxation de l'alcool qui, nous le verrons engendre, des inégalités entre les catégories de consommateurs d'alcool.

La théorie économique recommande de lever une taxe qui ramène la consommation à son niveau optimal et améliore l'efficacité en épargnant des ressources (années de vies et argent). La taxation est dite optimale lorsqu'elle permet d'atteindre le bien-être collectif maximal.

Le montant de la taxe dépend donc directement du niveau du coût externe de l'alcool. L'opposition entre théoriciens de « l'addiction rationnelle » et tenants de la « rationalité limitée » prend alors toute sa portée, en matière de décision publique. Si l'on considère que les seuls coûts externes sont ceux provoqués par les conséquences pour les tiers, la courbe C_e sera moins pentue et la taxe optimale sera faible. En revanche, si l'on considère qu'une fraction importante du coût des conséquences, pour le consommateur, du fait de boire est une internalité et doit être traité comme une externalité, alors la taxe optimale sera élevée. Plus la rationalité du consommateur est limitée, i.e sa dépréciation du futur est fortement hyperbolique, plus la taxe doit être forte.

La consommation d'alcool pose deux types de problèmes assez distincts à la collectivité. D'une part, un problème d'efficacité que nous venons d'évoquer. En présence d'externalité, le marché est inefficace. D'autre part, un problème de redistribution. L'équilibre du système de santé, celui des retraites et l'alignement des salaires sur la productivité marginale sont affectés par la présence

des buveurs. Le problème d'efficience se règle par l'intervention publique et la taxation, tandis que le problème de redistributions se gère par le marché ou par la solidarité.

Pour les partisans de l'addiction rationnelle, les externalités qu'il convient de corriger ne sont pas considérables¹. La correction du problème d'efficience posé par l'alcool justifie un niveau de taxe généralement inférieur à celui pratiqué. En revanche, le problème de redistribution est majeur. Le coût des soins des maladies des buveurs, le coût pour les entreprises de leur absentéisme plus élevé (du fait de leurs maladies), leur impact sur l'équilibre des retraites devraient être pris en charge par les buveurs. La collectivité doit facturer directement le coût des soins, en instaurant un système de surprime. De même, le marché doit refléter, par la différenciation des niveaux de salaires, la productivité plus faible des buveurs. Enfin, les primes des cotisations de retraites devraient prendre en compte le caractère prématuré du décès des buveurs.

Les recommandations de politique publique des partisans de l'approche de santé publique sont peu explicites, mais convergent pour justifier une taxation importante permettant de ramener la consommation vers un très bas niveau. La consommation réduite éliminerait presque tout le coût social de l'alcool et résoudrait les problèmes d'efficience. Cette approche suggère de régler les problèmes de redistribution (équilibre des régimes de retraite et de santé) par la solidarité. Elle est favorable à des régimes sociaux qui ne répercutent pas sur les individus le coût de leur couverture sociale.

L'analyse qui fait de la rationalité limitée du buveur la justification d'une intervention publique importante n'aborde pas explicitement les problèmes de redistribution. Ces derniers sont résiduels dans la mesure où la position de la barrière qui sépare les externalités (classiques et internalités) du coût privé, dépend du degré d'hyperbolisme prêté à la dépréciation du futur par les buveurs. L'impact des buveurs sur la redistribution peut alors être réglé, à la Becker, par le marché ou par un système mutualisant les risques. La question mériterait d'être examinée en détail par les développements futurs de cette littérature.

¹ En France, les externalités pures (au sens de Becker) ne représentent que 8 % du coût social total calculé selon la méthode *Cost of Illness* (Kopp et Fénoglio, 2004)

Le niveau des externalités engendrées par l'alcool est affecté par plusieurs variables, la quantité d'alcool, mais également les conditions de la consommation, la fréquence et le comportement associé, pour ne citer que les plus importants. Il conviendrait donc que chaque consommateur, à chaque consommation, soit taxé en fonction des conséquences négatives qu'il engendre. Différencier les taxes en fonction des conséquences de la consommation est impossible à mettre en œuvre. D'abord, par ce que la relation dose-effet qui caractérise l'alcool est mal connue, qu'elle varie selon les individus et les circonstances. Taxer l'alcool est donc une politique approximative, efficace, mais non dépourvue d'injustice. Le *trade off* entre efficacité et injustice dépend du rapport entre le nombre de consommateurs à problème et le nombre de consommateur sans problèmes. Un tel ratio est délicat à établir.

Il convient donc de mettre en place une taxation qui soit optimale, au sens qu'elle minimise le coût social, mais inéquitable, puisque certains payent trop au regard de leur comportement et d'autres pas assez. Les décideurs publics ont été dans ce sens et ont opté pour une politique visant la réduction de la consommation moyenne par habitant. Les Etats-Unis, comme la France, se sont engagés dans des politiques de lutte contre l'alcool par les prix, en pratiquant une taxation indifférenciée de l'alcool. Quel que soit le profil du consommateur, il doit acquitter une taxe identique.

Pogue et Sgontz (1989) puis Saffer et Chaloupka (1992) estiment que la taxe optimale sur l'alcool en 1991, aux Etats-unis aurait du être de 79 dollars par gallon d'alcool. Ces études se basent sur l'estimation du coût externe réalisée par Harwood et al. (1984). Sur la base des mêmes coûts, Manning et al (1989, 91) et Blumberg (1992) obtiennent une taxe optimale de 73 dollar par gallon. Quoique ces études examinent des estimations différentes de coûts de l'abus d'alcool, tous concluent que la taxe optimale devraient être significativement plus élevée que la taxe en vigueur qui s'élève à 35 dollars par gallon d'alcool.

Il règne un certain consensus sur le caractère insuffisant de l'augmentation des taux de taxe sur l'alcool depuis l'introduction de la législation de 1951, aux Etats-unis. En effet, les taux n'ont pas été indexés sur l'inflation, de sorte que les prix réels ont baissé, pour l'ensemble des boissons alcoolisées. Les taux de taxe – autant d'ailleurs sur les cigarettes que sur l'alcool – ont été en effet stables en termes nominaux pour une longue période.

Selon Grossman, Sindelar, Mullahy, Anderson (1993), la taxe sur l'alcool aurait dû être 75% plus élevée et celui sur la bière, 162% plus élevé, pour maintenir leurs valeurs réelles de 1951. Pour Saffer, Grossman et Chaloupka (1993), une politique indexant les taxes sur la bière au taux d'inflation aurait sauvé approximativement 5.000 vies par an dont environ 1.700 jeunes âgés de 18 à 21 ans, entre 1975 et 1981. Ils estiment, de la même façon que cela aurait pu avoir un effet beaucoup plus important encore dans les années 80 où 1.660 vies par année auraient pu être sauvées.

Le quatrième chapitre teste l'impact de mesure fiscale sur la consommation d'alcool, la mortalité, la morbidité associées. Les simulations brutes (année 2000)

Nous avons ensuite procédé à un calage des simulations sur 2004. Une hausse de 10% des droits d'accises sur tous les alcools ne réduit la consommation globale d'alcool pur que de 1,26%, la consommation par personne passant de 13,87 litres par an actuellement à 13,69 litres, soit une baisse limitée de moins de 0,2 litre par an et par personne. Un tel choc fiscal permet cependant d'engranger près de 250 millions d'euros de recettes fiscales supplémentaires. Une augmentation des taxes de 30% permet quant à elle de ramener la consommation d'alcool pur à 13,36 litres par an et par personne, soit une baisse plus sensible d'environ $\frac{1}{2}$ litre par personne et par an ; le gain fiscal est alors de plus de 700 millions d'euros.

Il est intéressant de comparer ces résultats avec les cents objectifs annexés à la loi de santé publique du 9 août 2004 qui prévoient notamment en ce qui concerne l'alcool de diminuer la consommation annuelle moyenne d'alcool par habitant de 20% pour passer de 10,7 litre par an et par habitant en 1999 à 8,5 litres d'ici à 2008. Ramené en termes de litres d'alcool pur par personne de 15 ans et plus, l'objectif affiché par la loi de santé publique est donc de passer de 15,1 litres par personne en 1999 - chiffre de la série fournie par l'INSEE pour l'année 1999 (cf. note supra) - à 12,08 litres en 2008 ce qui correspond bien à une baisse de 20% de la consommation.

Il apparaît que le choc fiscal permettant de converger immédiatement vers la cible de 12,08 litres, est politiquement inaccessible puisque nettement supérieur à +100%. Une hausse, immédiate et limitée, de 30% de la fiscalité sur l'alcool, si elle ne permettrait pas d'atteindre immédiatement l'objectif affiché, permettrait cependant, en impulsant une baisse nette de plus de 100 millions par an de la consommation d'alcool pur - soit un saut de 13,87 li-

tres actuellement à 13,36 litres par personnes de 15 ans et plus – de se positionner pour être en mesure de l'atteindre dans un délai relativement raisonnable.

Nous proposons pour conclure une évaluation des conséquences en termes de réduction de la mortalité des différents chocs fiscaux. En France, 23000 décès sont directement imputables à l'alcool par an dont 18388 chez les hommes et 4722 chez les femmes. Une hausse de 10% des droits d'accises sur les alcools, engendre une baisse limitée de 1,26% de la consommation annuelle d'alcool pur qui permet d'éviter environ 384 décès par an, soit un gain annuel de 630 millions d'euros correspondant à un gain actualisé de 11 milliards d'euros.

CHAPITRE I — EVOLUTION DE LA CONSOMMATION D'ALCOOL EN FRANCE ET DANS LES PRINCIPAUX PAYS DE L'OCDE

I — INTRODUCTION

Mesurer et analyser la consommation d'alcool et son évolution se révèlent être des tâches complexes. En effet, outre le problème de l'obtention des données en séries longues sur les niveaux de consommation au sein d'une population donnée, plusieurs facteurs peuvent, *a priori*, influencer le comportement de consommation des boissons alcoolisées de la population étudiée. Bien évidemment, les prix pratiqués semblent constituer un des facteurs majeurs dans l'explication de l'évolution de la consommation d'alcool. Cependant, la publicité (ou l'absence de publicité) sur ces produits doit, à n'en pas douter, jouer un rôle important. De même, ce que nous nommons la pression sociale (législation, sensibilisation de l'opinion sur les méfaits de l'alcool par une information diffusée sur tous types de médias, etc.) constitue un vecteur apparemment puissant pour modifier les habitudes alcooliques. Enfin, des causes plus socio-économiques, comme le taux d'activité des femmes, ne sont pas à laisser hors du champs de l'analyse.

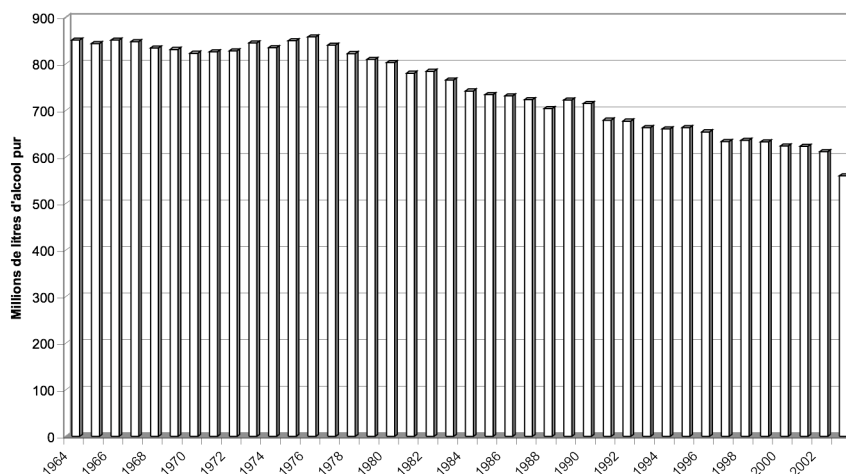
Ce chapitre est consacré à dresser un panorama de la consommation d'alcool en France et dans les principaux pays de l'OCDE, en se focalisant sur le rôle des prix et, en conséquence, des taxes sur l'alcool. Nous examinons successivement le cas français, en décrivant les tendances générales observables en longues périodes, en termes de consommation, de prix et de fiscalité. Puis nous esquissons une comparaison de l'évolution de la consommation au sein des principaux pays de l'OCDE. Pour expliquer ces différentes tendances au niveau international, nous étudions ensuite l'évolution des prix de l'alcool dans ces pays, avant d'analyser l'évolution des taxes au sein de l'Union Européenne.

II — LE CAS FRANÇAIS : TENDANCES GÉNÉRALES

En France, on recense 13,1 millions de buveurs réguliers en 2003 chez les 12 - 75 ans. Les consommations problématiques (plus de 3 verres par jour pour les hommes et 2 verres pour les femmes selon l'Organisation mondiale de la santé) sont estimés à 4 millions de personnes (13% des hommes et 4% des femmes de 12 à 75 ans).

La consommation totale d'alcool en France s'est élevée, en 2003, à 559,7 millions de litres d'alcool pur, alors que celle-ci atteignait 850,8 millions de litres d'alcool pur en 1964 (soit une baisse de 34,20% sur l'ensemble de la période). Le profil de la consommation totale peut se décomposer en deux phases : une phase de relative stabilité entre 1964 et 1976 (avec une très légère hausse sur cette période de 0,83%) caractérisée par une tendance de lente décroissance puis de faible croissance de la consommation ; une phase de baisse régulière et sensible de la consommation depuis 1977 malgré quelques hausses observables sur certaines années disséminées sur la période 1977-2003.

Graphique 1 — Evolution de la consommation totale d'alcool en France



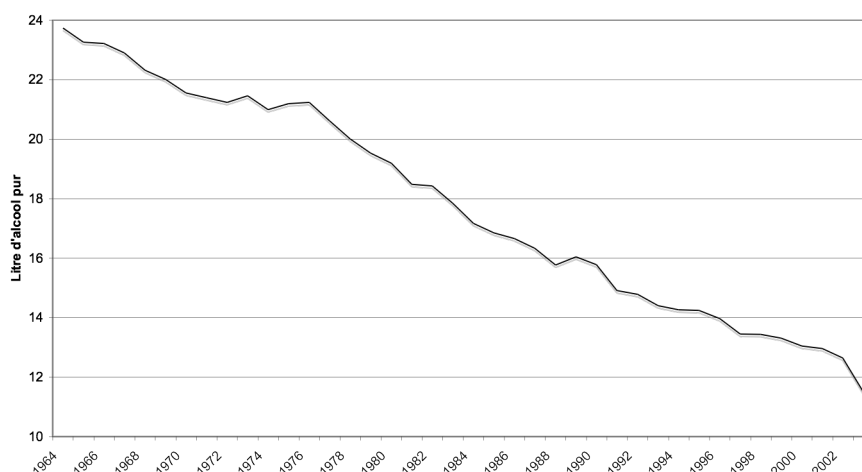
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Si la consommation totale d'alcool connaît une certaine stabilité au début de la période étudiée pour ensuite se caractériser par une décroissance régulière, la consommation d'alcool par individu de 15 ans et plus ne cesse de diminuer depuis 1964. On peut noter que ce profil de la consommation d'alcool par individu de 15 ans et plus est quelque peu différent de l'évolution de la consommation de tabac des 15 ans et plus en France qui a connu une hausse

quasi-incessante entre 1964 et 1975, pour ensuite décroître jusqu'en 2003. Ainsi, si chaque individu de 15 ans et plus consommait environ 23,7 litres d'alcool pur par an en 1964, celle-ci n'était plus que de 21 litres en 1974, de 17,2 litres en 1984, de 14,3 litres en 1994 pour finalement atteindre 11,5 litres d'alcool pur en 2003.

En terme de tendance, la période 1964-2003 a vu une baisse de la consommation d'alcool de l'ordre de 51,52%, alors que cette même consommation a connue sa plus forte baisse entre 2002 et 2003 avec -8,94% de litres d'alcool pur consommés dans l'année par individu de 15 ans et plus. En fait, une accélération de la baisse de la consommation se fait sentir depuis les années 80. Ainsi, si dans les années 70 (1970 à 1979) la baisse de la consommation était de l'ordre de 9,43%, celle-ci a diminué de 16,42% dans les années 80 (1980 à 1989) et de 15,67% dans les années 90. Pour sa part, le début des années 2000 (2000 à 2003) a vu la consommation d'alcool diminuer de l'ordre de 11,78%.

Graphique 2 – Evolution de la consommation d'alcool en France par habitant de 15 ans et plus



Source : construction à partir des données *World Drinks* (2005)

Cette tendance générale décrite par *World drinks* (2005) est corroborée par les chiffres disponibles auprès de l'INSEE. Selon celui-ci, la consommation d'alcool par individu de 15 ans et plus serait passée de 20,4 litres d'alcool pur en 1970 (contre 21,6 pour la source précédente) à 14 litres en 2003 (contre 11,5). Au total, l'INSEE indique une baisse de la consommation des 15 ans et plus de l'ordre de 31,46% alors que celle-ci était de 46,63% selon *World drinks* (2005).

Graphique 3 – Evolution de la consommation d'alcool en France par habitant de 15 ans et plus selon l'INSEE



Source : INSEE

En réalité, cet écart peut s'expliquer de deux manières différentes : tout d'abord, un léger écart dans l'évaluation de la population des 15 ans et plus. En effet, des différences sur les populations existent selon que les données proviennent de l'INSEE, de l'OCDE, du US Census Bureau, etc. Cependant, ce léger *gap* n'explique pas, à lui seul, une différence de l'ordre de 21,74% sur l'année 2003 entre *World drinks* (2005) et l'INSEE. En réalité, la principale différence provient du mode de calcul retenu par les différentes sources, i.e. du taux d'alcoolémie des différentes catégories d'alcool et de la typologie retenue. A titre d'exemple, depuis 2000 l'INSEE a adopté une nouvelle typologie à laquelle sont associés les degré d'alcoolémie suivant :

Tableau 1 – Typologie des alcools en France et volumes d'alcool associés selon l'INSEE

Produits	% d'alcool
Vins (depuis 2000)	
- Vins doux naturels	17,00%
- Vins fermentés	11,75%
- Champagnes et vins mousseux	12,00%
- VQPRD	11,95%
- Vins de tables	11,75%
Bières (depuis 2000)	
- Catégorie 1 (par hl)	≤ 2,80%
- Catégorie 2 (par hl)	> 2,80%
Cidre, poirée hydromel	4,00%
Spiritueux	37,60%
Produits intermédiaires (autres vins de liqueur)	18,00%

Source : INSEE

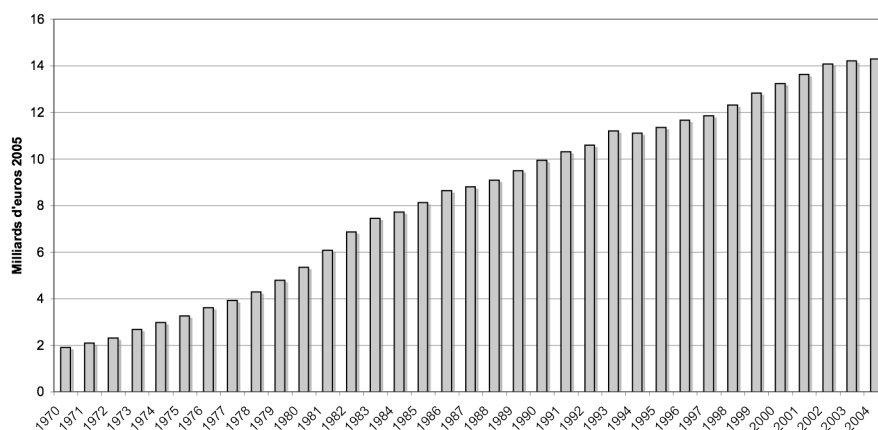
Cependant, lorsque l'on réclame à l'INSEE les données en hectolitres par catégorie de produits pour effectuer les conversions en litre d'alcool pur, la typologie ci-dessus n'est plus respectée. Par exemple, les champagnes et mousseux sont compris dans les VQPRD et les vins de table, les

hectolitres de produits intermédiaires sont comptabilisés avec les hectolitres de spiritueux sans distinction et les hectolitres de bières par catégorie ne sont pas connus. En d'autres termes, il est difficile de convertir en litre d'alcool pur les hectolitres des différents alcool selon la typologie retenue plus haut.

En conséquence, il est difficile préférer une source à une autre. En fait, le seul avantage que procure la source *World Drinks* (2005), comparativement à l'INSEE, est d'offrir une homogénéité du traitement des données pour tous les pays du panel, ceci se révélant extrêmement précieux dans les comparaisons internationales effectuées ultérieurement.¹

Parallèlement à la baisse de la consommation d'alcool pur constatée par individu de 15 ans et plus depuis le milieu des années 60, le chiffre d'affaires de cette activité n'a cessé de progresser. Ainsi, selon l'OCDE, les dépenses de consommation finale des ménages en alcool seraient passées d'environ 1,90 milliards d'euros en 1970 à 14,29 milliards d'euros en 2004, soit une multiplication par 7,53 sur cette période.

Graphique 4 - Dépenses de consommation finale des ménages français en alcool



Source : OCDE (2005)

Il faut cependant noter que le rythme de cette hausse est décroissant. En d'autres termes, on assiste à un ralentissement de la hausse des dépenses de consommation finale des ménages en alcool. En effet, si entre 1970 et 1979

¹ *World Drinks* (2005) faisant appel aux acteurs nationaux (organismes professionnels et/ou chambres syndicales) pour recueillir les données brutes, nous avons interrogé WARC (éditeur de *World Drinks*) pour connaître les degrés d'alcool retenus pour chaque type de produits, pour chaque année entre 1964 et 2003 et pour chaque pays du panel. Après plus de cinq mois d'attente, nous n'avons toujours aucune réponse.

l'augmentation de la dépense des ménages était de l'ordre de 152,48%, elle n'était plus que de 77,55% sur la décennie 80 et de seulement de 29,03% dans les années 90. Enfin, entre 2000 et 2004, cette hausse s'est élevée à 7,95%. Au même titre que la baisse de la consommation d'alcool en volume, l'une des explications de ce ralentissement de la hausse des dépenses des ménages en alcool tient à une législation de plus en plus sévère concernant l'alcoolémie au volant. Pour la même raison, on peut raisonnablement estimer que cette tendance devrait se poursuivre ces prochaines années.

Les deux tendances observées précédemment (baisse de la consommation en volume et hausse en valeur) sont illustrées par le graphique ci-dessous. Comme pour le tabac, nous observons un effet de ciseaux, i.e. la consommation en valeur augmente de 648,42% entre 1970 et 2003, alors que parallèlement celle-ci diminue en volume de 31,97% sur la même période.

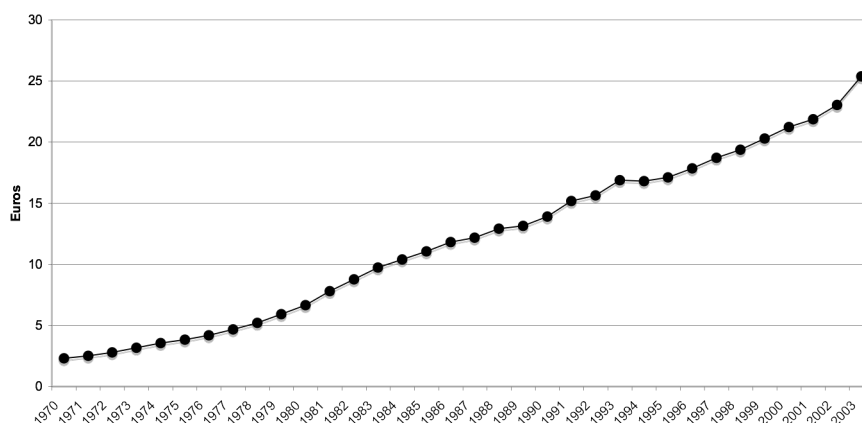
Graphique 5 - Mise en relation de la consommation française d'alcool en volume et en valeur entre 1970 et 2003



Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks

Cette comparaison permet de mettre en lumière la corrélation négative entre le prix et la quantité. Une hausse des dépenses en alcool concomitante à une baisse des volumes vendus implique nécessairement une hausse du prix moyen du litre d'alcool pur. Ainsi, entre 1970 et 2003, le prix moyen du litre d'alcool pur est passé de 2,31 euros à 25,38 euros, soit une multiplication par 11 en un peu moins de trente-cinq ans.

Graphique 6 – Evolution du prix moyen d'un litre d'alcool pur en France



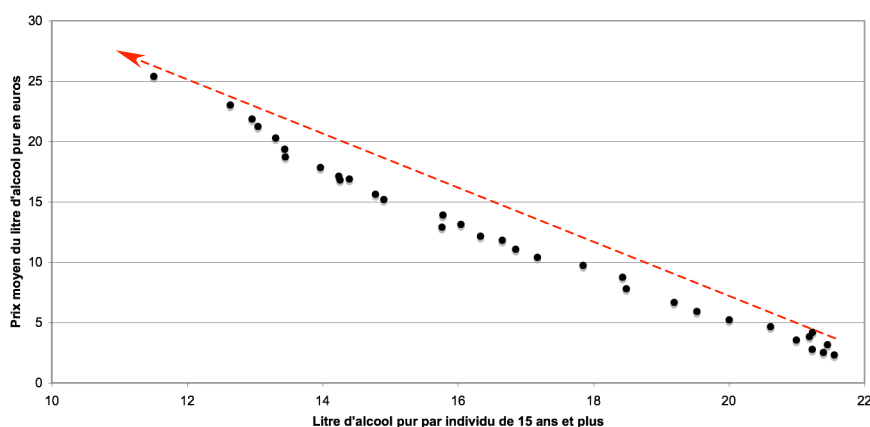
Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

Il convient de remarquer que, comme pour les dépenses des ménages en alcool, cette hausse s'effectue à un rythme décroissant. On assiste à un ralentissement du hausse du prix moyen du litre d'alcool pur. Ainsi, si entre 1970 et 1979 l'augmentation du prix moyen était de l'ordre de 156,62%, elle n'était plus que de 97,35% sur la décennie 80 et de 45,82% dans les années 90. Enfin, entre 2000 et 2003, cette hausse s'est élevée à 19,53%.

Il faut également noter que, contrairement au tabac, le prix de l'alcool ne subit pas de fortes hausses, mais augmente de façon quasi-linéaire. Or, il apparaît qu'une hausse linéaire des prix se révèle psychologiquement plus facile à intégrer qu'une hausse brutale des prix qui génère une diminution plus conséquente de la consommation.

Une autre manière de présenter cette relation inverse entre prix et consommation consiste à dessiner un nuage de points composé des coordonnées « prix-quantités » disponibles pour la France entre 1970 et 2003. Les points situés en « sud - sud-est » correspondent aux années les plus anciennes caractérisées par un prix faible du litre d'alcool pur et des niveaux de consommation élevés. En revanche, les points en « ouest - nord-ouest » représentent les années les plus récentes caractérisées par des niveaux de consommation plus bas pour des prix plus élevés.

Graphique 7 – Relation « prix-consommation » de l'alcool en France



Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

La relation inverse « prix-consommation » apparaît clairement ici, l'ensemble pouvant être visualisé par la flèche rouge de direction « sud-est – nord-ouest ».

Si le prix du litre d'alcool pur a augmenté en partie du fait de l'inflation, d'autres raisons permettent d'expliquer ce phénomène.

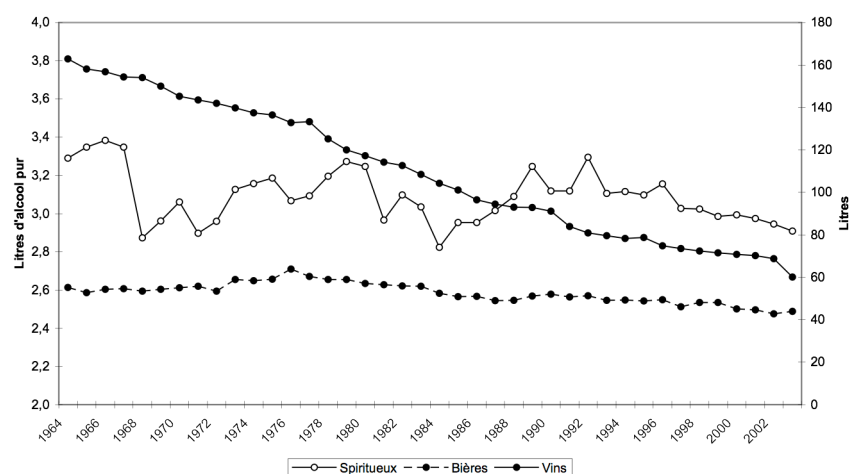
Tout d'abord, il apparaît que la structure de la consommation d'alcool des français s'est modifiée au cours du temps.

Globalement, cette modification prends deux aspects différents :

- La déformation intra-produits signifie qu'au sein des trois grandes catégories de produits usuellement retenues par la profession (vins, bières et spiritueux), la consommation a tendance à se déplacer au sein d'une même famille de produits, i.e. des produits jugés bas de gamme vers des produits plus haut de gamme (et donc plus onéreux). Même si nous ne disposons pas de données précises pour confirmer ce propos, ceci renvoie au fait que les consommateurs décident de consommer moins, mais mieux, cette affirmation étant notamment vrai pour le vin.
- La déformation inter-produits, quant à elle, signifie que les consommateurs français ont eu tendance à modifier leur structure de consommation entre les trois grandes familles de produits. En réalité, la tendance à la décroissance de la consommation est vérifiée pour toutes les familles de produits. Ainsi, si la

consommation totale d'alcool en France a diminuée de 51,52% entre 1964 et 2003, la consommation de vin a, quant à elle, baissée de 63,16%, alors que les consommations de bières et de spiritueux ont respectivement diminuée de 20,37% et 11,64% sur la même période.¹ De même, si les baisses de consommation de vins et de bières sont quasi-continues, la tendance de la consommation de spiritueux est assez erratiques.

Graphique 8 – Evolution de la consommation d'alcool en France par famille de produits²



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

L'ensemble des familles de produits étant en baisse, on ne peut donc conclure à une redistribution de la consommation entre ces produits *via* un effet de substitution. En d'autres termes, la baisse de consommation de vins ne se traduit pas par une augmentation de la consommation de spiritueux ou de bières. Cependant, il existe bien une déformation de la structure de la consommation inter-produits en relatif, i.e. que la part du vin dans la consommation globale a tendance à diminuer au profit des spiritueux et des bières.

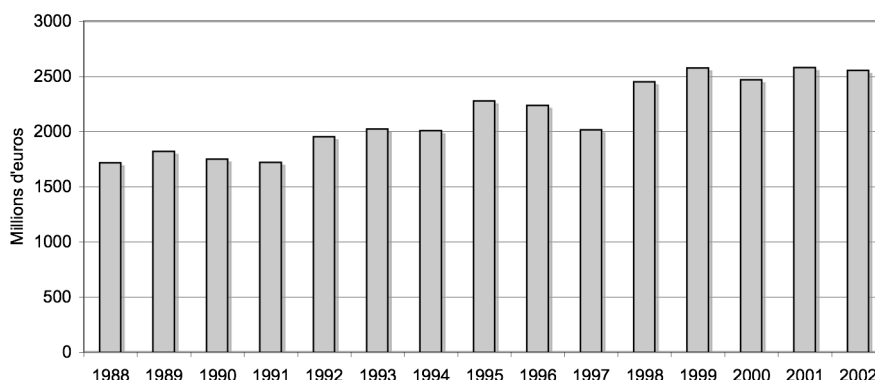
Outre les déformations de la structure de la consommation et l'inflation, la dernière raison qui peut expliquer la hausse du prix moyen du litre d'alcool pur tient aux taxes. Les données disponibles auprès de la Commission Européenne, montrent que les revenus tirés des droits

¹ La consommation annuelle de vin passe de 162,9 litres par individu de 15 ans et plus en 1964 à 60 litres en 2003, celle de bière de 55,1 à 43,9, alors que celle de spiritueux passe de 3,3 litres d'alcool pur à 2,9.

² Les bière et les vins sont comptabilisés en litres et se lisent sur l'échelle de droite, alors que les spiritueux sont indiqués en litres d'alcool pur et se lisent sur l'échelle de gauche.

d'accises et assimilés ont augmenté de 48,84% sur la période 1988-2002.

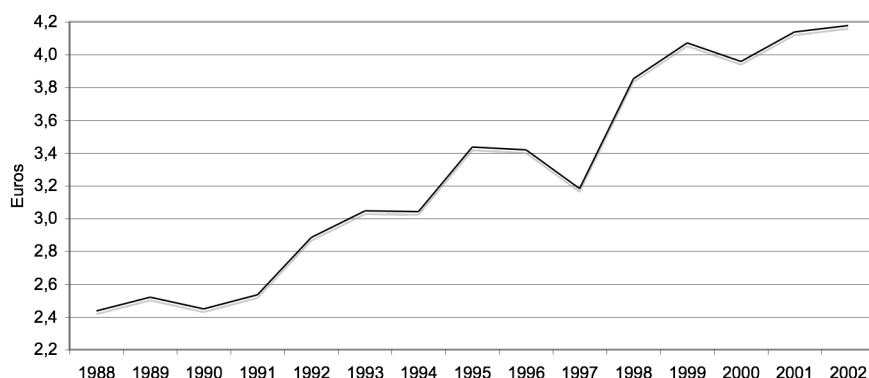
Graphique 9 – Revenus des droits d'accises et assimilés sur l'alcool en France (taxes hors TVA)



Source : Commission Européenne

La tendance générale des droits d'accises étant à la hausse, alors que celle de la consommation en volume étant à la baisse, la hausse des droits d'accises par litre d'alcool pur est mécanique.

Graphique 10 – Revenus des droits d'accises et assimilés en France par litre d'alcool pur (taxes hors TVA)



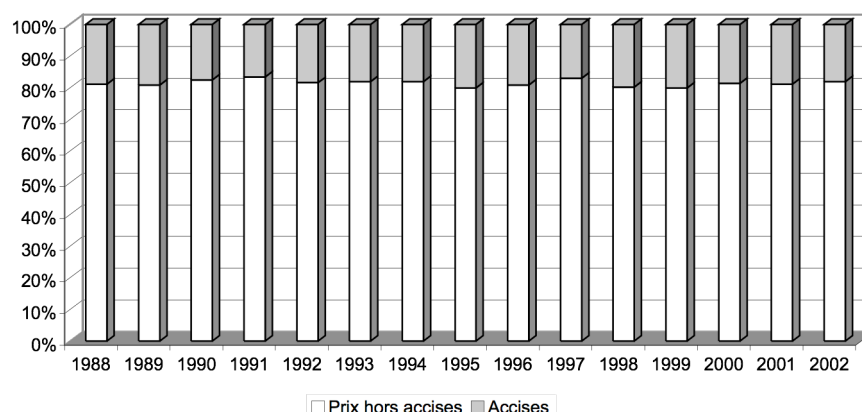
Source : Commission Européenne

En d'autres termes, en rapportant les droits d'accises à la consommation en volume, il apparaît clairement que les accises par litre d'alcool pur ne cessent d'augmenter. Ainsi, si en 1988, un litre d'alcool pur supportait 2,44 euros en moyenne, ce montant se situait à 4,18 euros en 2002. Au total, les droits d'accises par litre d'alcool pur ont progressé de 71,45% entre 1988 et 2002.

En terme de proportion, la part des taxes (i.e. droits d'accises et assimilés hors TVA) dans le prix moyen d'un litre d'alcool pur ne représentaient que 18,88% en 1988,

celle-ci n'atteignant que 18,14% en 2002, soit une diminution de 0,74 points entre ces deux dates. Globalement, les droits d'assises et assimilés sont restés relativement stables sur la période, puisque la part de ces derniers dans le prix moyen d'un litre d'alcool pur ne s'est élevé, au maximum, qu'à 20,08% en 1999, la part moyenne des droits d'accises étant de 18,59% entre 1988 et 2002.

Graphique 11 – Part des accises et assimilés dans le prix moyen du litre d'alcool pur en France (taxes hors TVA)



Source : construction à partir des données OCDE et Commission Européenne

Comparativement au tabac où les accises et assimilés comptent pour moitié (ou plus) du prix moyen TTC de 20 grammes de tabac (avec un minimum de 49,22% en 1993 et un maximum de 62,08% en 2000), on constate que les accises liées à l'alcool ne représentent qu'un cinquième du prix moyen TTC du litre d'alcool pur. Ainsi, la « sur-taxation » du tabac comparativement à l'alcool (ou, inversement, la « sous-taxation ») est évidente.¹

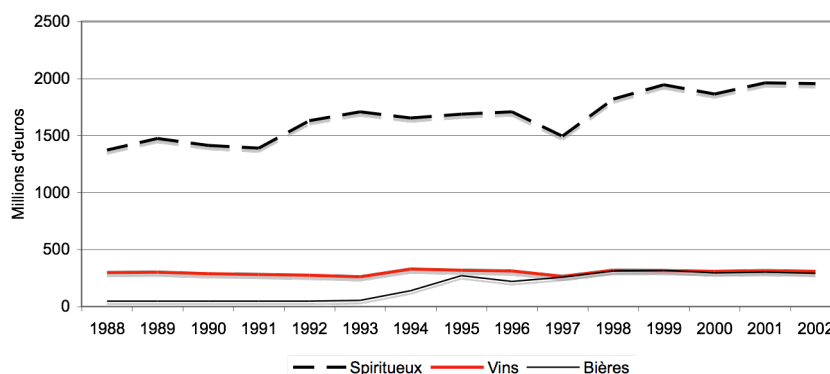
Cette tendance décrite pour les droit d'accises peut s'analyser par produit afin d'appréhender la fiscalité supportée par chacune des catégories d'alcool. En fait, parmi les trois grandes familles de produits (vins, bières et spiritueux), la Commission Européenne dispose d'une décomposition des accises et assimilés basée sur la typologie suivante : alcool éthylique et spiritueux ; produits intermédiaires ; vins tranquilles ; vins mousseux ; bières. Ne disposant que des consommations selon la triptyque « Spiritueux-Vins-Bières », il est apparu préférable de regrouper les droits d'accises des produits intermédiaires

¹ On se souvient de la proposition du gouvernement consistant à la mise en place d'une taxe supplémentaire de 5 centimes d'euros. Cette proposition avait provoqué une vive réaction de la part des alcooliers et du monde agricole. La puissance de ce lobby en France, et notamment le lobby viti-vinicole, peut expliquer cette sous-taxation de l'alcool comparativement au tabac.

res, des vins tranquilles et des vins mousseux afin d'obtenir les trois catégories disponibles en terme de consommation.

Dans ce cadre, il apparaît que les spiritueux génèrent les droits d'accises les plus importants sur l'ensemble de la période : 6,34 fois plus que les vins et 6,71 fois plus que les bières en 2002. Ainsi, si en 1988, le montant total des accises sur les spiritueux s'élevait à 1372,50 millions d'euros en 1988, celui-ci était de l'ordre de 1954,35 millions d'euros en 2002, soit une progression de 42,39% sur cette période.

Graphique 12 – Montant des accises et assimilés en France par type de produit (taxes hors TVA)



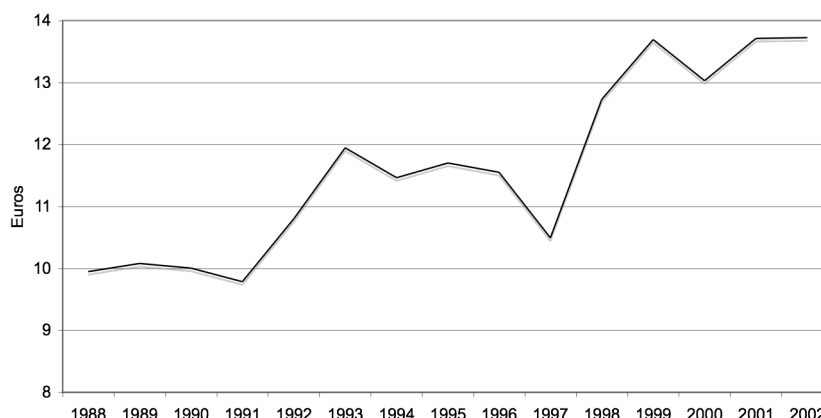
Source : construction à partir des données Commission Européenne

Les accises sur les bières sont, quant à elles, celles qui subissent la plus forte hausse, puisque celle-ci ne représentaient que 46,19 millions d'euros en 1988, alors qu'elles se sont élevées à 291,08 millions d'euros en 2002, soit une augmentation de 530,22% en une quinzaine d'années.

Enfin, les vins ont vu leur recettes fiscales (accises et assimilées hors TVA) passer de 297,12 millions d'euros en 1988 à 308,41 millions d'euros en 2002, soit une hausse de seulement 3,8% sur la même période.

Rapporté en terme de consommation, ceci signifie qu'un litre d'alcool pur tiré des spiritueux supporte 13,72 euros en moyenne en 2002, alors qu'il ne supportait que 9,95 euros en 1988, soit une hausse de 37,99% sur la période. De plus, l'augmentation des accises par litre d'alcool pur pour les spiritueux se fait par système de pallier : forte hausse sur plusieurs années (de 1991 à 1993, de 1994 à 1999) ; seuil atteint avec décroissance par la suite entre 1993 et 1994, 1996 et 1997 et entre 1999 et 2000.

Graphique 13 – Montant des accises et assimilés en France sur les spiritueux par litre d'alcool pur (taxes hors TVA)

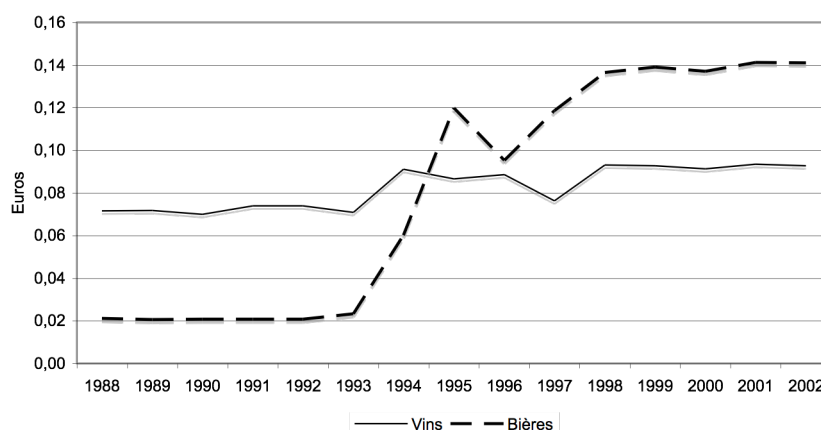


Source : construction à partir des données World Drinks (2005) et Commission Européenne

Concernant les vins et les bières, le milieu des années 90 marque un changement dans la fiscalité entre ces deux produits. En effet, si le litre de vin supportait en moyenne 0,07 euro d'accises en 1988 contre 0,02 euro pour le litre de bière la même année, la fiscalité de ces deux produits s'inverse entre 1994 et 1995. Ainsi, en 1995 le prix d'un litre de bière comportait 0,12 euro d'accises, contre 0,09 euro pour un litre de vin. Depuis 1995 (excepté 1996), l'écart en terme d'accises entre un litre de bière et un litre de vin se stabilise avec respectivement 0,14 euro et 0,09 euro. Au total, si en 1988 les accises sur un litre de vin étaient 239,40% plus élevées que sur un litre de bière, elles se révélaient 51,88% plus élevées sur un litre de bière que sur un litre de vin en 2002.

De plus, il est assez intéressant de remarquer que les accises par litre de bière ont augmenté de 568,45% entre 1988 et 2002, alors que celles-ci n'ont progressé que de 29,68% pour le vin. Le vin semble donc être la catégorie de produits la moins touchée par l'augmentation de la fiscalité, sachant que la France constitue une grande puissance viti-vinicole, bon nombre de régions françaises étant parties prenantes dans ce secteur économique.

Graphique 14 – Montant des accises et assimilés en France par litre de vin et de bière (taxes hors TVA)



Source : construction à partir des données World Drinks (2005) et Commission Européenne

III – LA CONSOMMATION D'ALCOOL DANS LES PAYS DE L'OCDE

L'examen de la consommation dans les principaux pays de l'OCDE permet de replacer l'évolution de la consommation française parmi celles des autres pays développés.

L'analyse proposée regroupe les différents pays en fonction de leur zone géographique d'appartenance (Amérique du Nord-Asie-Pacifique), Europe du Nord, Europe continentale et Europe du Sud (y compris la Turquie). Il est en effet souvent évoqué le fait que des différences de comportements existent entre l'Europe du Nord et celle du Sud, la première étant plus proche de la zone Amérique du Nord-Pacifique.¹

1 – Amérique du Nord-Asie-Pacifique

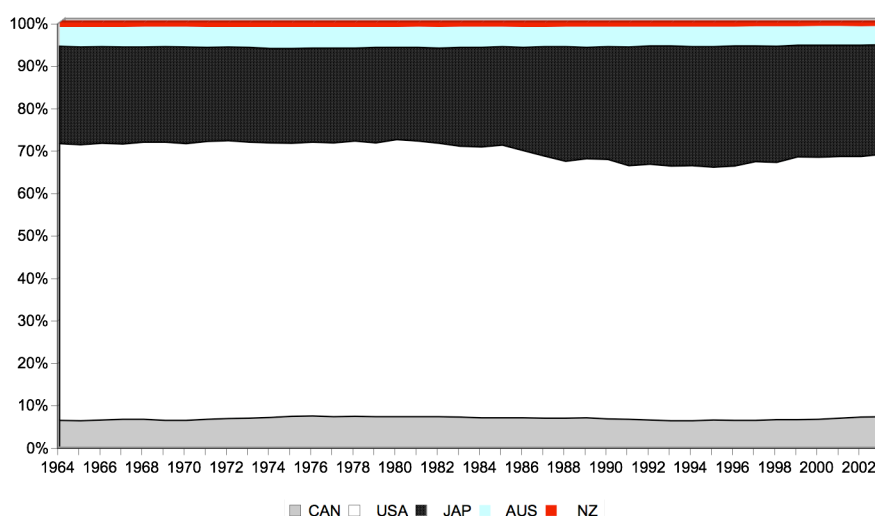
Concernant la première zone géographique, les Etats-Unis et le Japon, du fait de leur poids démographique respectif, constituent les deux principaux marchés. Ainsi, les USA consomment, à eux seuls, plus de 60% de l'alcool consommés dans cette zone, la tendance étant à une légère décroissance entre 1964 et 2003 de l'ordre de 3,37 points. Si en 1964 les Etats-unis représentaient 65,15% de la

¹ Notamment en terme de structure de consommation d'alcool, l'Europe du Sud étant perçue comme forte consommatrice de vins, alors que l'Europe du Nord semble privilégier la bière et les spiritueux.

consommation, ils continuaient à absorber 61,78% de l'alcool consommé dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique. En fait, cette légère décroissance de la part américaine s'est accélérée au milieu des années 80 pour se stabiliser au début des années 90. Cette baisse des Etats-Unis dans l'ensemble de la consommation « profite » principalement au Japon qui voit la sienne croître de 2,93 points. Ainsi, le poids du Japon dans la consommation d'alcool de cette zone passe de 22,95% en 1964 à 25,87% en 2003.

Le Canada représente le second pays qui connaît une hausse de sa part (+0,85 point) passant de 6,21% en 1964 à 7,05% en 2003. Enfin, l'Australie et la Nouvelle-Zélande constituent des marchés marginaux (respectivement 4,45% et 0,85% de l'ensemble en 2003), la part de ces marchés étant de plus en légère baisse (-0,19 point pour l'Australie entre 1964 et 2003 et -0,21 point pour la Nouvelle-Zélande sur la même période).

Graphique 15 – Répartition de la consommation totale d'alcool entre les pays de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Analyse per capita

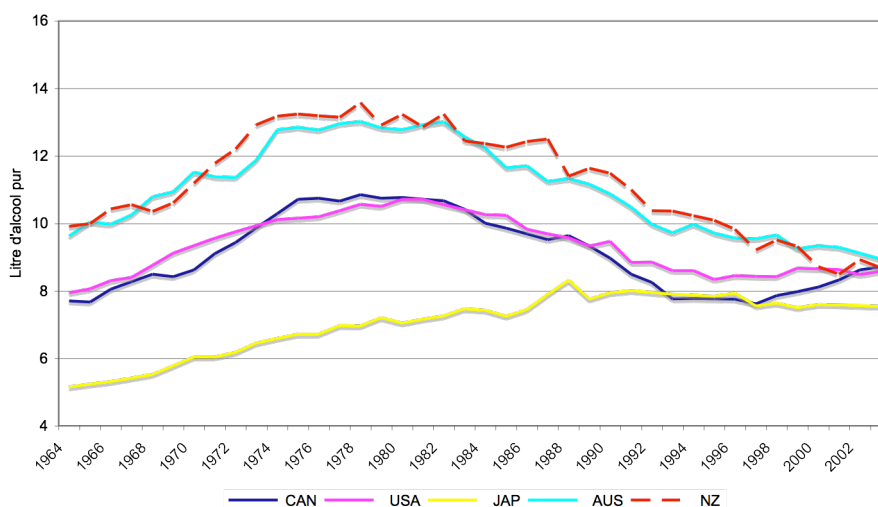
Cette première perception de la consommation globale par pays permet d'appréhender l'importance des marchés respectifs. Cependant, ceci ne signifie pas, par exemple, que les américains boivent plus d'alcool que les australiens. Ainsi, en gommant le poids démographique, il est intéressant de constater que la hiérarchie s'inverse.

Globalement quatre pays (Australie, Canada, Nouvelle-Zélande et Etats-unis) présentent un même profil : crois-

sance de la consommation, maximum atteint une année donnée, décroissance et stabilisation voire légère remontée dans certains cas.

Cependant, sur l'ensemble de la période, les australiens et les néo-zélandais de 15 ans et plus consomment plus que les américains et les canadiens. Ainsi, alors que les américains et les canadiens de 15 ans et plus consommaient respectivement 7,9 et 7,7 litre d'alcool pur par an en 1964, australiens et néo-zélandais consommaient respectivement 9,6 et 9,9 litre d'alcool pur la même année. De 1964 jusqu'à la fin des années 90, cette surconsommation des australiens et des néo-zélandais se confirme comparativement au canadien et aux américains. En moyenne, entre 1964 et 1998 un néo-zélandais consommait 26,02% de plus qu'un canadien, et 23,53% de plus qu'un américain entre 1964 et 1995. Cet écart descend sous la barre des 20% en 1999 pour les canadiens et en 1996 pour les américains. Finalement, les consommations deviennent quasi-similaire en 2003 pour ces quatre pays.

Graphique 16 – Litres d'alcool pur consommés dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique par habitant 15 ans et plus



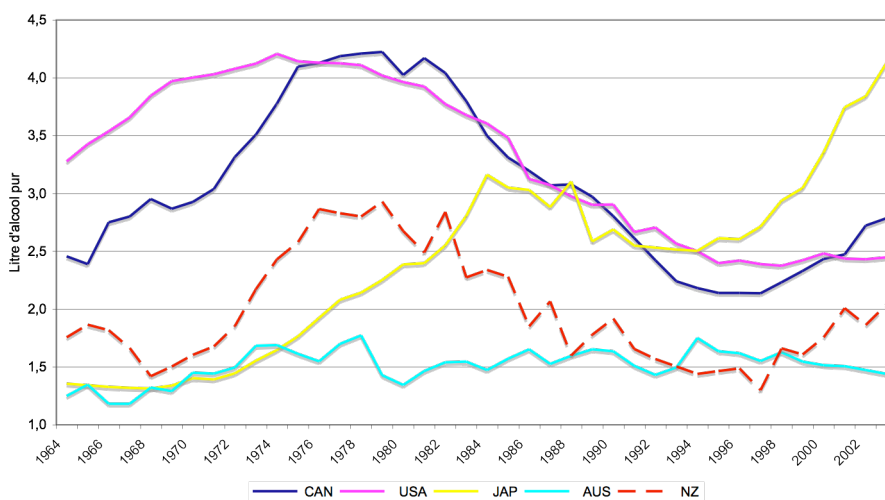
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Le Japon, quant à lui, a un profil différent des quatre autres pays de la zone. Avec une faible consommation dans les années 60 (5,2 litres d'alcool pur par habitant de 15 ans et plus en 1964), celle-ci ne cesse d'augmenter jusqu'au début des années 90, pour se stabiliser par la suite voire décroître légèrement. Cependant, sur l'ensemble de la période, la consommation japonaise d'alcool par individu de 15 ans et plus s'est accrue de 46,33%, pour atteindre 7,5 litre d'alcool pur en 2003, ce niveau restant cependant inférieur aux autres pays de la zone.

Analyse par produits

En terme de produits consommés, Canada et Etats-Unis ont un profil identique pour les spiritueux. Une croissance de la consommation marquée de 1964 au milieu des années 70 pour les Etats-unis et au début des années 80 pour le Canada, suivie d'une forte diminution jusqu'au milieu des années 90 pour ensuite assister à un rebond pour le Canada et une stabilisation pour les Etats-Unis. Aujourd'hui un américain de 15 ans et plus consomme 2,4 litre d'alcool pur par an sous forme de spiritueux contre 2,8 litre pour un Canadien, les spiritueux représentant 32% de la consommation d'alcool pour un canadien de 15 ans et plus et 28,53% pour un américain de même profil.

Graphique 17 – Consommation de spiritueux dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

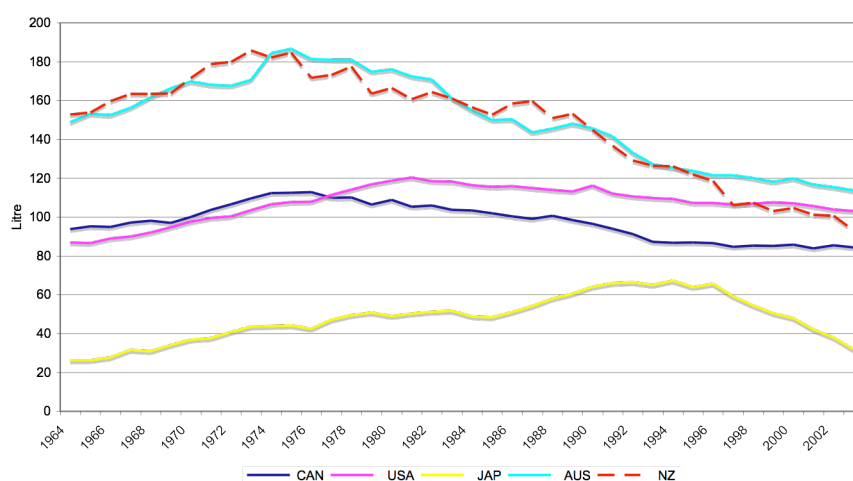
Le Japon, quant à lui, se caractérisait par un niveau de consommation de spiritueux comparable à celui de l'Australie jusqu'au milieu des années 70, pour ensuite se rapprocher des standards canadiens et américains, entre le début des années 80 et le milieu des années 90, et atteindre en 2003, plus de 4 litres d'alcool pur consommés sous forme de spiritueux par individu de 15 ans et plus, soit 54,77% de sa consommation.

En d'autres termes, un japonais de 15 ans et plus consomme 48,12% de spiritueux de plus qu'un canadien, 68,66% de plus qu'un américain, 102,12% de plus qu'un néo-zélandais et 186,67% de plus qu'un australien. Enfin, australiens et néo-zélandais présentent un profil commun entre 1964 et le milieu des années 70 et entre la fin des années 80 et 2003. Entre le milieu des années 70 et le milieu des années 80, en revanche, la consommation de spiritueux en

Nouvelle-Zélande s'est fortement écartée de celle de l'Australie. Globalement, on peut dire que ces deux pays sont de faibles consommateurs de spiritueux, ces derniers ne représentant que 16,11% de la consommation d'alcool pur d'un australien et 23,53% pour un néo-zélandais.

Concernant la bière, australiens et néo-zélandais se situent largement au dessus des autres pays de la zone jusqu'au milieu des années 90. Ainsi, en 1964, un australien de 15 ans et plus consommait environ 148,8 litres de bière contre 152,8 litres pour un néo-zélandais, alors qu'un américain du même âge n'en consommait que 86,9 litres et un canadien que 93,8 litres. Pour atteindre un niveau de consommation comparable aux Etats-unis en 1997, les néo-zélandais ont abaissé leur consommation de bière de 30,55% depuis 1964, alors que parallèlement les américains ont augmenté la leur de 22,51%. En 2003, les australiens consommaient légèrement plus de bière que les américains et les néo-zélandais (respectivement +10,6 litres et +20,7 litres), alors que les canadiens consomment légèrement moins de bière que les américains et les néo-zélandais (respectivement -18,6 litres et -8,6 litres). Enfin, les japonais se situent loin derrière cet ensemble de pays, car avec seulement 31,7 litres par an et par individu de 15 ans et plus en 2003, un japonais consomme 62,47% de bière de moins qu'un canadien.

Graphique 18 – Consommation de bières dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique par habitant 15 ans et plus



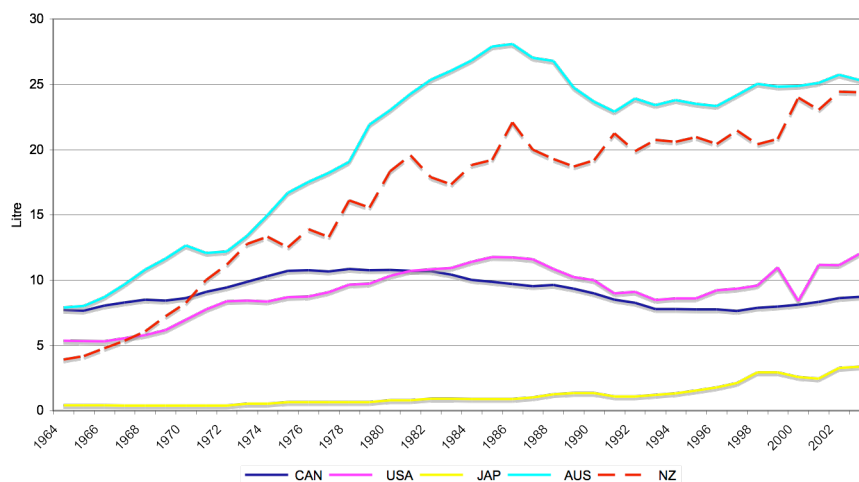
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Enfin, concernant le vin, néo-zélandais et australiens, d'une part, et canadiens et américains, d'autre part, présentent un même profil, le Japon étant encore une fois un cas isolé. Le premier groupe de pays connaît une forte hausse de sa consommation de vin entre 1964 et 2003 (+220,44 pour l'Australie et +524,85% pour la Nouvelle-

Zélande), avec des niveaux de consommation plus élevés au sein de cette zone à partir du milieu ou la fin des années 70 (plus de 15 litres en 1974 pour l'Australie et en 1978 pour la Nouvelle-Zélande).

Le second groupe se caractérise par une consommation intermédiaire dans cette zone avec 8,7 litres pour le Canada et 12 litres pour les Etats-unis en 2003, alors que ces pays disposaient de consommation équivalente aux deux précédents au milieu des années 60. Les Etats-Unis, avec une consommation proche de celle de la Nouvelle-Zélande en 1964, ont donc connu une croissance plus forte que celle du Canada sur la période 1964-2003 avec +124,48% contre +13,20% pour le Canada dont la consommation plus élevée était proche de celle de l'Australie dans le milieu des années 60. Enfin, le Japon avec une consommation initiale quasi-nulle (0,4 litre en 1964) a connu une formidable croissance (+726,97%) pour atteindre une consommation de 3,4 litres par an et par habitant de 15 ans et plus en 2003.

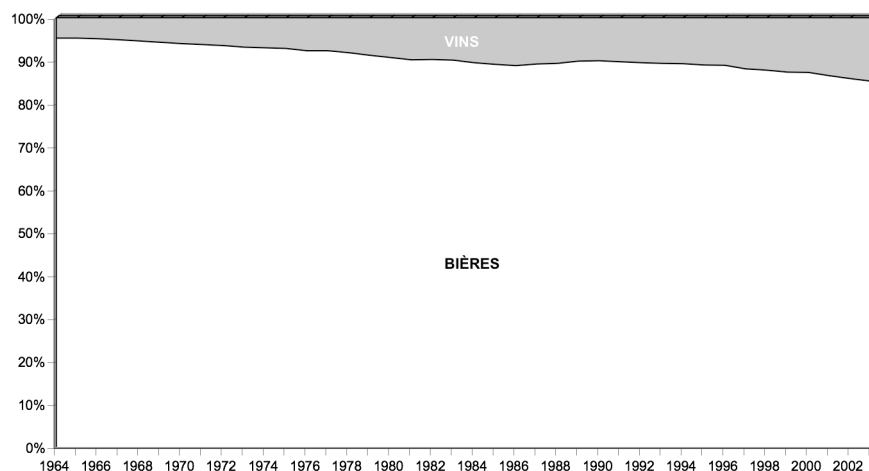
Graphique 19 – Consommation de vins dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données *World Drinks* (2005)

En simplifiant, cette étude par produit montre que, globalement, et dans des proportions diverses, la consommation de vin dans cette zone s'est accrue au détriment de la bière et des spiritueux. Ainsi, si en 1964, la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique se répartissait entre 95,3% de vins et 4,7% de bières (hors spiritueux), celle-ci était passée à 85,2% pour la bière et 14,8% pour le vin en 2003, cette tendance étant continue sur l'ensemble de la période.

Graphique 20 – Bières vs. vins dans la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

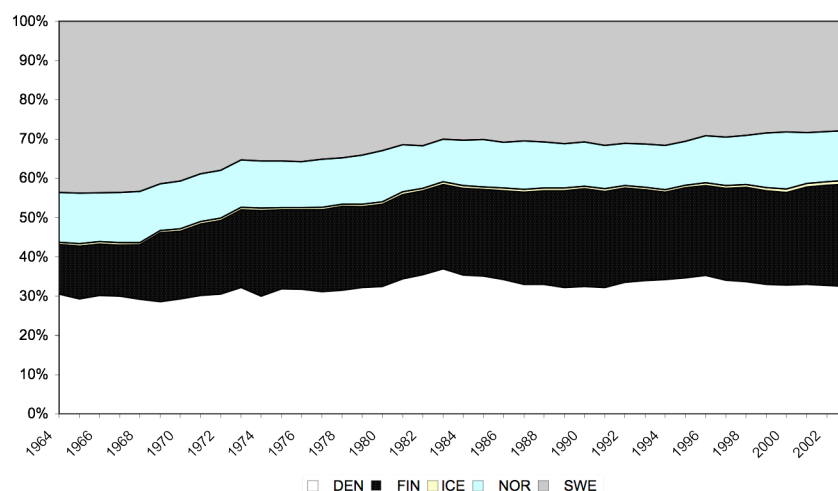
2 – Pays Nordiques

La zone Pays nordiques, quant à elle, se décompose en deux groupes de pays. Le premier groupe est constitué des pays nordiques (Danemark, Finlande, Islande, Norvège et Suède). Parmi ceux-ci, le Danemark, la Suède et la Finlande constituent les trois principaux marchés. Ainsi, le Danemark consomme environ un tiers de l'alcool consommé dans cette zone, la tendance étant à une très légère croissance entre 1964 et 2003 (de l'ordre de 2 points). En d'autres termes, si en 1964 le Danemark représentait 30,5% de la consommation, ce pays absorbait 32,4% de l'alcool consommé dans la zone Pays nordiques.

En fait, cette légère croissance de la part danoise s'est d'abord traduite par une croissance plus forte jusqu'au début des années 80 (avec 36,9% de la consommation totale de cette zone en 1983), pour se stabiliser à la fin des années 90 entre 32% et 33%. Parallèlement, la Suède connaît une forte baisse de son poids dans l'ensemble entre 1964 et 2003 (-15,8 points). Ainsi, si ce pays représentait 43,6% de la consommation de cette zone en 1964, celui-ci n'absorbait plus que 27,8% de l'alcool consommé de cette zone en 2003. Il faut également noter que cette décroissance est quasi-continue sur l'ensemble de la période. La Finlande, quant à elle, suit la tendance inverse de celle de la Suède, puisqu'en gagnant 13,4 points entre 1964 et 2003, celle-ci consomme 26% de l'ensemble de

l'alcool consommé dans cette zone en 2003, alors qu'elle n'en consommait que 12,7% en 1964.

Graphique 21 – Répartition de la consommation totale d'alcool entre les pays de la zone Pays nordiques



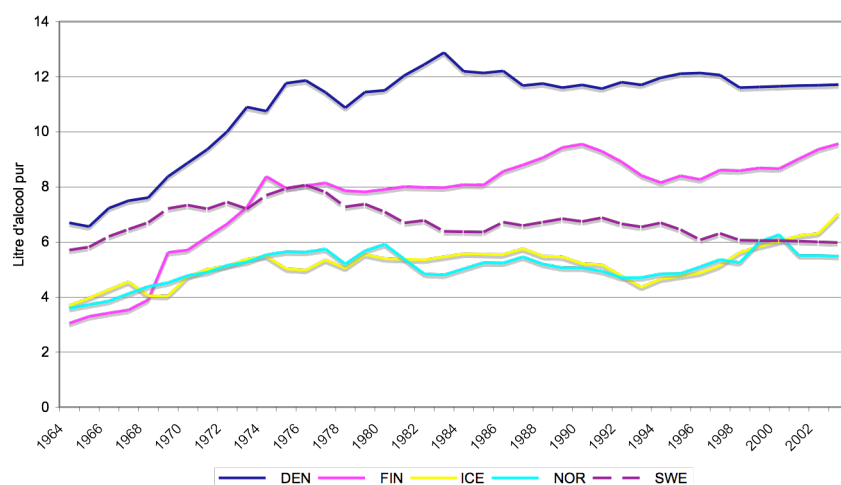
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Enfin, la Norvège reste stable sur l'ensemble de la période (+0,1 point entre 1964 et 2003) avec une part globalement comprise entre 11% et 13%, l'Islande constituant, pour sa part, un marché marginal avec une part de 1% en 2003 contre 0,6% en 1964.

Analyse per capita

Si cette perception de la consommation globale par pays permet d'appréhender l'importance des marchés respectifs, elle ne conduit pas, en revanche, à disposer d'une bonne perception de l'évolution de la consommation des individus. Ainsi, en ramenant la consommation totale de chaque pays à une consommation par tête (habitant de 15 ans et plus), il est intéressant de constater que l'ensemble des pays de cette zone connaît une hausse de leur consommation entre 1964 et 2003 : +4,92% pour la Suède, +52,72% pour la Norvège, +75,02 pour le Danemark, +90,23 pour l'Islande et ... +214,02% pour la Finlande.

Graphique 22 – Litres d'alcool pur consommés dans la Pays nordiques par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

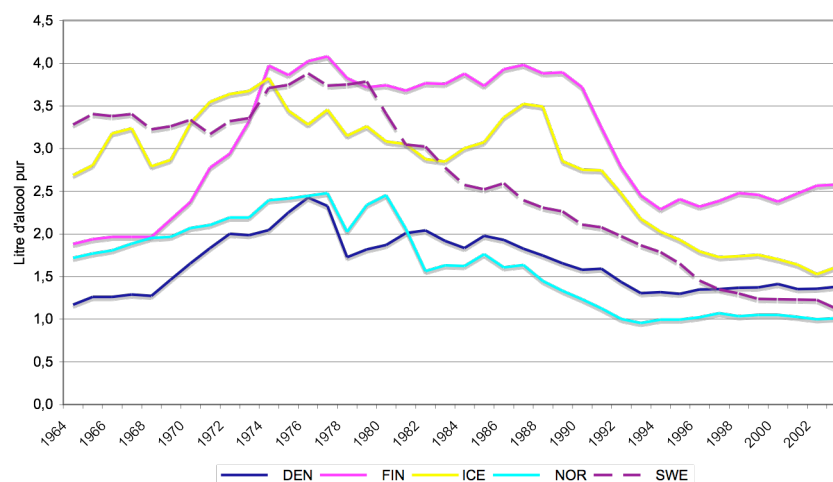
A l'exception de la Suède, l'ensemble des pays de cette zone se caractérise par un même profil : croissance de la consommation suivie d'une décroissance, puis remontée de la consommation. A l'inverse, la Suède ne connaît pas cette dernière phase de remontée de sa consommation, puisque depuis la seconde moitié des années 70, sa consommation a diminué pour se stabiliser depuis la fin des années 90. En chiffres, ceci signifie que si un suédois de 15 ans et plus consommait 5,7 litres d'alcool pur par an en 1964, celui-ci ne consommait pas plus de 6 litres en 2003. A l'inverse, un norvégien qui consommait 3,6 litres en 1964 est passé à 5,5 litres en 2003, alors qu'un danois est passé de 6,7 litre en 1964 à 11,7 litres en 2003, qu'un Islandais est passé de 3,7 litres à 7 litres et un finlandais de 3 litres à 9,6 litres. Cette surconsommation des danois en 2003 est donc de l'ordre de 22,51% par rapport aux Finlandais, de 66,96% par rapport aux Islandais, de 95,94% par rapport aux Suédois et de 113,54% par rapport aux Norvégiens.

Analyse par produits

En terme de produits consommés, un finlandais, un islandais et un suédois ont tendance à consommer plus de spiritueux qu'un danois et qu'un norvégien sur l'ensemble de la période. Avec 2,6 litres d'alcool pur sous forme de spiritueux, un finlandais de 15 ans et plus est le plus gros consommateur de spiritueux dans cette zone, malgré une forte décroissance de sa consommation depuis le début des années 90. Avec 1,6 litre d'alcool pur sous forme de spiritueux, un islandais arrive second et dispose globalement

du même profil qu'un finlandais sur l'ensemble de la période. Avec une forte décroissance de sa consommation depuis la fin des années 70, un suédois consomme moins de spiritueux aujourd'hui qu'un danois (1,4 litre contre 1,1 litre), alors qu'un norvégien consomme tout juste 1 litre d'alcool pur sous forme de spiritueux.

Graphique 23 – Consommation de spiritueux dans la Pays nordiques, par habitant 15 ans et plus



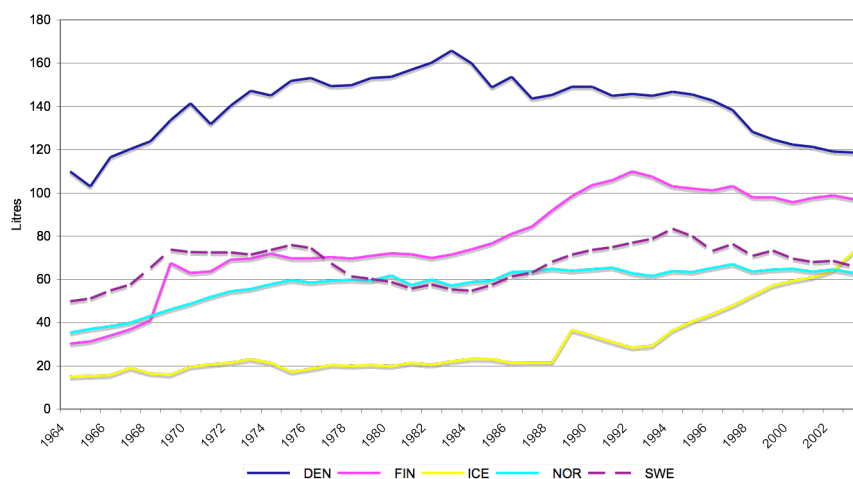
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Globalement, la tendance à la consommation de spiritueux dans cette zone est à la décroissance. Aujourd'hui ces produits ne représentent plus que 11,79% de la consommation d'alcool d'un danois de 15 ans et plus, contre 18,41% pour un norvégien, 18,78% pour un suédois, 22,96% pour un islandais et 26,96% pour un finlandais de même profil.

D'un autre côté, avec 118,6 litres de bière par an et par individu de 15 ans et plus, les danois ont la plus forte consommation de bière de la zone Pays nordiques. Cette consommation élevée de bière des danois se vérifie sur l'ensemble de la période 1964-2003, malgré une baisse de près de 30% depuis 1983. Si la hausse de la consommation de bière des danois de 15 ans et plus est relativement modérée sur la période (+7,99%), en revanche, celles des suédois (+32,89%), des norvégiens (+78,58%), et surtout celle des finlandais (+221,71%) et des islandais (+386,35%) se révèlent plus sensible. Ainsi, un finlandais de 15 ans et plus qui ne consommait que 30,2 litres de bière en 1964, consommait près de 100 litres en 2003. Islandais, norvégiens et suédois, quant à eux, suivent à peu près le même parcours et atteignent un niveau de consommation de bière qui se situe entre 60 et 75 litres de bière.

Globalement, la tendance à la consommation de bière dans cette zone est haussière, alors que celle-ci était plutôt baissière dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique. De même, il semble qu'un effet de substitution entre spiritueux et bière soit vérifié pour les pays composant la zone Pays nordiques.

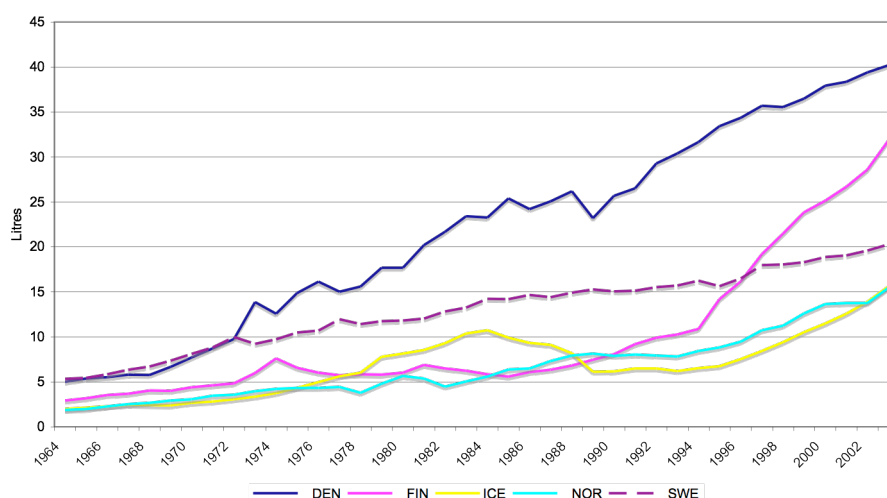
Graphique 24 – Consommation de bières dans la zone Pays nordiques, par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Enfin, concernant le vin, la tendance est clairement à la hausse pour l'ensemble des pays. Ainsi, avec seulement 280,83% d'augmentation de la consommation des 15 ans et plus, la Suède constitue le pays ayant la plus faible croissance, alors que les autres pays présentent des taux de croissance de l'ordre de 700% ou plus (680,42% pour l'Islande, 706,06 pour le Danemark, 730,03% pour la Norvège et 995,19% pour la Finlande). Ainsi, avec des consommations relativement faibles au milieu des années 60 (de 2 litres de vins à 5,3 litres), les niveaux de consommation s'élèvent à 40,2 litres pour un danois de 15 ans et plus qui arrive ainsi en tête des pays de cette zone en 2003, 31,8 litres pour un finlandais, 20,3 litres pour un suédois, 15,6 litres pour un islandais et 15,5 litres pour un norvégien. Globalement, cette zone connaît une croissance de sa consommation de vins bien plus forte que la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique et atteint des niveaux de consommation également plus élevés.

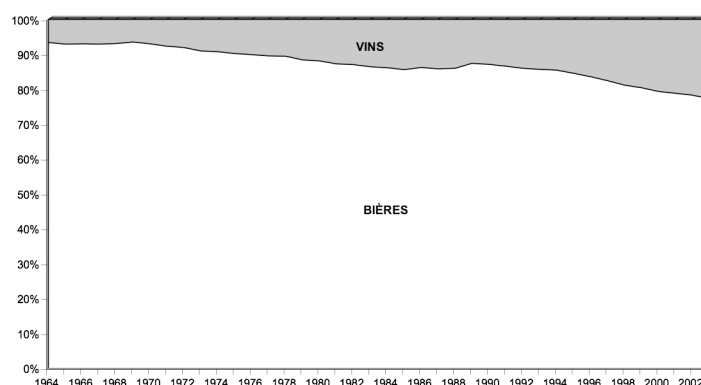
Graphique 25 – Consommation de vins dans la zone Pays nordiques, par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

En simplifiant, on peut dire que la consommation de vin dans cette zone s'est accrue au détriment de la bière et des spiritueux. Ainsi, si en 1964, la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Pays nordiques (Pays nordiques) se répartissait entre 93,4% de bière et 6,6% de vin (hors spiritueux), celle-ci était passée à 77,2% pour la bière et 22,8% pour le vin en 2003, cette tendance étant quasi-continue sur l'ensemble de la période. Comparativement à la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique, qui disposait d'une répartition « bière-vin » proche de celle de la zone Pays nordiques (Pays nordiques) en 1964, la croissance du vin est de 16,2 points par rapport à la bière dans la zone Pays nordiques (Pays nordiques), alors que celle-ci n'est que de 10 points dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique.

Graphique 26 – Bières vs. vins dans la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Pays nordiques.



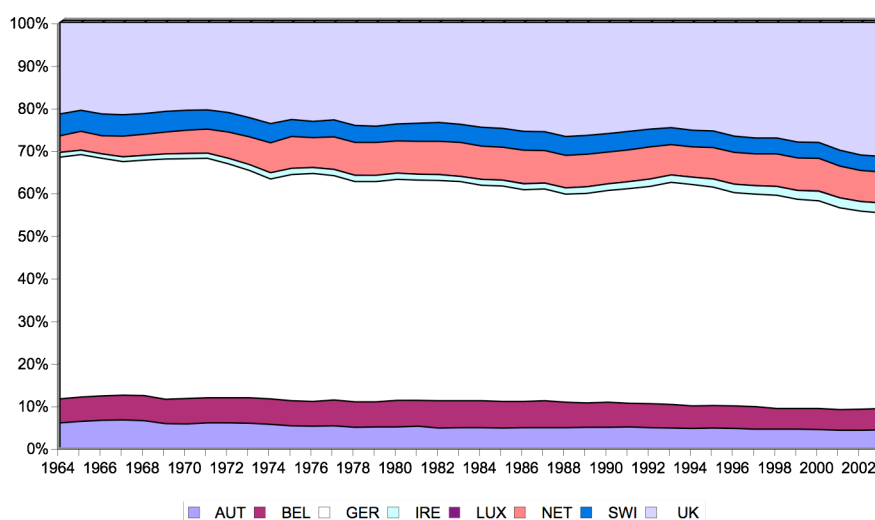
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

3 – Europe continentale

L'Europe continentale comprend des pays aux comportements plus erratiques ou à valeurs de consommation plus élevées, ou encore à profils différents, certains pouvant cependant se rapprocher des pays de la zone précédente.

Tout d'abord, l'Allemagne et le Royaume-Uni, du fait de leur poids démographique respectif, constituent les deux principaux marchés. Ainsi, l'Allemagne consomme, à elle seule, près de la moitié de l'alcool de cette zone, la tendance étant à une décroissance entre 1964 et 2003 de l'ordre de 10,9 points. Si en 1964 l'Allemagne représentait 56,9% de la consommation, elle continuait à absorber 46% de l'alcool consommé dans la zone Europe du Nord (continentale) en 2003. En fait, cette décroissance de la part de l'Allemagne est quasi-continue depuis le milieu des années 60. Cette baisse de l'Allemagne dans l'ensemble « profite » principalement au Royaume-Uni qui voit sa part croître de 10 points entre 1964 et 2003. Ainsi, le poids du Royaume-Uni dans la consommation d'alcool de cette zone passe de 21,6% en 1964 à 31,6% en 2003. Les Pays-Bas représentent, quant à eux, le second pays qui connaît la plus forte hausse de sa part dans la consommation totale (+3,4 points) passant de 3,6% en 1964 à 7% en 2003. Ils constituent également le troisième marché de cette zone. Enfin, l'Irlande est le troisième pays à voir sa part augmenter passant de 1,1% à 2,4% (+1,3 point).

Graphique 27 – Répartition de la consommation totale d'alcool entre les pays de la zone Europe continentale



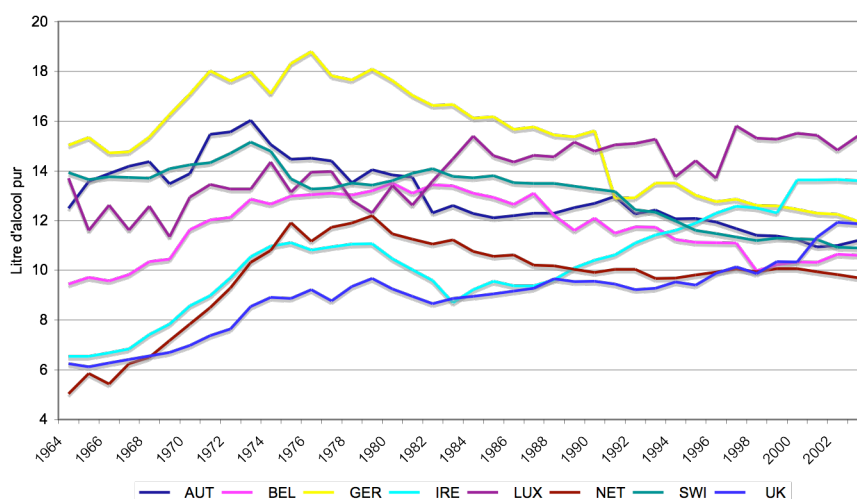
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Les autres pays de la zone (Autriche, Belgique, Luxembourg et Suisse) connaissent soit une baisse, soit une stagnation de leur poids respectif dans la consommation totale de cette zone. Ainsi, L'Autriche et la Suisse voient leur part respective perdre 1,6 point et 1,5 point, passant de 5,8% à 4,2% et de 5,1% à 3,6%, alors que la Belgique passe de 5,6% à 5% (-0,6 point) et le Luxembourg reste stable à 0,3%.

Analyse per capita

Cette première perception de la consommation globale par pays permet d'appréhender l'importance des marchés respectifs. Cependant, ceci ne signifie pas, par exemple, qu'un allemand boit plus d'alcool qu'un irlandais. Ainsi, en rapportant la consommation de ces différents pays à leur population de 15 ans et plus, les luxembourgeois de cette tranche d'âge s'avèrent être les plus gros consommateurs d'alcool de cette zone en 2003 avec 15,4 litres d'alcool pur par individu. Viennent ensuite les Irlandais (13,6 litres), les allemands (12 litres), suivis de près par les britanniques (11,9 litres), eux mêmes suivis des autrichiens (11,2 litres), des suisses (10,9 litres), des belges (10,6 litres) et enfin des néerlandais (9,7 litres).

Graphique 28 – Litres d'alcool pur consommés dans la zone Europe Continentale, par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Ce panorama doit cependant être relativisé. Ainsi, l'Allemagne après une forte hausse entre le milieu des années 60 et la seconde moitié des années 70 a connu une forte décroissance de sa consommation qui, sur l'ensemble de la période 1964-2003, a diminué de 20,33%. De même, l'Autriche et la Suisse, avec des consommations de l'ordre de 12,5 litres et 13,9 litres en 1964, ont respectivement

vu décroître leur consommation de l'ordre de 10,39% et 21,81%. Ainsi, ces trois pays (Allemagne, Suisse, Autriche) ont un profil quasi-identique. Globalement, ces pays se rapprochent du profil des pays de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique sans toutefois connaître une nouvelle phase de hausse sur la fin de la période.

Parmi les autres pays, deux d'entre eux ont connu une croissance modérée de leur consommation. Ainsi, avec une consommation des 15 ans et plus de l'ordre de 9,4 litres pour la Belgique et de 13,7 litres pour le Luxembourg en 1964, l'augmentation de la consommation n'a été que de 12,29% pour le premier de ces deux pays et de 12,34% pour le second. En terme de profil, la Belgique suit plutôt une courbe en cloche avec une légère reprise à la hausse sur les dernières années, se rapprochant clairement du profil des pays de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique, alors que le Luxembourg a un profil très erratique, mais globalement dirigé à la hausse.

Enfin, les trois derniers pays de cette zone continentale connaissent de fortes croissances : +90,20 pour le Royaume-Uni, +92,74% pour les Pays-Bas et +108,30 pour l'Irlande. Il faut noter que ces pays sont ceux dont les niveaux de consommation étaient les plus faibles en 1964 (5 litres par individu de 15 ans et plus pour les Pays-Bas, 6,2 litres pour le Royaume-Uni et 6,5 litres pour l'Irlande). De même, les Pays-Bas disposent d'un profil très comparable à celui des trois premiers pays de cette zone (Allemagne, Suisse, Autriche) et restent le pays dans cette zone où la consommation est la plus faible. En revanche, l'Irlande et le Royaume-Uni ont une tendance très marquée à la hausse, un irlandais de 15 ans et plus étant le deuxième plus gros consommateur d'alcool derrière un luxembourgeois de même profil, alors qu'un anglais, avant-dernier consommateur de cette zone en 1964, devient quatrième à quasi-égalité avec un allemand de la même tranche d'âge.

Analyse par produits

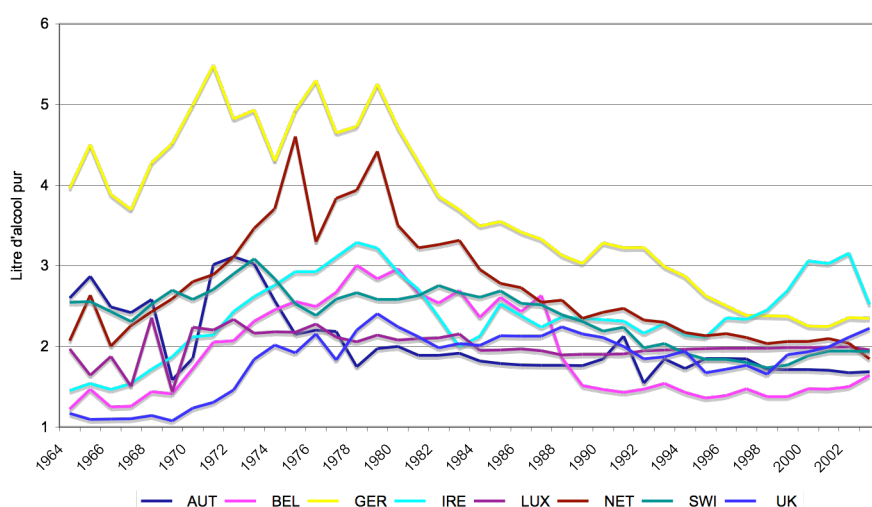
En terme de produits consommés, l'allemand de 15 ans et plus a fortement réduit sa consommation de spiritueux passant de 4 litres d'alcool pur en 1964 à 2,3 litres en 2003 (-40,77%), après avoir atteint 5,5 litres d'alcool pur sous forme de spiritueux en 1971. Au total, les spiritueux représentent 19,61% de la consommation d'alcool pur d'un allemand. De la même manière, un autrichien de 15 ans et plus a diminué sa consommation de spiritueux de l'ordre de 35,25% passant de 2,6 litres d'alcool pur à 1,7 litre entre 1964 et 2003, les spiritueux représentant 15,05% de sa

consommation d'alcool. Enfin, Suisse et néerlandais connaissent également une baisse sensible de leur consommation de spiritueux avec respectivement -23,91% et -10,98%, ces produits représentant approximativement entre 18% et 19% de leur consommation d'alcool.

Le Luxembourg est, pour sa part, le seul pays de cette zone à voir sa consommation de spiritueux stagner (-0,72%) ce produit ne rentrant que pour 12,7% dans la consommation d'alcool de sa population de 15 ans et plus.

Enfin, la Belgique (+34,36%), l'Irlande (+73,59%) et le Royaume-Uni (+90,20%) connaissent de fortes hausses de leur consommation de spiritueux. Ceci s'explique du fait d'une sous-consommation initiale de ce type de produits par ces pays qui consommaient respectivement 1,2 litre d'alcool pur sous forme de spiritueux, 1,5 litre et 1,2 litre en 1964. Cette augmentation de la consommation de spiritueux entre 1964 et 2003 conduit un irlandais de 15 ans et plus à devenir le premier consommateur de spiritueux dans cette zone en 2003 avec 2,5 litres d'alcool pur sous forme de spiritueux, ce produit entrant pour 18,52% dans sa consommation d'alcool, alors qu'un belge de même profil reste, à l'inverse, dernier consommateur de spiritueux dans cette zone, ce produit entrant pour seulement 15,45% dans sa consommation totale d'alcool. Enfin, la consommation d'alcool d'un anglais se compose à 18,75% de spiritueux, celui-ci devenant troisième plus gros consommateur de spiritueux de cette zone derrière les irlandais et les allemands.

Graphique 29 – Consommation de spiritueux dans la zone Europe continentale, par habitant 15 ans et plus

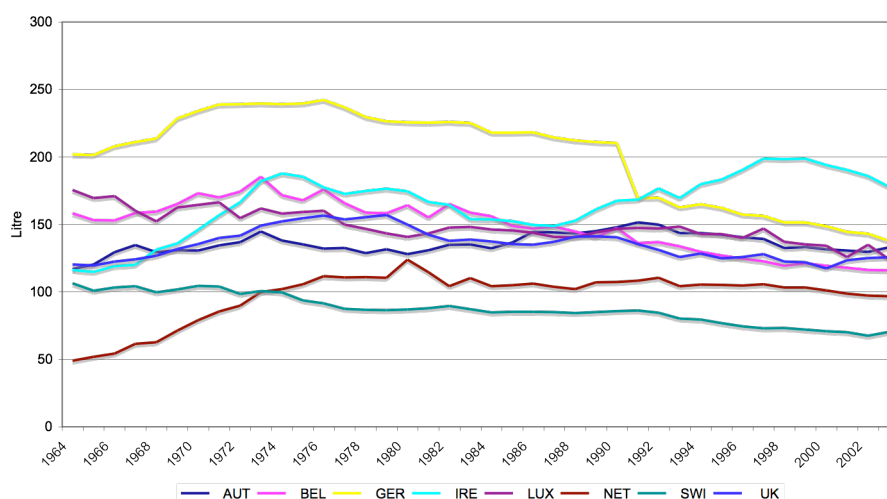


Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

De manière synthétique, on peut considérer que la consommation de spiritueux par individu de 15 ans et plus dans cette zone est plutôt orientée à la baisse depuis le début des années 80. Cette tendance est globalement celle du premier groupe de pays de la zone Europe du Nord, mais diffère de la tendance de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique qui connaît une remontée de la consommation plus marquée depuis la seconde moitié des années 90.

Concernant la bière, cette zone regroupe des pays fortement consommateurs de ce type de produit. Ainsi, en 1964 seuls les néerlandais de 15 ans et plus consommaient moins de 100 litre de bières par an (48,9 litres), alors qu'un suisse consommait 106,2 litres, un irlandais 116,1 litres, un autrichien 116,9 litres, un anglais 120,3 litres, un belge 158,3 litres, un luxembourgeois 175,4 litres et un allemand 201,8 litres. A titre de comparaison, un néo-zélandais (plus gros consommateur de bière de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique) consommait 152,8 litres et un australien 148,8 litres en 1964, les autres pays de cette zone étant en dessous de 100 litres, et un danois (plus gros consommateur de bière de la zone Europe du Nord (Pays nordiques)) consommait 109,8 litres, les autres pays de cette zone étant en dessous de 50 litres.

Graphique 30 – Consommation de bières dans la zone Europe continentale par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

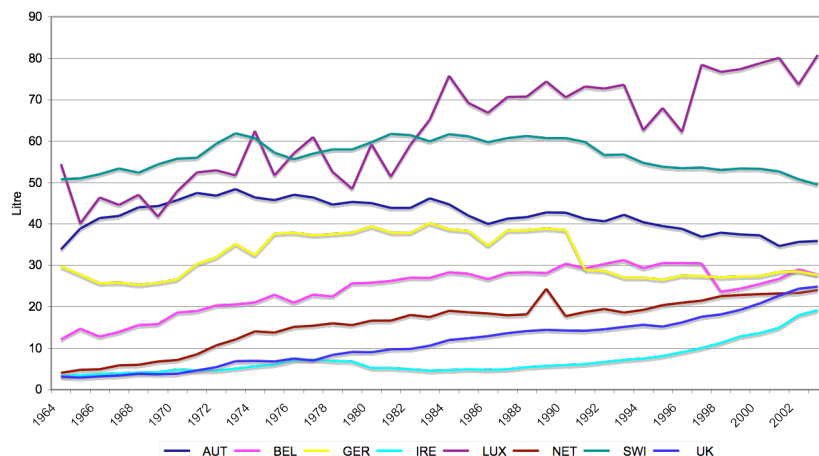
Globalement, la tendance de la consommation sur ce type de produit est plutôt baissière pour la période 1964-2003, ceci étant vérifié pour l'ensemble des pays de cette zone (sauf l'Irlande) depuis le début des années 80. La plus forte variation à la baisse est de l'ordre de 33,8% pour la Suisse (70,3 litres en 2003), suivie par l'Allemagne (-31,71% à 137,8 litres en 2003), alors que la plus forte

variation à la hausse est de l'ordre de 97,5% pour les Pays-Bas (96,6 litres en 2003), suivis de l'Irlande avec +53,19 (177,9 litres en 2003). Enfin, le Royaume-Uni (+4,24% à 125,4 litres) et l'Autriche (+13,8% à 133 litres) connaissent des hausses de consommation « raisonnables » sur la période 1964-2003, alors que la Belgique et le Luxembourg connaissent des baisses similaires (respectivement -26,77% à 115,9 litres et -29,21% à 124,1 litres).

Enfin, concernant le vin, les situations sont assez disparates. En effet, les pays qui, en 1964, avaient une consommation relativement importante de vin voient celle-ci croître de façon marginale, voire diminuer. Par exemple, un autrichien de 15 ans et plus qui consommait 33,8 litres de vin en 1964, consommait 35,8 litres en 2003, soit une augmentation de seulement 6,02%. De même, un suisse qui consommait 50,8 litres de vin en 1964 ne consommait plus que 49,5 litres de vins en 2003 (soit -2,49%). Idem pour un allemand qui ne consommait que 29,7 litres de vins en 2003 et qui voit sa consommation baisser à 27,7 litres, soit -6,81%. Ainsi, parmi ces pays, seul le Luxembourg voit sa consommation passer à 80,8 litres en 2003, alors qu'elle s'élevait déjà à 54,4 litres en 1964, soit +48,41% sur cette période.

En revanche, comme pour les pays des autres zones étudiées précédemment qui disposaient de faibles niveaux de consommation de vin, les taux de croissance de consommation de vin s'avèrent extrêmement élevés pour le Royaume-Uni (+696,45%), les Pays-Bas (+493,63%), l'Irlande (+473,59%) et, dans une moindre mesure, la Belgique (+129,69%). Il faut dire qu'avec 3,1 litres pour le Royaume-Uni, 4,1 litres pour les Pays-Bas et 3,3 litres pour l'Irlande, ces pays avaient une marge de progression en terme de consommation, la Belgique avec 12,1 litres consommés en 1964 étant, quant à elle, intermédiaire entre ces pays à faible consommation de vin et les autres pays de cette zone.

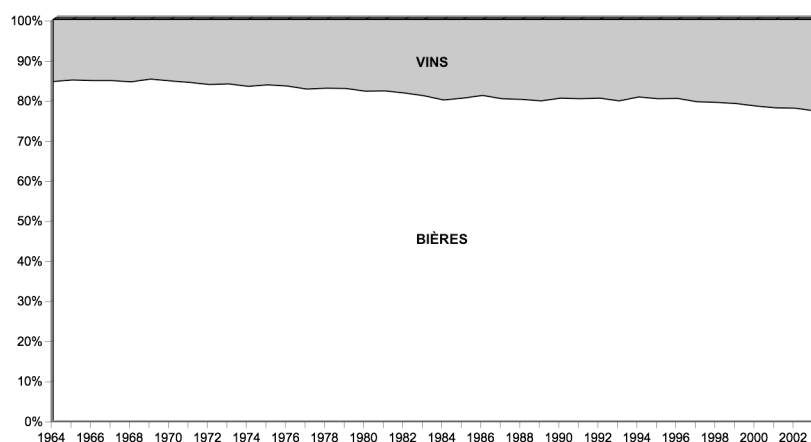
Graphique 31 – Consommation de vins dans la zone Europe continentale par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Comparativement aux autres zones, la tendance à l'accroissement de consommation du vin par rapport aux autres produits est plus contrastée. En effet, dans cette zone, la moitié des pays présente une consommation à la hausse, l'autre moitié étant à la baisse. Ceci se ressent lorsque l'on compare la part du vin et de la bière dans la consommation d'un individu de 15 ans et plus. Si, globalement, la consommation de vin dans cette zone s'est accrue au détriment de la bière et des spiritueux, cette tendance est moins nette que dans les autres zones. Ainsi, si en 1964, la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Europe continentale se répartissait entre 15,5% de vin et 84,5% de bière (hors spiritueux), celle-ci était passée à 77,2% pour la bière et 22,8% pour le vin en 2003, soit une progression de 7,3 points du vin au détriment de la bière. Pour mémoire, cette progression était de l'ordre de 16,2 points dans la zone Europe du Nord (Pays nordiques) et de 10 points dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique.

Graphique 32 – Bières vs. vins dans la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Europe du Nord (continentale)



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

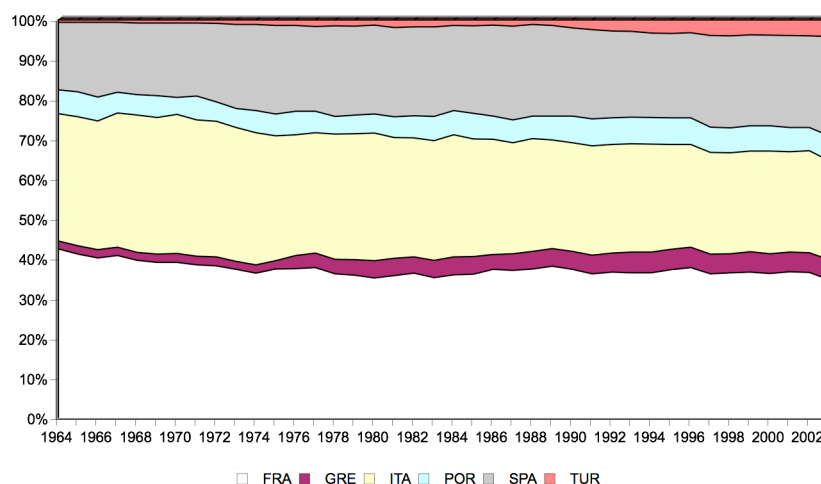
4 – Europe du Sud

La zone Europe du Sud dispose, quant à elle, d'un profil radicalement différent de l'ensemble des zones étudiées précédemment, notamment en terme de structure de consommation.

Tout d'abord, malgré un poids démographique relativement proche de l'Italie, la France a toujours constitué le principal marché. Ainsi, la France consommait, à elle seule, 42,4% de l'alcool consommé dans cette zone en 1964, mais « seulement » 34,7% en 2003, soit une baisse de 7,7 points entre 1964 et 2003. En fait, il apparaît que, depuis de nombreuses années, la part de la France dans cette ensemble oscille entre 36% et 38%, et ce n'est qu'en 2003 que celle-ci perd 1,8 point pour atteindre 34,7%. Cette décroissance de la part de la France n'a pas « profité » à l'Italie, puisque celle-ci voit également son poids dans l'ensemble diminuer de 7,1 points sur cette période, la part de l'Italie passant de 31,9% en 1964 à 24,8% en 2003. A noter que cette décroissance est quasi-continue depuis le milieu des années 80. En revanche, l'Espagne et la Grèce sont les deux pays qui « bénéficient » de la perte de vitesse de la France et de l'Italie. Ainsi, si l'Espagne représentait 16,9% de l'ensemble en 1964, celle-ci est passée à 24,9% en 2003, soit un accroissement de 8 points. La Grèce, quant à elle, gagne 3 points, passant d'environ 2% à 5,1%. Enfin, le Portugal a une croissance quasi-nulle sur l'ensemble de la période (+0,2 point) avec une part de 6,2% en 2003, alors que la Turquie représente

le plus petit marché de la zone (4,2% en 2003), mais en progression constante avec +3,6% sur la période.

Graphique 33 – Répartition de la consommation totale d'alcool entre les pays de la zone Europe du Sud

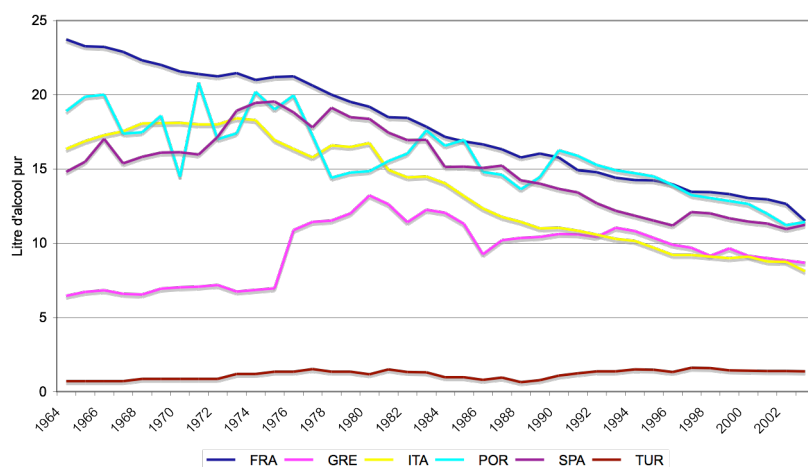


Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Analyse per capita

cache en fait des mouvements importants en terme de consommation par individu. Ainsi, quatre des cinq principaux pays de cette zone voient baisser leur consommation par individu de 15 ans et plus entre 1964 et 2003 : - 51,52% pour la France, -50,46 pour l'Italie, -39,49% pour le Portugal et -24,13% pour l'Espagne. Ainsi, la France passe de 23,7 litres d'alcool pur par individu de 15 ans et plus en 1964 à 11,5 litres en 2003, l'Italie de 16,3 litres à 8,1 litres, le Portugal de 18,9 litres à 11,4 litres et l'Espagne de 14,8 litres à 11,2 litres. En revanche, la Turquie connaît la plus forte hausse (+95,81%) passant d'environ 0,7 litre à 1,4 litre par habitant de 15 ans et plus. Cette tendance haussière de la Turquie est, de plus, quasi-continue. Le cas de la Grèce est un peu particulier, puisque l'on constate une hausse de 34,5% sur la période (de 6,6 litres en 1964 à 8,1 litres en 2003), mais ce pays connaît une décroissance de sa consommation par habitant de 15 ans et plus de 34,33% entre 1980 et 2003. Ainsi, la consommation d'alcool de L'Europe du Sud est assez sensiblement orientée à la baisse, ce qui rapproche cette zone de certains pays de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique et de certains pays du second groupe de la zone Europe du Nord.

Graphique 34 – Litres d'alcool pur consommés dans la zone Europe du Sud par habitant 15 ans et plus



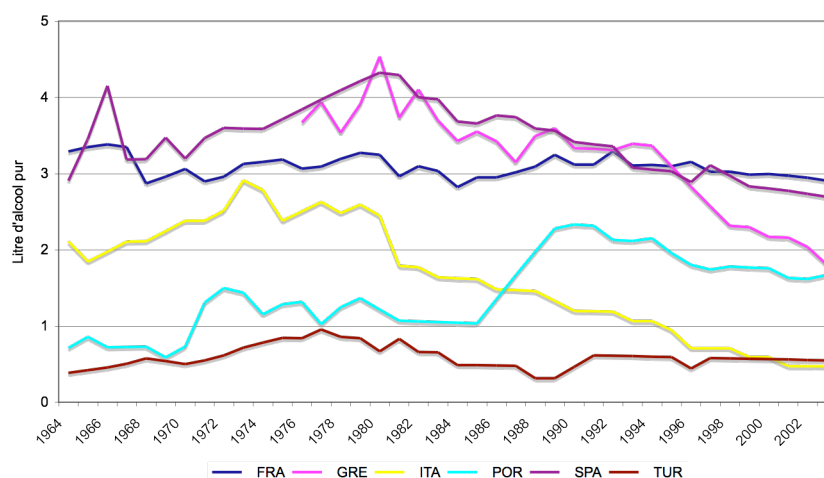
Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Analyse par produits

En terme de produits consommés, quatre pays (Espagne, France, Grèce et Italie) connaissent une décroissance de leur consommation de spiritueux, alors que la tendance du Portugal et de la Turquie est plutôt haussière. La plus forte baisse revient à l'Italie (-77,74%), un individu de 15 ans ou plus passant sa consommation de 2,1 litres d'alcool pur sous forme de spiritueux en 1964 à 0,5 litre en 2003. La Grèce, quant à elle, en passant de 3,7 litres d'alcool pur en 1976 à 1,8 litre en 2003 connaît la deuxième plus forte baisse (-50,85%), alors que la France voit sa consommation de spiritueux baisser de 11,64% (de 3,3 litres d'alcool pur en 1964 à 2,9 litres en 2003) et l'Espagne de -7,22% sur l'ensemble de la période pour atteindre 2,7 litres d'alcool pur par habitant de 15 ans et plus en 2003. En terme de profil, l'Italie, L'Espagne et la Grèce sont assez semblables avec une croissance de la consommation dans un premier temps, pour ensuite atteindre un maximum et connaître une phase de décroissance. La France, quant à elle, dispose d'un profil beaucoup plus « plat » où hausses et baisses se succèdent.

Les deux pays haussiers, sont assez différents puisqu'un turc de 15 ans et plus augmente sa consommation de 42,4% (de 0,4 litre d'alcool pur sous forme de spiritueux en 1964 à 0,5 litre en 2003), alors qu'un portugais augmente sa consommation de 134,74% en passant de 0,7 litre d'alcool pur en 1964 à 1,7 litre en 2003. De même, en terme de profil, la Turquie dispose d'un profil assez plat sur ces dernières années, alors que le Portugal voit sa consommation décroître de 27,92% entre 1991 et 2003.

Graphique 35 – Consommation de spiritueux dans la zone Europe du Sud par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

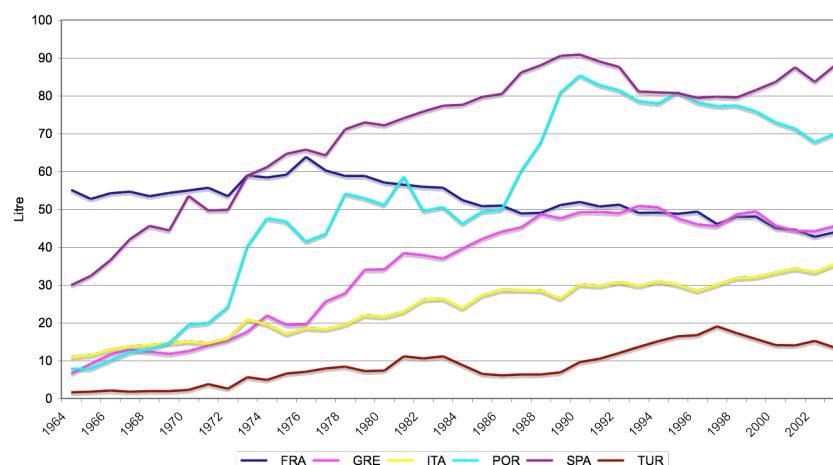
Globalement, la tendance baissière de la consommation de spiritueux des individus de 15 ans et plus rencontrée dans les autres zones se confirme ici. De plus, la consommation d'alcool pur d'un Grec de 15 ans et plus était constituée à 33,73% de spiritueux en 1976 contre 20,78% en 2003, celle d'un italien de 12,9% en 1964 contre 5,8% en 2003, et celle d'un turc de 55% en 1964 contre 40% en 2003. En revanche, la consommation d'alcool pur d'un français de 15 ans et plus se compose à 25,27% de spiritueux en 2003 contre 13,86% en 1964, celle d'un portugais de 14,58% en 2003 contre 3,76 en 1964 et celle d'un espagnol de 24% en 2003 contre 19,63% en 1964.

Concernant la bière, les pays de la zone Europe du Sud sont plutôt sous-consommateurs comparativement aux autres zones. Ainsi, la France avec 55,1 litres de bières par individu de 15 ans et plus et l'Espagne avec une trentaine de litres étaient les seuls pays de cette zone à disposer d'une consommation proche de celle du premier groupe de pays de la zone Pays nordiques. En revanche, avec 10,9 litres pour l'Italie en 1964, 7,8 litres pour le Portugal, 6,6 litres pour la Grèce et 1,6 litres pour la Turquie, il apparaît que la bière ne constituait pas, au milieu des années 60, le produit phare dans la consommation d'alcool des européens du sud.

Cependant, les taux de croissance sur la bière dans cette zone sont assez remarquables. Exceptée la France qui voit décroître sa consommation de bière entre 1964 et 2003 (-20,37%) pour atteindre en 2003 seulement 43,9 litres, l'ensemble des autres pays connaissent des taux de croissance à trois chiffres : +194,28% pour l'Espagne dont les habitants de 15 ans et plus deviennent ainsi les premiers

consommateurs de bière dans cette zone avec 87,9 litres en 2003, +222,83% pour les italiens qui consomment 35,3 litres par an et par individu de 15 ans et plus la même année, +591,29 pour la Grèce qui dépasse la France avec 45,5 litres de bière consommés annuellement en 2003, +752,84% pour la Turquie qui parvient à 13,5 litres et +794,77% pour le Portugal qui avec 70 litres consommés en 2003 conduit les portugais de 15 ans et plus à la deuxième place de la zone Europe du Sud en terme de consommation de bière. Il est à noter que cette zone est la seule, avec la première zone d'Pays nordiques, à voir augmenter la consommation de bière des 15 ans et plus.

Graphique 36 – Consommation de bières dans la zone Europe du Sud par habitant 15 ans et plus

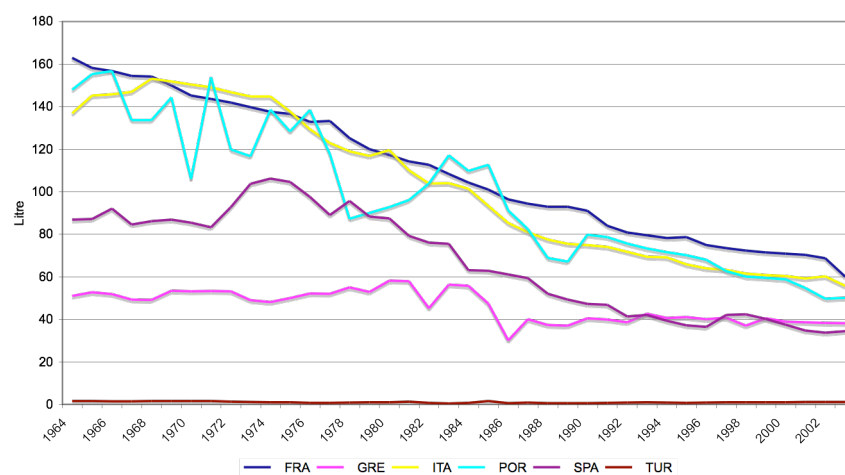


Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

Enfin, concernant le vin, de notables bouleversements ont eu lieu dans cette zone. Traditionnellement grands producteurs et consommateurs de vin, les pays du sud de l'Europe (Italie, Espagne, France, Portugal et, dans une moindre mesure, la Grèce) voient la consommation des 15 ans et plus s'effondrer. Ainsi, un français de 15 ans et plus consommait annuellement 162,9 litres en 1964. En 2003, cette consommation annuelle n'est plus que de 60 litres, soit une baisse de 63,16%. De même, le Portugal connaît une baisse de 66,14%, passant de 147,8 litres en 1964 à 50,1 litres en 2003. L'Espagne et l'Italie suivent le même chemin avec une baisse respective de 60,44% et 59,26%, un espagnol de 15 ans et plus diminuant sa consommation annuelle de vin de 86,9 litres en 1964 à 34,4 litres en 2003, alors qu'un italien réduit sa consommation de 136,8 litres en 1964 à 55,7 litres en 2003. Enfin, la Turquie et la Grèce sont les pays les moins touchés du fait d'une consommation initiale plus faible : -30,38% pour la Turquie avec 1,1 litre en 2003 contre 1,6 litre en 1964 ; -

25,25% pour la Grèce avec 38,1 litres en 2003 contre 50,9 litres en 1964.

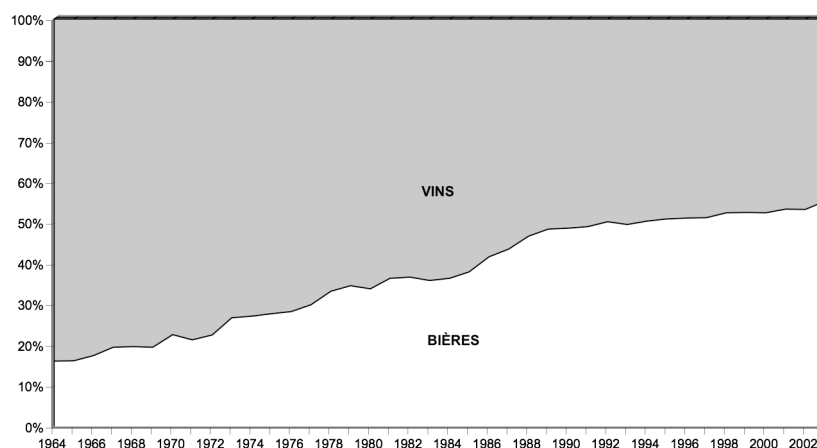
Graphique 37 – Consommation de vins dans la zone Europe du Sud par habitant 15 ans et plus



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

En simplifiant, cette étude par produit montre que, globalement, et dans des proportions diverses, la consommation de vin dans cette zone a fortement baissé au profit de la bière. Ainsi, si en 1964, la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Europe du Sud se répartissait entre 84% de vins et 16% de bières (hors spiritueux), celle-ci était passée à 55,3% pour la bière et 44,7% pour le vin en 2003. Non seulement cette tendance est continue sur l'ensemble de la période, mais ce profil de l'Europe du Sud (rééquilibrage en faveur de la bière) va à contre-courant de toutes les autres zones géographiques.

Graphique 38 – Bières vs. vins dans la consommation d'un individu de 15 ans et plus dans la zone Europe du Sud



Source : construction à partir des données World Drinks (2005)

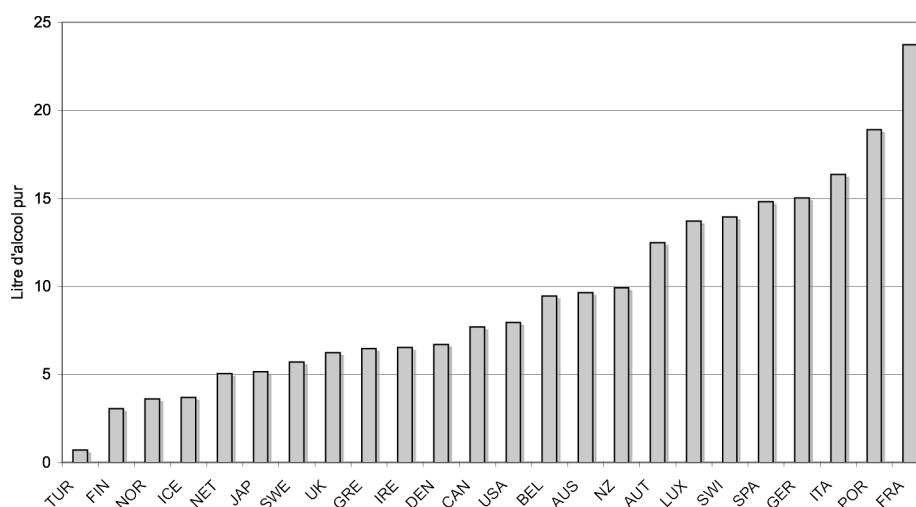
5 – Synthèse

Globalement, il semblerait que les spécificités de chaque zone, même si elles demeurent encore aujourd'hui, ont tendance à être moins nette et qu'une certaine tendance à l'uniformisation des pratiques semble inévitable.

Ainsi, l'Europe du Sud consomme nettement moins de vin et plus de bières, les autres zones (Amérique du Nord-Asie-Pacifique, Pays nordiques et Europe continentale) consommant moins de bière et plus de vin. De même, et selon les pays, les tendances sur les spiritueux sont plus ou moins marquées. Enfin, toutes ces zones connaissent une décroissance de leur consommation individuelle d'alcool.

Pour se convaincre de cette homogénéisation des pratiques, il suffit de constater qu'un français de 15 ans et plus détenait, en 1964, le record de consommation annuelle d'alcool avec 23,7 litres d'alcool pur. De même, on peut remarquer que, parmi les cinq premiers du classement de la même année, quatre pays de l'Europe du Sud sont présents (France, Portugal, Italie, Espagne), l'Allemagne s'intercalant entre l'Italie et l'Espagne. Viennent ensuite les pays du second groupe de l'Europe du Nord (Allemagne, Suisse, Luxembourg, Autriche et Belgique), la Nouvelle-Zélande et l'Australie s'intercalant entre l'Autriche et la Belgique. En queue de classement (excepté la Turquie) on retrouve plutôt une prédominance des pays nordiques (Finlande, Norvège, Islande et Suède) qui occupent quatre des sept dernières places.

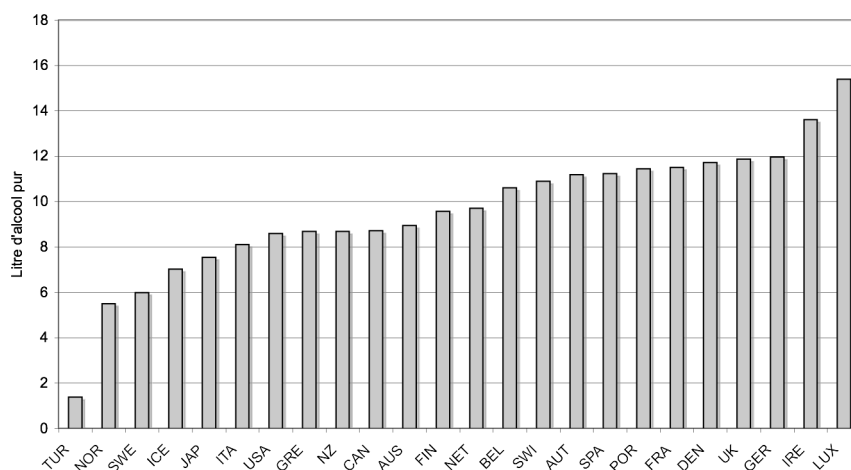
Graphique 39 - Comparaison de la consommation par habitant de 15 ans et plus au sein de l'OCDE en 1964



Source : construction à partir de World Drinks (2005)

Comparativement à 1964, l'année 2003 (et l'évolution globale sur la période étudiée) montre qu'une homogénéisation des pratiques a eu lieu sur un fond de baisse de la consommation qui passe en 1964 de 10,07 litres à 8,90 litres en 2003, par habitant de la zone OCDE. Hors Turquie, l'écart de consommation entre le dernier (Finlande avec 3 litres d'alcool pur) et le premier (France avec 23,7 litres d'alcool pur) était de 679,46% en 1964. En 2003, cet écart n'était plus que de 180,7%, le Luxembourg étant en tête avec 15,4 litres d'alcool pur consommé par habitant de 15 ans et plus, la Norvège fermant la marche avec 5,5 litres d'alcool pur. Si les pays nordiques restent en queue de classement (Norvège, Suède et Islande), certains pays comme la Finlande bondissent dans le classement passant de l'avant-dernière place à la treizième place sur vingt-quatre pays composant le panel. De la même manière, certains pays reculent de manière importante dans le classement comme, par exemple, l'Italie qui passe de la troisième place à la dix-neuvième place. Globalement, les pays du sud reculent, puisqu'en plus de l'Italie, la France, le Portugal et l'Espagne occupent respectivement la sixième, septième et huitième place du classement.

Graphique 40 - Comparaison de la consommation par habitant de 15 ans et plus au sein de l'OCDE en 2003



Source : construction à partir de *World Drinks* (2005)

Consommation totale de l'OCDE:

Consommation moyenne par habitant de 15 ans et plus dans l'OCDE:

10,07 litres en 1964

8,90 litres en 2003

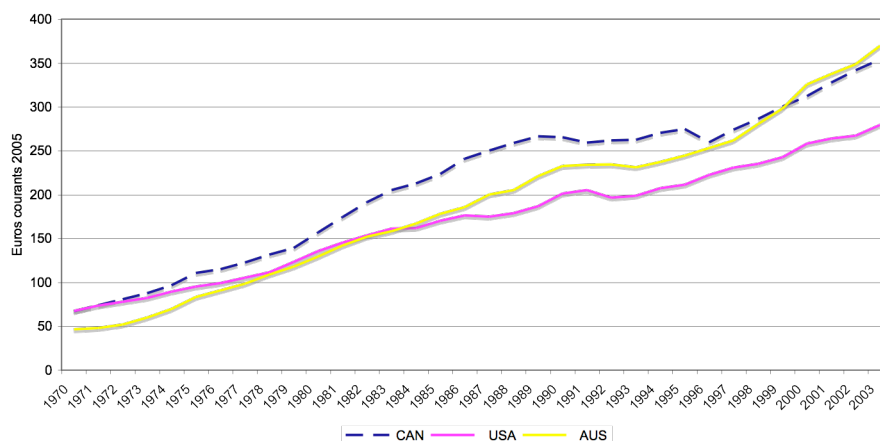
IV — PRIX MOYEN DE L'ALCOOL DANS L'OCDE

Le calcul du prix moyen d'un litre d'alcool pur passe, tout d'abord, par l'analyse en valeur de la consommation d'alcool dans les pays concernés. Par souci de clarté, la décomposition effectuée précédemment par zone géographique pour la consommation en volume peut être en partie reprise ici.

1 — Amérique du Nord-Asie-Pacifique

Dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique, l'OCDE ne dispose de données que pour trois pays : Canada, ETATS-UNIS et Australie. Pour l'ensemble de ces derniers, la dépense de consommation finale par individu de 15 ans et plus a une tendance haussière. Ainsi, en 1970, un américain de 15 ou plus dépensait 67,30 euros chaque année, alors qu'en 2003 il dépensait 279,56 euros (+315,37%) ; au Canada, cette dépense est passée de 67,14 euros en 1970 à 354,33 euros en 2003 (+427,78%) ; enfin, en Australie, cette augmentation était de l'ordre de 696,73% (46,42 euros en 1970 contre 369,84 euros en 2003).

Graphique 41 — Dépense de consommation finale dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique par habitant de 15 ans et plus



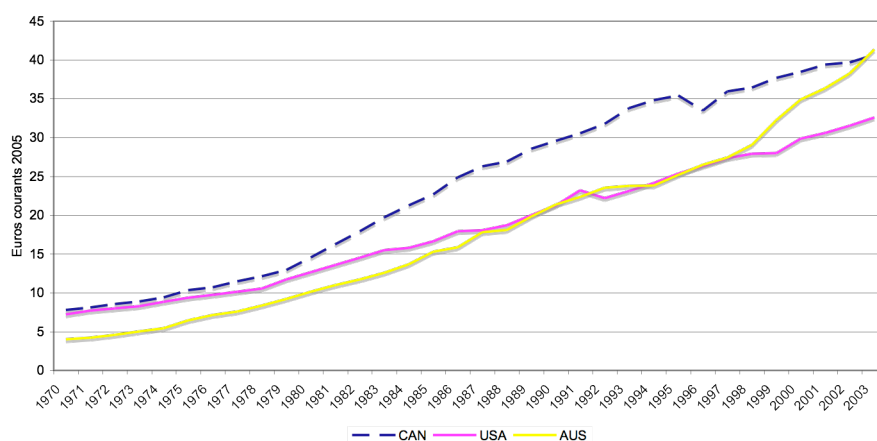
Source : OCDE (2005)

Ainsi, ces trois pays connaissent un niveau de dépenses par individu de 15 ans et plus à peu près identiques, bien que les Etats-Unis dépensent moins par « tête », de l'ordre de 21,10% comparativement au Canada, ce dernier pays ayant un niveau de dépenses comparable à celui de l'Australie. En fait, si le profil des trois pays est proche, le rythme d'accroissement des dépenses aux Etats-unis

a été légèrement plus faible que dans le deux autres pays, alors que celui de l'Australie a été plus important.

Cette différence de dépenses par individu de 15 ans et plus s'explique par le lien entre consommation en volume et prix moyen. Par exemple, un pays à faible consommation, du fait de prix élevés, peut connaître un niveau de dépenses supérieur à un pays à consommation plus élevée mais à prix plus faible. Cette analyse est illustrée par un pays comme l'Australie qui dispose d'un niveau de consommation d'alcool en volume (exprimée en litres d'alcool pur) plus élevé sur l'ensemble de la période, mais qui pourtant a un niveau de dépenses plus faible que les Etats-unis jusque dans la première moitié des années 80 et que le Canada jusqu'à la fin des années 90. En d'autres termes, le prix moyen d'un litre d'alcool pur en Australie est inférieur au prix moyen des Etats-unis jusqu'à la fin des années 80 et à celui du Canada jusqu'au début des années 2000.

Graphique 41 – Prix moyen d'un litre d'alcool pur dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique



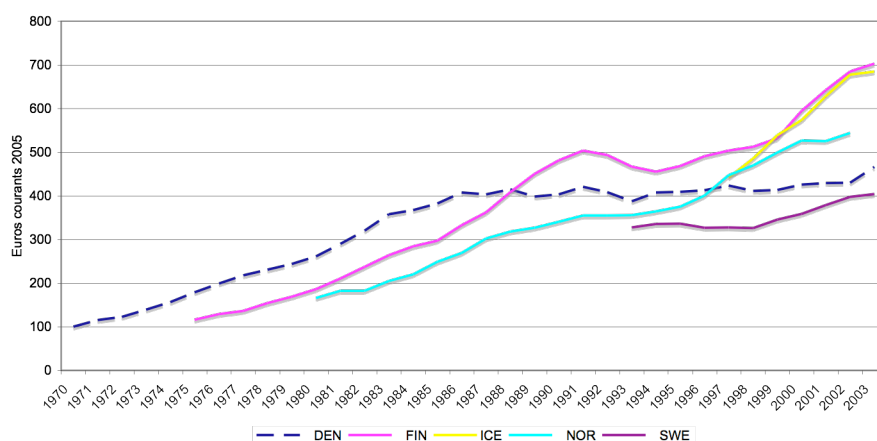
Source : construction à partir des données OCDE

Globalement, l'évolution haussière des prix moyens d'un litre d'alcool pur dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique est similaire à celle suivie par le prix moyen en France. Cependant, ces prix se révèlent bien plus élevés qu'en France en 2003, de l'ordre de 28,36% aux Etats-Unis, 60,26% au Canada et 62,99% en Australie. Au total, le prix d'un litre d'alcool pur aux Etats-unis est de 32,58 euros en 2003 (contre 7,21 euros en 1970, soit +352,02%), 40,67 euros au Canada (contre 7,79 euros en 1970, soit +422,29%) et 41,37 euros en Australie (contre 4,01 euros en 1970, soit +926,58%). Rappelons qu'en France le prix d'un litre d'alcool pur s'élève à 25,38 euros en 2003, contre 2,31 euros en 1970, soit une multiplication par 11 sur l'ensemble de la période.

2 – Pays nordiques

Dans les pays nordiques (Danemark, Finlande, Islande, Norvège et Suède), la dépense de consommation finale par individu de 15 ans et plus a une tendance haussière pour l'ensemble des pays. Ainsi, en 1970, un danois de 15 et plus dépensait 100,45 euros chaque année, alors qu'en 2003 il dépensait 465,95 euros (+363,85%) ; en Finlande, cette dépense est passée de 116,22 euros en 1975 à 702,33 euros en 2003 (+504,30%) ; en Norvège, cette augmentation était de l'ordre de 227,54% (166,01 euros en 1980 contre 543,75 euros en 2002) ; enfin, en Suède cette augmentation n'a été que de 23,40% entre 1993 et 2003 (de 327,53 euros à 404,17 euros), alors qu'elle fut de 55,04% en Islande pour la seule période 1997-2003.

*Graphique 43 – Dépense de consommation finale dans la zone
Pays nordiques par habitant de 15 ans et plus*



Source : OCDE (2005)

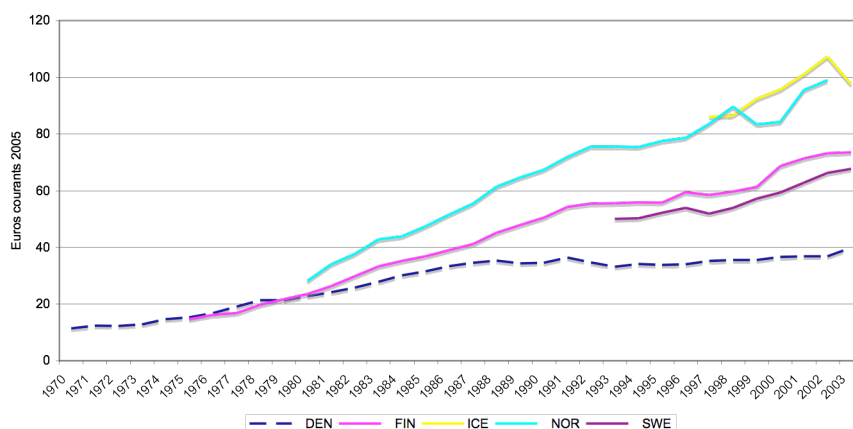
Ainsi, les pays de cette zone connaissent globalement des niveaux de dépenses élevés par individu de 15 ans et plus comparativement aux pays de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique, alors que nous savons que les pays nordique sont parmi ceux qui consomment le moins d'alcool. En conséquence, cette différence pourrait s'expliquer simplement par l'existence d'un prix moyen du litre d'alcool pur plus élevé pour ces pays que pour ceux de la zone précédente. Nous y reviendrons.

Ainsi, en comparant les pays des deux zones pour la dernière année d'observation (2003 sauf 2002 pour la Norvège), il apparaît que le prix moyen du Danemark en 2003 s'élève à 39,8 euros. Parallèlement, ce prix est aussi le plus faible de la zone Pays nordiques (Pays nordiques), puisque le prix moyen suédois est de l'ordre de 67,6 euros, de 73,5 euros pour la Finlande, 97,5 euros pour

l'Islande et 98,9 euros pour la Norvège en 2002. Or, le prix moyen danois correspond globalement aux prix pratiqués dans la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique (32,58 euros pour les Etats-unis, 40,67 euros pour le Canada et 41,37 euros pour l'Australie).

En fait, il apparaît que les pays de cette zone Europe (à l'exception du Danemark) ont retenu une politique de prix élevés, ces prix étant de plus en constante augmentation : seulement +13,39% pour l'Islande, mais sur la seule période 1997-2003, +35,17% en Suède entre 1993 et 2003, +252,10% en Norvège entre 1980 et 2002 et +402,48% en Finlande entre 1975 et 2003. Le Danemark, quant à lui, a connu une augmentation de son prix moyen de l'ordre de 251,06% entre 1970 et 2003.

Graphique 44 – Prix moyen d'un litre d'alcool pur dans la zone Pays nordiques



Source : construction à partir des données OCDE

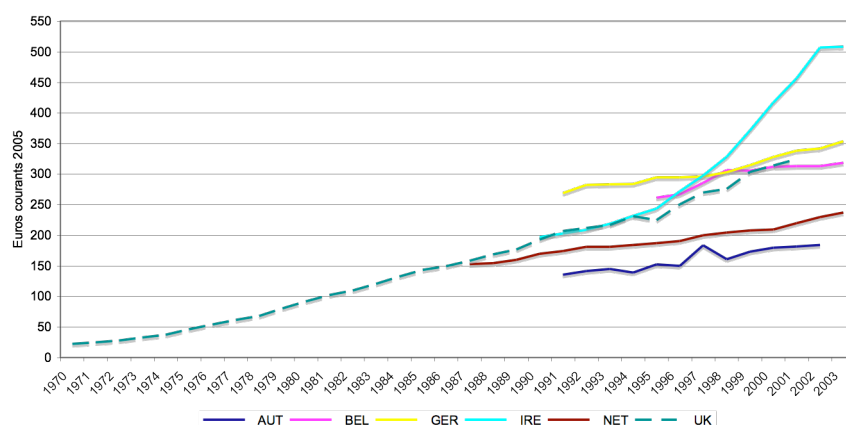
Globalement, l'évolution haussière des prix moyens d'un litre d'alcool pur dans la zone Pays nordiques est similaire à celle suivie par le prix moyen en France. Cependant, ces prix se révèlent bien plus élevés qu'en France en 2003, malgré une croissance du prix moyen français plus élevée. Ceci traduit simplement la faiblesse du prix moyen français de 1970.

3 – Europe continentale

Comme pour le groupe précédent, la tendance de la dépense de consommation finale par individu de 15 ans et plus est à la hausse pour l'ensemble des pays du deuxième groupe de l'Europe continentale (Autriche, Belgique, Pays-Bas, Allemagne, Irlande, Grande-Bretagne).

Ainsi, chaque habitant de 15 et plus au Royaume-Uni dépensait, en 2001, 324,35 euros pour sa consommation d'alcool, contre 22,28 euros en 1970 (soit x14,56). Sur des périodes plus courtes, la croissance des dépenses en alcool n'est que de l'ordre de 54,90% pour un néerlandais entre 1987 et 2003 (passant de 152,94 euros à 236,91 euros), alors qu'elle s'élève à 157,92% pour un irlandais de 15 et plus entre 1990 et 2003, l'irlandais dépensant le plus en alcool dans cette zone avec 508,39 euros en 2003. Cette augmentation est de 21,81% pour un belge entre 1995 et 2003 (passant de 261,33 euros à 318,33 euros), et de 31,60% pour un allemand entre 1991 et 2003 (de 268,82 euros à 353,76 euros). Enfin, un autrichien dépensait 135,33 euros en 1991, contre 183,95 en 2002 (+35,93%).

Graphique 45 – Dépense de consommation finale dans la zone continentale, par habitant de 15 ans et plus

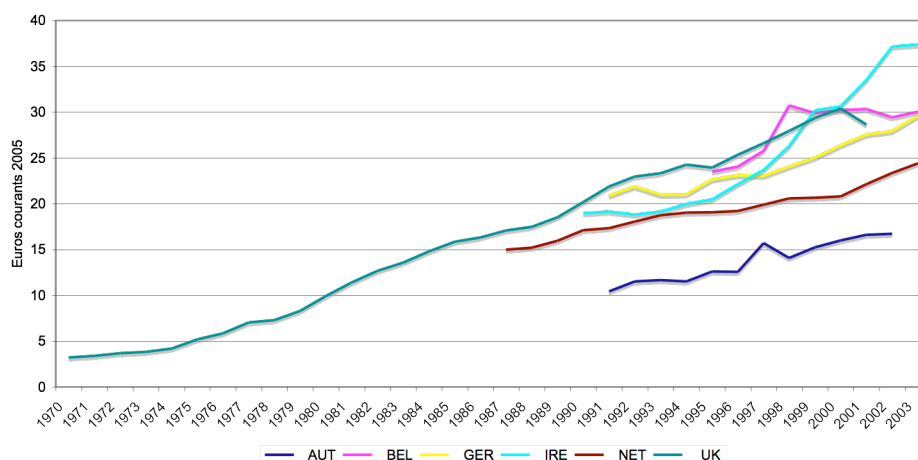


Source : OCDE (2005)

Globalement, les niveaux de dépenses de cette zone sont assez comparables à ceux de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique, i.e. bien inférieurs aux niveaux de dépenses des pays nordiques. En fait, seule l'Irlande pourrait se retrouver avec les pays à fort niveaux de dépenses.

Bien évidemment, cette hausse des dépenses en alcool, combinée à une tendance à la baisse de la consommation en volume, se traduit mécaniquement, comme pour les autres zones, par une hausse du prix moyen du litre d'alcool pur.

Graphique 46 - Prix moyen d'un litre d'alcool pur dans la zone Europe continentale



Source : construction à partir des données OCDE

En réalité, les prix moyens de cette zone sont, d'une manière générale, les plus bas de l'ensemble des zones étudiées jusqu'alors. En effet, avec un prix moyen du litre d'alcool pur allant de 16,7 euros pour l'Autriche en 2002 à 37,4 euros maximum pour l'Irlande en 2003, nous sommes loin des 40 euros pratiqués par les pays de la zone Amérique du Nord-Asie-Pacifique, et encore plus des 70 à 100 euros pratiqués par les pays nordiques.

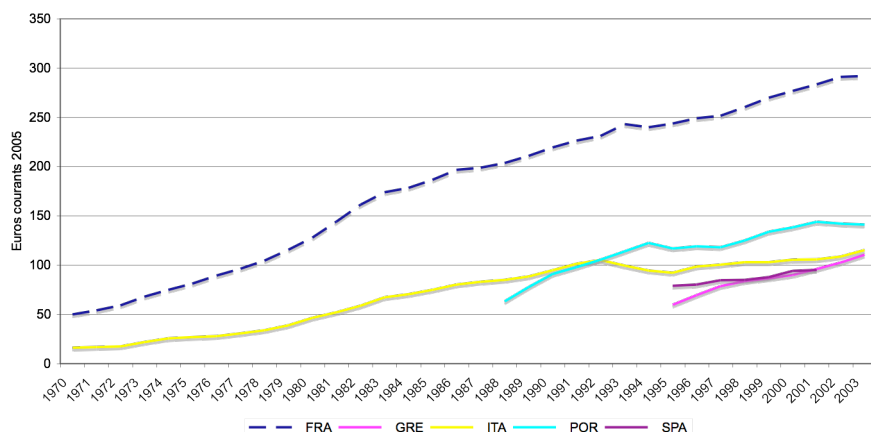
Ainsi, le prix le plus élevé est pratiqué par l'Irlande qui a presque doublé ce dernier entre 1990 et 2003 (de 18,9 euros à 37,4 euros). Vient ensuite la Belgique avec un prix de 30 euros le litre d'alcool pur en 2003, soit une progression de 27,78% depuis 1995. L'Allemagne, quant à elle, suit la Belgique de près avec un litre d'alcool pur à 29,6 euros en 2003, de même que le Royaume-Uni avec un prix de 28,6 euros en 2001. Depuis 1991, l'Allemagne a donc accru son prix moyen de l'ordre de 42,15%, alors que le Royaume-Uni l'a multiplié par 8,95 depuis 1970. Enfin, les Pays-Bas, avec une hausse de leur prix moyen de 62,88% depuis 1987 passe de 15 euros le litre d'alcool pur à 24,4 euros en 2003, l'Autriche ayant un accroissement similaire entre 1991 et 2002 (+60,85%), avec un prix de 16,7 euros en 2002 contre 10,4 euros en 1991.

4 – Europe du Sud

La dernière zone, à savoir l'Europe du Sud, ne déroge pas à la règle : accroissement des dépenses de consommation et du prix moyen.

Concernant les dépenses de consommation, il est frappant de constater que cette zone est celle qui dépense globalement le moins en alcool, alors que ces pays semblent être les plus gros consommateurs. Au total, quatre pays sur cinq dépensent moins de 150 euros par individu de 15 ans et plus. En fait, un français de 15 ans et plus dépense le plus dans cette zone avec 292,01 euros en 2003, contre seulement 49,73 euros en 1970, soit une progression de 487,20% de sa dépense. Un portugais, quant à lui, se situe en deuxième position, mais ne dépense que 141,01 euros en 2003, contre 63,19 euros en 1988, soit une augmentation de 123,14%. L'italien, pour sa part, connaît la plus forte progression (+612,59% entre 1970 et 2003) pour atteindre une dépense de 115,15 euros en 2003, contre 16,16 euros en 1970). Enfin, si un grec dépense plus de 100 euros pour sa consommation d'alcool (110,31 euros en 2003), un espagnol ne dépensait que 95,15 euros en 2001. Comparativement à 1995, un grec a donc accru sa dépense de l'ordre 84,62%, alors qu'un espagnol n'a dépensé que 20,67% de plus par rapport à 1995.

Graphique 47 – Dépense de consommation finale dans la zone Europe du Sud par habitant de 15 ans et plus



Source : OCDE (2005)

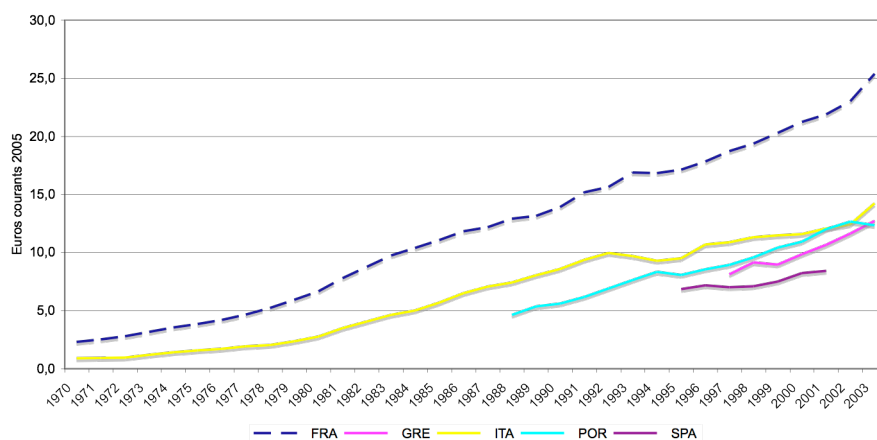
Cette faiblesse des dépenses en consommation d'alcool couplée à une relativement forte consommation d'alcool traduit forcément une faiblesse des prix moyens du litre d'alcool pur. Ainsi, avec un prix moyen de 25,4 euros en 2003, la France pourrait se classer parmi les pays les moins chers de la zone Europe continentale juste au-dessus des Pays-Bas (24,4 euros en 2003).

Or, la France est le pays disposant du prix moyen le plus élevé dans la zone Europe du Sud, alors que la zone Europe du Nord (continentale) était jusqu'à présent celle dont les prix étaient les plus bas. Ainsi, avec des prix de l'ordre de 8,4 euros en moyenne pour l'Espagne en 2001, de

12,3 euros pour le Portugal en 2003, de 12,7 euros pour la Grèce en 2003 et de 14,2 euros pour l'Italie la même année, on comprend que ces prix sont extrêmement éloignés des standards des pays nordiques proches des 70 à 100 euros, des pays nord-américains ou du Pacifique proches des 30 à 40 euros et des pays du second groupe de l'Europe du Nord proches des 25 à 35 euros.

Ainsi, l'importance de la consommation des pays du sud de l'Europe constatée au milieu des années 60 s'expliquerait par des prix très faibles, l'Italie ayant un prix moyen de 0,9 euros le litre d'alcool pur en 1970, alors que la France disposait d'un prix de 2,3 euros la même année. En 1988, le prix moyen au Portugal était de 4,6 euros, de 6,8 euros en Espagne en 1995 et de 8,1 euros en Grèce en 1997. En conséquence, un taux d'accroissement du prix moyen de près de 1500% en Italie entre 1970 et 2003 n'a pas grand sens du fait de la faiblesse des prix initiaux. De même pour la France qui affiche un accroissement de 1000% entre 1970 et 2003.

Graphique 48 - Prix moyen d'un litre d'alcool pur dans la zone Europe du Sud

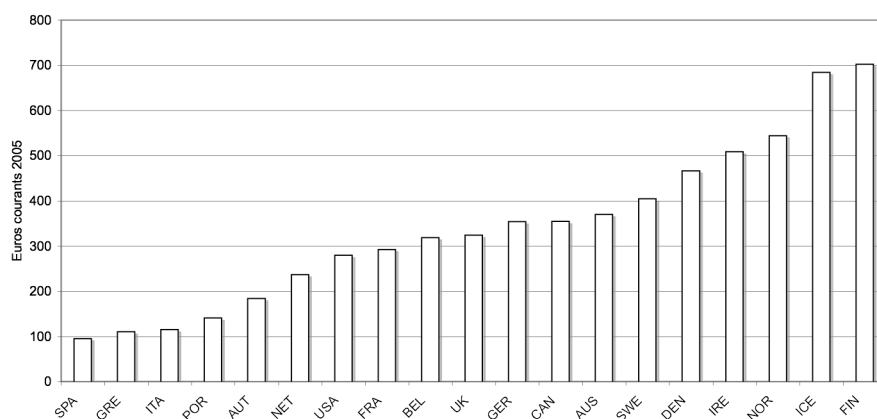


Source : construction à partir des données OCDE

Afin de mieux visualiser l'ensemble de ces résultats, il est intéressant de comparer les dépenses de consommation finale par habitant de 15 ans et plus lors de la dernière année d'observation afin de constater que les pays nordiques sont ceux ayant les dépenses les plus élevées. En effet, les cinq pays de cette zone se retrouvent parmi les six premières places avec des niveaux de dépenses supérieurs à 400 euros. Parmi les autres pays, seule l'Irlande atteint un niveau de dépenses comparables (i.e. supérieur à 400 euros). Dans la zone intermédiaire (comprise entre 200 et 400 euros), se retrouvent la plupart des pays (Australie, Canada, Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, ETATS-UNIS et Pays-Bas). Enfin, le groupe des pays à faibles dé-

penses (moins de 200 euros) se compose exclusivement de pays du sud de l'Europe (à l'exception de l'Autriche) : Portugal, Italie, Grèce et Espagne.

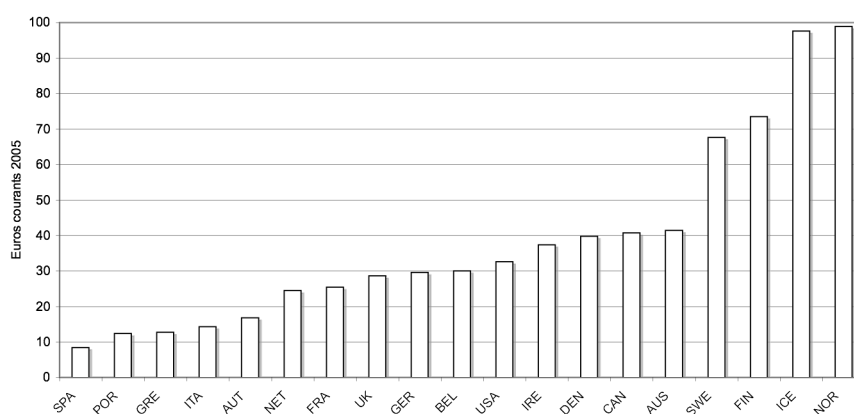
Graphique 49 – Comparaison de la dépense de consommation finale par habitant de 15 ans et plus dans les pays de l'OCDE en 2003 ¹



Source : OCDE (2005)

La logique rencontrée sur les dépenses de consommation est bien évidemment liée au niveau des prix moyens pratiqués dans les différents pays. Ainsi, les pays nordiques qui se caractérisent par des niveaux de dépenses importants ont également les prix moyens les plus élevés : Norvège, Islande, Finlande et Suède. A l'opposé, les pays à faibles niveaux de dépenses sont également ceux qui disposent des prix les plus bas : Espagne, Portugal, Grèce et Italie.

Graphique 50 – Comparaison du prix moyen d'un litre d'alcool pur dans les pays de l'OCDE en 2003



Source : construction à partir des données OCDE

¹ Sauf Autriche et Norvège (2002) et Espagne et Royaume-Uni (2001).

V — LES TAXES SUR L'ALCOOL DANS L'UNION EUROPEENNE

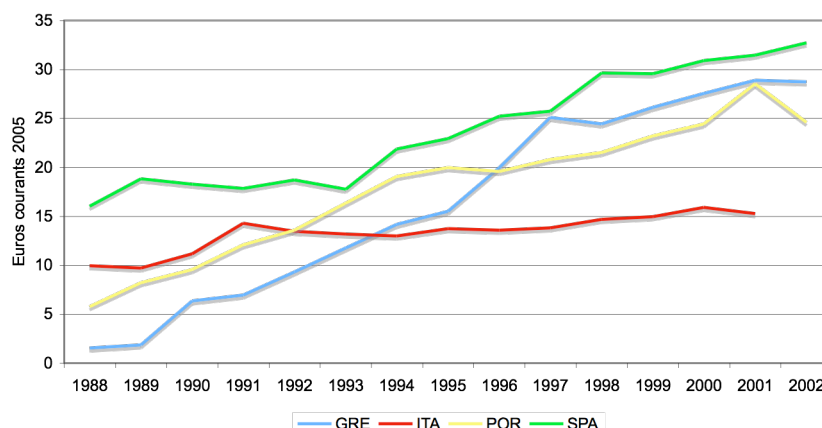
La tendance à l'augmentation des prix de l'alcool au sein de l'Union Européenne s'explique en partie par l'accroissement des taxes. Rappelons que, comme pour le tabac, ces taxes se décomposent en droits d'accises, d'une part, et en TVA, d'autre part. La TVA correspond à un pourcentage du prix (i.e. elle s'applique sur le prix hors taxes augmenté des droits d'accises), les accises, quant à elles, sont exprimées comme un montant monétaire pour une quantité donnée de produit.

Les données récupérées auprès de la Commission Européenne ne portent que sur les accises.

1 — Faibles droit d'accise (Grèce, Italie, Espagne, Portugal)

Un premier groupe est composé de pays qui, historiquement, présentent de « faibles » niveaux d'accises, i.e. inférieures ou très légèrement supérieurs à 30 euros supportés par individu de 15 ans et plus. Ainsi, dans les dépenses annuelles de consommation d'alcool, un espagnol de 15 ans et plus supportait 32,70 euros de droits d'accises en 2002, un grec 28,74 euros, un portugais 24,57 euros, alors qu'un italien supportait 15,26 euros d'accises en 2001. Pourtant, les augmentations de ces droits d'accises ne sont pas négligeables depuis 1988 : multiplication par 18,79 pour la Grèce, par 4,26 pour la Portugal, et par seulement 2,04 pour l'Espagne et 1,53 pour l'Italie. Il faut dire que les droits d'accises dans ces deux pays s'élevaient respectivement à 16,02 euros et à 9,95 euros en 1988, alors qu'il n'étaient que de 5,77 euros au Portugal et de seulement 1,53 euros en Grèce. Enfin, on peut remarquer qu'il n'est pas étonnant de retrouver, parmi ces pays, ceux qui présentent des prix moyens les plus faibles.

Graphique 51 – Revenus des taxes (autres que TVA) dans la zone Europe du Sud par individu de 15 ans et plus



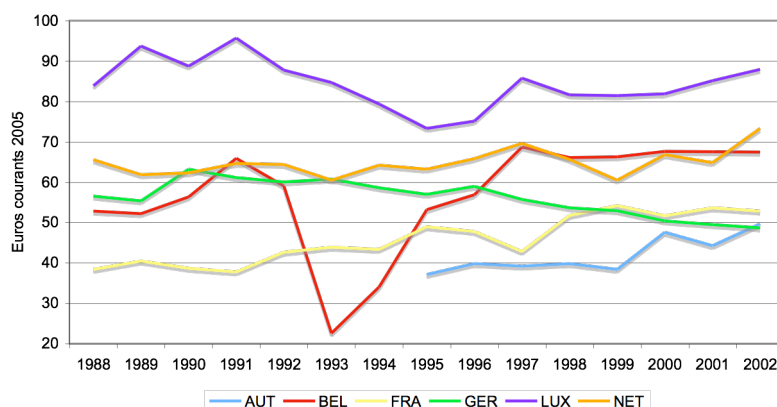
Source : Construction à partir des données Commission Européenne

2 – Droits d'accise moyens (Pays-Bas, Belgique, France, Allemagne, Autriche)

Le second groupe est composé de pays à droits d'accises intermédiaires, i.e. entre environ 50 et 90 euros. Bien évidemment, on retrouve ici des pays qui se situaient généralement, en terme de prix moyen, dans le milieu du classement. Ainsi, le Luxembourg avec 87,93 euros d'accises supportés par individu de 15 ans et plus arrive en tête de ce groupe (+4,86% par rapport à 1988), suivi des Pays-Bas avec 73,27 euros (+11,8% par rapport à 1988), de la Belgique avec 67,45 euros (+27,73%), de la France avec 37,43 euros (+37,43%), de l'Autriche avec 49,71 euros (+33,87%) et finalement de l'Allemagne avec 48,71 euros qui voit ses accises par habitant de 15 ans et plus diminuer de 13,82% depuis 1988. Dans ce cadre, des droits d'accises initiaux plus élevés se traduisent par une croissance de ces derniers plus faible que dans la zone précédente.

Il faut également remarquer qu'une moyenne simple sur les quinze pays du panel donne un droit d'accise par habitant de 15 ans et plus égal à 108,20 euros en 2002. Or, aucun des pays abordés jusqu'à présent n'atteint ce niveau d'accises, le Luxembourg n'étant qu'à 87,93 euros. En d'autres termes, ceci signifie que les accises pratiquées dans les pays à fort taux d'accises sont relativement plus élevées tirant ainsi vers le haut les accises moyennes de l'Europe des 15.

Graphique 52 – Revenus des taxes (autres que TVA) dans la zone intermédiaire par individu de 15 ans et plus

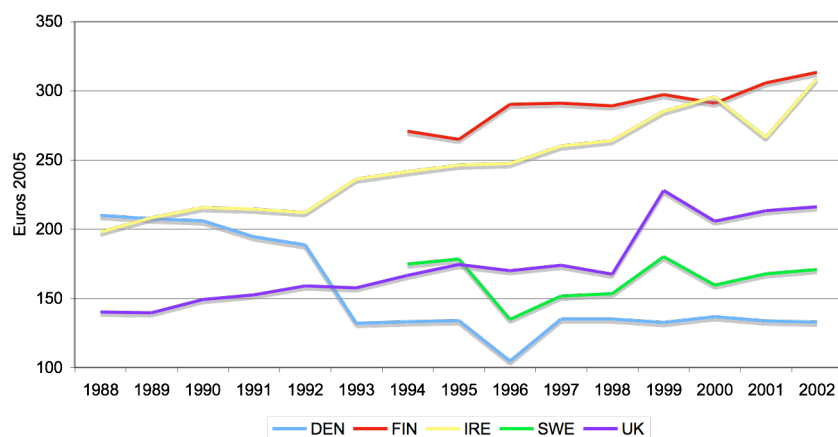


Source : Construction à partir des données Commission Européenne

3 – Droits d'accise élevés (Danemark, Finlande, Suède), Royaume-Uni et l'Irlande)

Bien évidemment, les pays à accises élevées correspondent aux pays disposant des prix moyens les plus hauts, à savoir principalement les pays de la zone nordique (Danemark, Finlande, Suède), auxquels s'ajoutent le Royaume-Uni et l'Irlande.

Graphique 53 – Revenus des taxes (autres que TVA) dans la zone à accises élevées par individu de 15 ans et plus



Source : Construction à partir des données Commission Européenne

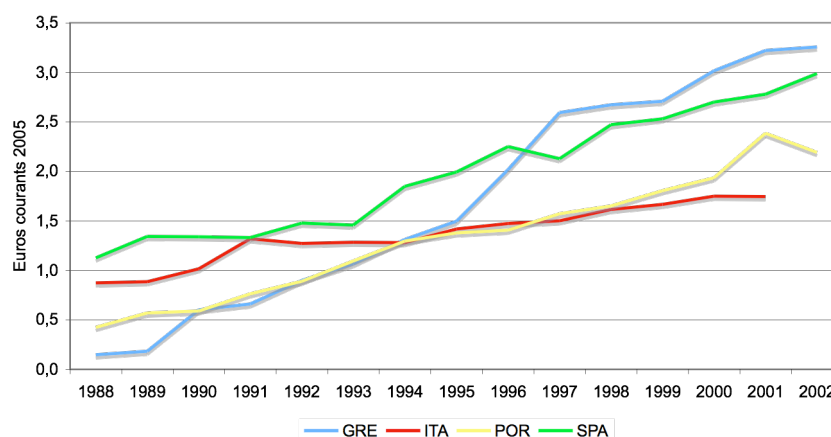
Ainsi, avec 313,35 euros d'accises supportées par individu de 15 ans et plus en 2002, la Finlande arrive en tête des pays de la zone en terme de taxation (avec un accroisse-

ment de l'ordre de 15,67% par rapport à 1995). Viennent ensuite l'Irlande, qui avec un accroissement de 56,10% depuis 1988, fait supporter à chaque habitant de 15 ans et plus 308,87 euros d'accises, le Royaume-Uni faisant de même avec 216,02 euros, soit une augmentation de 54,39%. En revanche, un suédois et un danois supportent tous deux moins d'accises, puisque avec 170,84 euros, la Suède diminue de 2,23% le niveau des accises supporté par ses habitants par rapport à 1995, et avec 132,71 euros, le Danemark diminue de 36,78% le poids supporté par ses habitants en terme d'accises sur l'alcool par rapport à 1988.

4 – Synthèse

Une autre manière d'aborder la fiscalité sur l'alcool et de comparer entre ces différents pays est de comptabiliser les droits d'accises par litre d'alcool pur. Dans ce cadre, le classement précédent ne change pas, mais donne une idée plus précise sur les fiscalités des différents pays de l'Union.

Graphique 54 – Revenus des taxes (autres que TVA) dans la zone à accises faibles par litre d'alcool pur

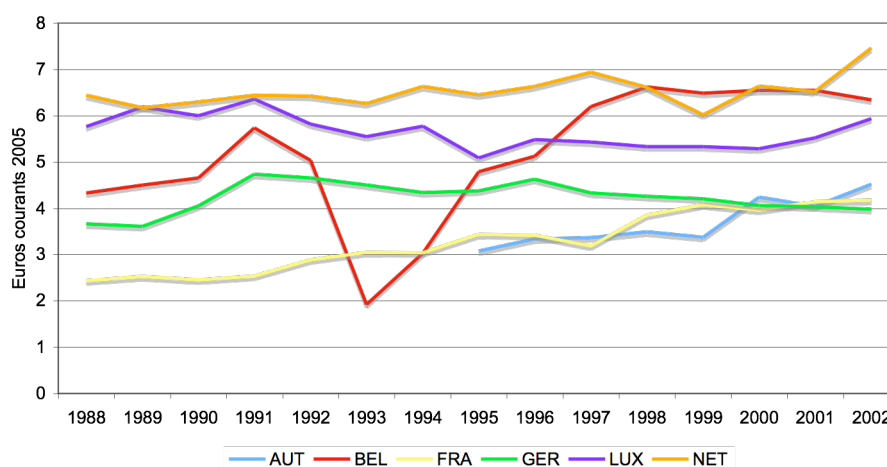


Source : Construction à partir des données Commission Européenne

Dans cette perspective, on constate que le pays disposant du montant d'accises le plus faible par litre d'alcool pur est l'Italie avec seulement 1,7 euros en 2001, soit environ X2 par rapport à 1988. À l'opposé, la Grèce, en multipliant ses accises par 22,06, devient le pays de cette zone où les droits d'accises par litre d'alcool pur deviennent les plus élevés : 3,3 euros en 2002. Juste derrière se trouvent l'Espagne avec 3 euros en 2002 (soit x2,65 par rapport à 1988) et le Portugal avec 2,2 euros par litre d'alcool pur (soit x5,18 par rapport à 1988).

D'un autre côté, les pays à accises intermédiaires se situent avec des montants par litre d'alcool pur compris entre 4 et 7,5 euros en 2002. Dans cette zone, l'Allemagne dispose des accises par litre d'alcool pur les plus faibles avec 4 euros, alors qu'aux Pays-Bas celles-ci atteignent 7,5 euros. La France, avec 4,2 euros par litre d'alcool pur se situe juste devant l'Allemagne, mais derrière l'Autriche (4,5 euros), le Luxembourg (5,9 euros) et la Belgique (6,3 euros). Il faut également noter que ces pays disposaient déjà de niveaux d'accises moyens en 1988.

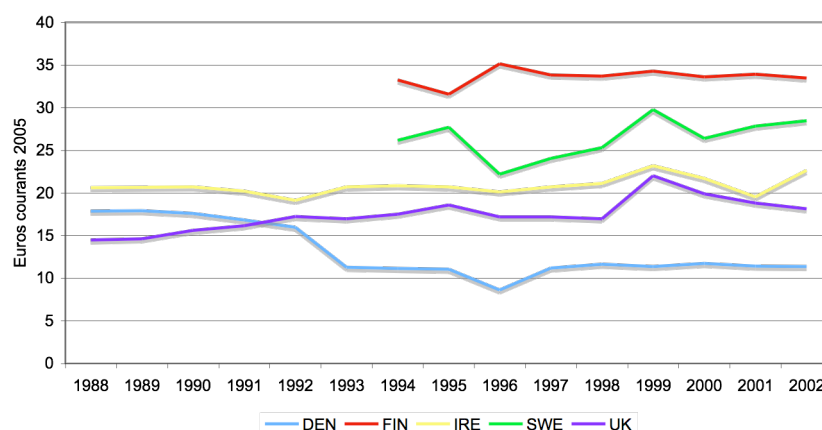
Graphique 55 – Revenus des taxes (autres que TVA) dans la zone à accises intermédiaires par litre d'alcool pur



Source : Construction à partir des données Commission Européenne

Les pays à forts niveaux d'accises par litre d'alcool pur, quant à eux, évoluent dans des zones supérieures à 10 euros (11,4 euros pour le Danemark) et atteignent, au maximum, 33,5 euros (Finlande). Entre ces deux pays, on retrouve le Royaume-Uni dont les accises par litre d'alcool pur s'élèvent à 18,1 euros, à 22,6 euros pour l'Irlande et à 28,5 euros pour la Suède. Comme pour les autres zones, ces niveaux d'accises, en valeur, sont historiquement élevés.

Graphique 56 – Revenus des taxes (autres que TVA) dans la zone à accises élevées par litre d'alcool pur

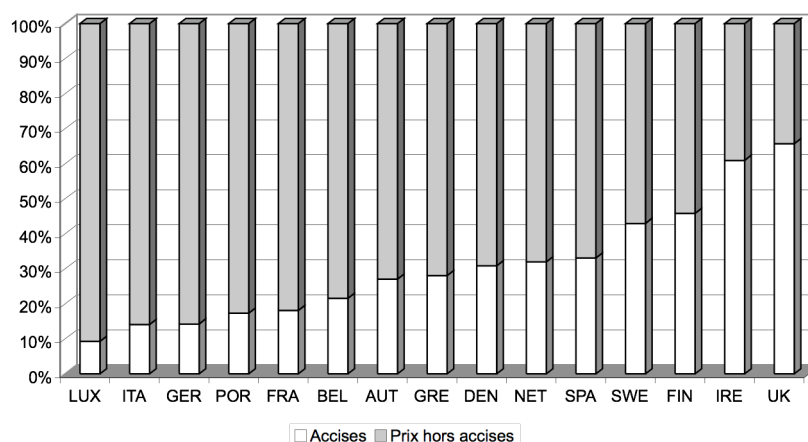


Source : Construction à partir des données Commission Européenne

Toutefois, cette description en valeur ne permet pas d'appréhender parfaitement la structure de la fiscalité sur l'alcool entre ces différents pays de l'Union Européenne. Ne disposant pas des recettes de la TVA, il est néanmoins possible de traduire le poids des accises dans le prix moyen d'un litre d'alcool pur.

On s'aperçoit que les accises représentent, au minimum, 9,25% du prix moyen d'un litre d'alcool pur au Luxembourg (les 90,75% restant étant composés de la TVA et du prix hors taxes), pour atteindre 65,74% au Royaume-Uni. De même, il faut noter que pour huit pays sur quinze, les accises représentent moins de 30% du prix moyen, la moyenne européenne étant à 30,73%. Comparativement au tabac, on peut finalement noter que les droits d'accises sur l'alcool sont très nettement inférieurs.

Graphique 57 – Part des accises dans le prix moyen en 2002 ¹



Source : Construction à partir des sources OCDE & Commission Européenne

¹ 2001 pour l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni.

CHAPITRE II — LES RELATIONS ENTRE LE PRIX ET LA CONSOMMATION D'ALCOOL

I — INTRODUCTION

La relation qu'entretiennent le prix et le niveau de la consommation d'alcool est déterminante. L'idée que l'augmentation du prix déclenche une baisse de la consommation constitue la racine des politiques de taxation de l'alcool. Les études qui tentent d'identifier la nature et l'ampleur de la sensibilité du consommateur au prix de l'alcool sont nombreuses mais divergent quant aux résultats auxquels elles aboutissent. L'amplitude des variations du niveau de consommation d'alcool engendrées par l'augmentation des prix est donc difficiles à anticiper.

Le présent chapitre propose de recenser les études mesurant l'impact du prix sur la consommation mais également, et c'est là le plus intéressant, de montrer comment une même augmentation de prix à des effets différents sur la consommation, en fonction des caractéristiques des populations considérées. Nous verrons notamment que l'âge et le niveau du revenu constituent des facteurs déterminant de la sensibilité des individus au prix. Le décideur public doit être particulièrement attentif à ces aspects car il est indispensable de les prendre en compte afin de calibrer une politique publique dont l'objectif de réduction du coût social puisse être atteint de la manière la plus efficace tout en restant socialement équitable.

II — HISTORIQUE DES MOUVEMENTS DE PRIX ET DE CONSOMMATION

Une manière simple de présenter la relation « prix-consommation » consiste à représenter le prix et le niveau de consommation d'alcool, durant une période de temps, sous la forme d'un nuage de points. On peut attendre qu'un tel graphique présente une forme décroissante, c'est-à-dire que la consommation d'alcool diminue lorsque le prix augmente. Nous verrons que plusieurs pays échappent à

cette configuration. La raison en est simple. D'autres facteurs que le prix peuvent venir affecter le niveau de consommation. Imaginons par exemple une situation où le prix de l'alcool baisserait mais où le revenu des individus augmenterait substantiellement. Ces derniers peuvent alors augmenter leur consommation d'alcool malgré la hausse des prix. Il conviendra donc de purger la relation prix-consommation de l'effet des autres variables.

1 – Analyse par zone

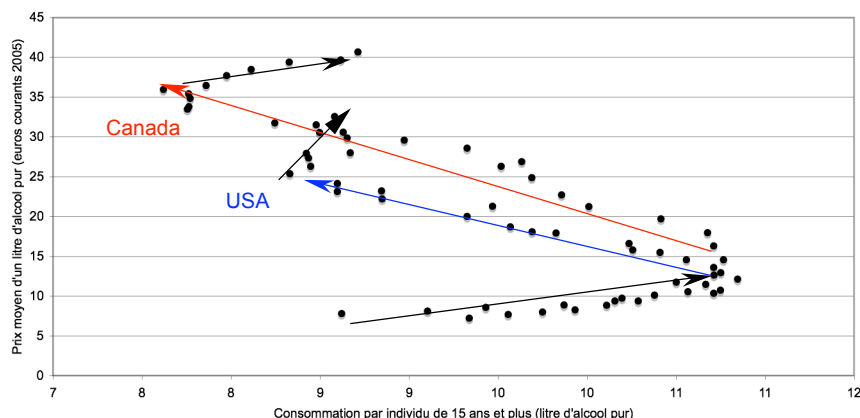
Nous avons divisé repris la division précédente du monde en plusieurs zones afin de mettre en lumière les relations prix-consommation sur les grands marchés de l'alcool. Lorsqu'au sein d'une même zone, des pays sont caractérisés par des oppositions fortes nous avons tenté prolongé la description de la zone par des encarts consacrés aux pays qui la compose.

Afin de lire les graphiques qui suivent, il convient de savoir que lorsque un ensemble de points se déplace du sud-ouest vers le nord-est, ceci signifie que prix et quantités consommées sont positivement corrélés (varient dans le même sens) ; en revanche, lorsqu'un ensemble de points se déplace du sud-est vers le nord-ouest, prix et quantités consommées sont négativement corrélés (varient en sens inverse). Les points situés en bas du graphique correspondent aux années les plus anciennes (prix bas), alors que les points situés plus en haut correspondent aux années les plus récentes (prix élevés).

1 – Amérique du Nord-Asie-Pacifique.

Chacun des pays composant cette zone est caractérisé par une relation particulière entre les prix et la consommation. L'Australie présente un profil différent de celui du Canada et des Etats-unis. En effet, ces deux derniers pays sont représentés par une courbe en Z inversé. Que ce soit pour les Etats-unis ou le Canada, les premières années d'augmentation du prix moyen (flèche noire) s'accompagnent d'une hausse des quantités consommées. En revanche, vers 1983 pour le Canada et vers 1985 pour les Etats-unis, l'accroissement des prix va de pair avec la baisse de consommation (flèches bleue et rouge orientées « sud-est – nord-ouest »). Néanmoins, cette corrélation inverse se dissout à partir de la fin des années 90, la consommation d'alcool repartant à la hausse dans ces deux pays, bien que le prix moyen continue de croître.

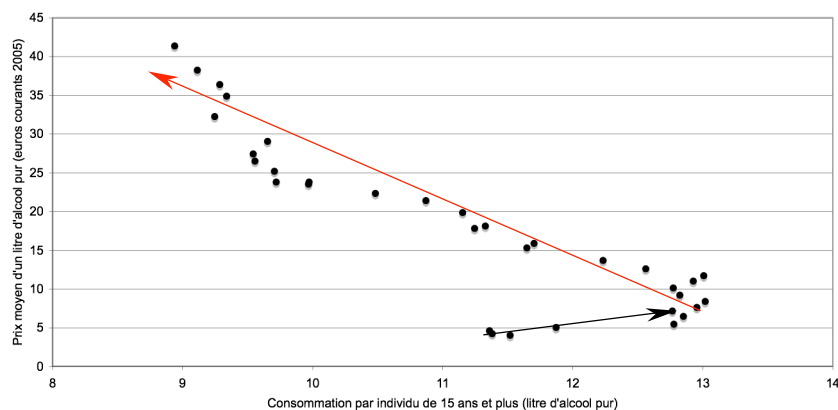
Graphique 58 – Relation « prix-consommation » pour le Canada et les Etats-unis



Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

Concernant l'Australie, la relation inverse « prix-consommation » est très plus claire. En effet, si l'Australie suit les deux premiers mouvements observés pour le Canada et les Etats-unis, en revanche la dernière inversion de tendance n'existe pas pour ce pays, prix et quantités consommées restant négativement corrélés.

Graphique 59 – Relation « prix-consommation » pour l'Australie



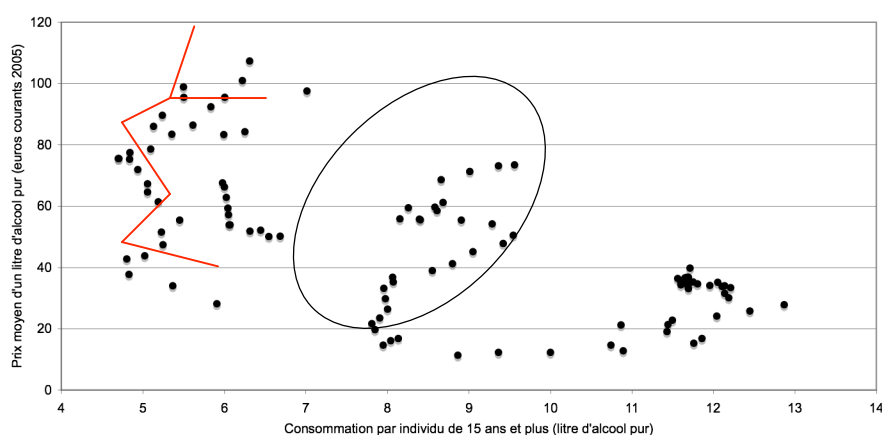
Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

Pays nordiques

Examinons à présent les pays nordiques durant la période 1970-2003. Le résultat obtenu est assez intéressant. Nous savons que les prix des alcools sont élevés dans ces pays et qu'ils s'accompagnent d'une faible consommation, comparativement aux pays des autres zones géographiques. Cependant, la forme du nuage de points pour les pays nordiques

ques laisse perplexe. Il apparaît, en effet, que si les prix élevés dans cette zone décourage les consommateurs de choisir un niveau de consommation élevé, en revanche, une augmentation des prix ne n'engendre pas une baisse de la consommation. Le seul pays qui présente une corrélation inverse est la Suède pour la dizaine d'années pour laquelle nous disposons de données. Tous les autres pays, en revanche, sont caractérisés, soit par une corrélation positive entre les deux variables (prix et quantités augmentant parallèlement), soit par l'absence de corrélation claire, les points étant éparpillés dans l'espace.

Graphique 60 – Relation « prix-consommation » pour les pays nordiques



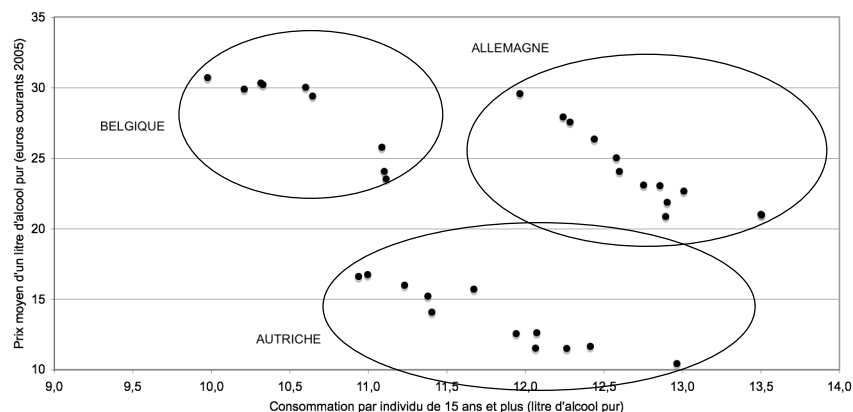
Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

A titre d'exemple, le cercle dans le graphique ci-dessus reprend les observations relevées en Finlande. L'orientation générale du graphique « sud-ouest – nord-est » est typique d'une corrélation positive entre prix et quantités. Les observations relatives au Danemark, quant à elles, se situent à la droite du cercle. Là encore, une tendance à l'orientation « sud-ouest – nord-est » peut être observée, et une consommation concentrée autour des 12 litres d'alcool pur. Enfin, les observations relatives à la Norvège suivent le tracé rouge, traduisant encore une fois plutôt une tendance générale à une corrélation positive entre prix et quantités.

Europe continentale

Examinons à présent le cas de la zone de l'Europe continentale. La relation « prix-consommation » représentée par un nuage de points est décomposée en deux groupes. Tout d'abord, les pays pour lesquels la corrélation inverse « prix-quantités » semble vérifiée. Tel est le cas de l'Allemagne, la Belgique et l'Autriche.

Graphique 61 – Relation « prix-consommation » de la Belgique, l'Allemagne et l'Autriche

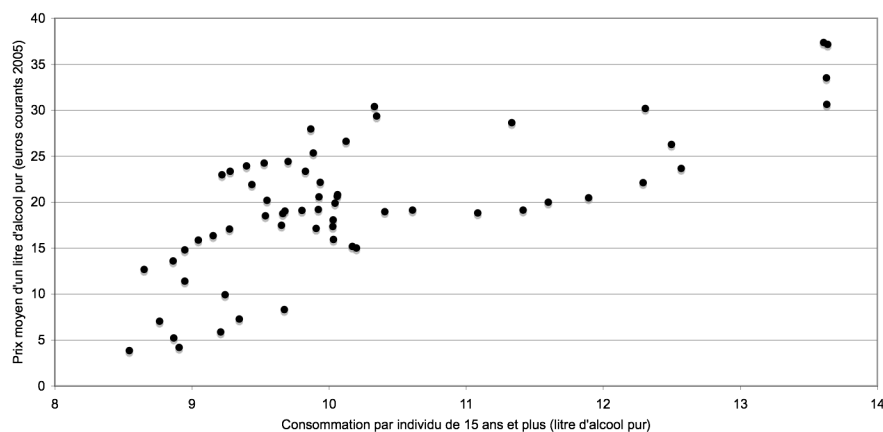


Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

Ici, et malgré le nombre de points parfois peu important, il semble qu'une hausse des prix ait un effet négatif sur la consommation d'alcool. Ceci est particulièrement clair pour l'Allemagne et l'Autriche.

En revanche, l'Irlande et le Royaume-Uni semblent présenter une corrélation positive (augmentation de la consommation parallèle à celle du prix), alors que les Pays-Bas ne semble pas marqués par une corrélation particulière (points dispersés). Le graphique ci-dessous, du fait de l'impact de l'Irlande et du Royaume-Uni, présente bien l'image d'une corrélation positive entre les deux variables, la direction « sud-ouest – nord-ouest » du nuage étant une indication typique de ce phénomène.

Graphique 62 – Relation « prix-consommation » pour les autres pays de la zone Europe continentale

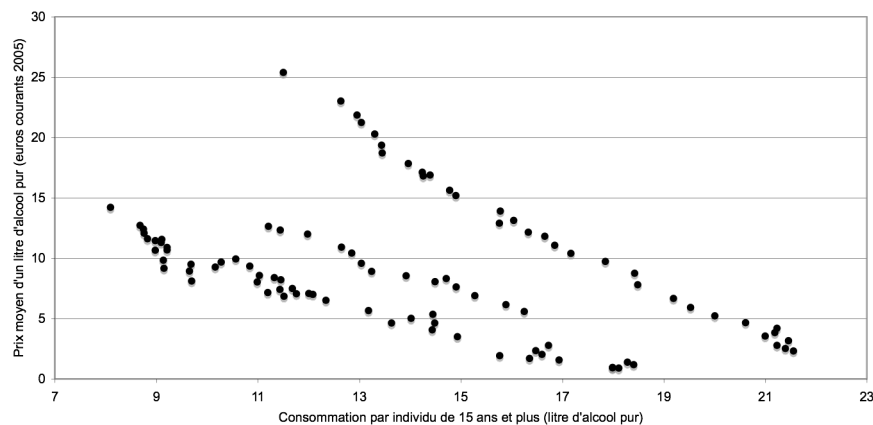


Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

Europe du Sud

La configuration la plus nette est observée pour les pays de l'Europe du Sud où la relation inverse entre prix et consommation est nette.

Graphique 63 – Relation « prix-consommation » pour les pays de l'Europe du Sud



Source : construction à partir des données OCDE et World Drinks (2005)

Dans le cas de l'Europe du Sud, la relation inverse est nette et incontestable. Les points de la ligne supérieure correspondent à la France, alors que ceux de la ligne inférieure correspondent à l'Italie et les points de la ligne centrale au Portugal. Les quelques points disponibles pour la Grèce et pour l'Espagne, quant à eux, suivent également une direction « sud-est – nord-ouest », mais sont

confondus avec les points représentant l'Italie et le Portugal. Ainsi, une corrélation inverse en prix et quantités est bien vérifiée pour tous les pays de cette zone.

2 – Synthèse

À l'exception de l'Australie, de l'Allemagne, de l'Autriche et, dans une moindre mesure, de la Belgique et des Etats-Unis et du Canada jusqu'à la fin des années 90, la relation inverse entre les prix et la quantités ne se vérifie pas. Cette relation n'apparaît clairement que dans les pays de l'Europe du Sud.

Tableau 2 – Résumé des relations prix-consommation

Pays	Type de relation prix quantité
Australie	Relation inverse prix quantité
Canada	Courbe en Z inversé.
	Jusqu'en 1983, les prix et la consommation augmentent. Depuis 1990, la consommation reprend, malgré l'augmentation du prix
Etats-unis	Courbe en Z inversé.
	Jusqu'en 1983, les prix et la consommation augmentent. Depuis 1990, la consommation reprend, malgré l'augmentation du prix
Suède	Relation inverse prix-quantité
Allemagne,	Relation inverse prix-quantité
Belgique Autriche	
Irlande et	Peu conclusif, mais plutôt dans le
Royaume-uni	sens d'une corrélation positive entre prix et quantité
Finlande	Peux conclusif, mais plutôt dans le
Danemark	sens d'une corrélation positive entre prix et quantité
Norvège	
France, Ita-	Forte corrélation négative entre prix
lie, Espagne	et consommation

Le fait que nous constatons, dans certains pays, une augmentation de la consommation suite à une hausse des prix, ne signifie pas que la théorie classique prédisant l'effet inverse, soit prise en défaut. Plusieurs facteurs peuvent venir obscurcir les choses.

Premièrement, un « effet population » peut venir interférer. En effet, si la population augmente plus rapidement que les prix, alors l'augmentation du prix de l'alcool ne s'accompagnera pas d'une baisse de la consommation.

Deuxièmement, un « effet revenu » peut se manifester. En effet, si le revenu des individus augmente plus vite que le prix de l'alcool, l'effet du prix sur la consommation ne se fera pas sentir. Les individus devenant plus riches, la hausse du prix de l'alcool est insuffisante pour les amener à diminuer leur consommation d'alcool.

Troisièmement, les modes de consommation de l'alcool peuvent également interférer. Dans le cas des pays du nord de l'Europe, on sait que les jeunes (ESPAD, 2003) se tournent de manière croissante vers le *Binge Drinking*, c'est-à-dire la consommation exagérée d'alcool durant le début du week-end. Ce type de comportement de consommation est peu sensible au prix ce qui explique que le taux de prévalence reste relativement stable malgré les augmentations de prix.

Enfin, la législation encadrant l'alcool diffère sensiblement d'un pays à l'autre. A titre d'exemple, la publicité des produits « alcool » n'est pas aussi stricte en Norvège, qu'en Belgique ou en France. Il est alors impossible d'attribuer toute la paternité de la forme spécifique du nuage de point à la relation prix-quantité sans avoir, au préalable, purgé les données de l'effet d'un durcissement ou d'un relâchement des variables institutionnelles qui régulent le marché.

III — L'ELASTICITE PRIX DEMANDE

La simple observation du couple prix-quantité ne suffit pas à préciser la nature de la relation qu'ils entretiennent. Les études économétriques tentent de purger l'observation de l'impact de facteurs parasites.

La théorie économique considère généralement que la quantité consommée d'un bien décroît avec l'augmentation de son prix. L'élasticité de la demande au prix est donc négative. Lorsque l'élasticité vaut -1 , une augmentation du prix de 10%, par exemple, entraîne une baisse de la consommation du même pourcentage. Certains biens sont caractérisés par une faible élasticité, c'est-à-dire comprise entre -1 et 0 , ce qui traduit le fait que les consommateurs ne peuvent pas reporter leur consommation vers d'autres biens substitués. Inversement, lorsque l'élasticité est forte, c'est-à-dire inférieure à -1 , une petite variation positive des prix engendre une importante diminution de la consommation.

Une première série d'études économétriques ont permis de préciser le niveau de l'élasticité prix demande des boissons alcoolisées. Ces résultats portent sur des données agrégés, c'est-à-dire qu'ils décrivent le comportement moyen de l'ensemble de la population. Confronté au fait que les réactions des buveurs aux prix diffèrent notablement selon leur âge, leur revenu, leur niveau de consommation, une seconde série d'études a tenté de préciser l'impact de chacun de ces facteurs sur l'élasticité.

1 – Premières estimations

La revue de littérature à laquelle nous nous sommes livrés porte essentiellement sur des contributions anglo-saxonnes. Les contributions portant sur la France où l'Europe sont rares.

Les élasticités calculées par les différentes équipes de chercheurs varient entre $-0,80$ et -2 , pour les alcools ; $-0,64$ et $0,61$, pour le vin, entre $-0,25$ et $+0,24$ pour la bière, et enfin entre $-0,5$ et $-1,6$ pour tous les types de boissons (Cook, 1981 ; Cook et Tauchen, 1982 ; Duffy, 1983 ; Hegarty et Elzinga, 1972 ; Johnson et Oksanen 1977 ; Levy et Sheflin, 1983, 1985 ; McGuinness, 1980 ; Niskanen, 1962 ; Ornstein et Levy, 1983 ; Uri, 1986). Certains auteurs ont distingué l'élasticité de consommation (i.e. l'impact du prix sur la consommation des buveurs) et l'élasticité de participation (i.e. l'impact du prix sur l'entrée en consommation des jeunes).

Tableau 3 – Elasticité des alcools

	Alcools	Vins	Bière	Tout alcools
Élasticités de consommation	-2 ; $-0,8$	$-0,64$; $0,61$	$-0,25$; $+0,24$	$-1,6$; $-0,5$
Élasticités de participation (entrée en consommation)	-	-	-	$-0,55$

Source : compilation par l'auteur des données de Cook, 1981 ; Cook et Tauchen, 1982 ; Duffy, 1983 ; Hegarty et Elzinga, 1972 ; Johnson et Oksanen 1977 ; Levy et Sheflin, 1983, 1985 ; McGuinness, 1980 ; Niskanen, 1962 ; Ornstein et Levy, 1983 ; Uri, 1986.

L'ensemble des études économiques consacrées à l'alcool convergent donc pour montrer que la consommation d'alcool est sensible aux variations de prix. La consommation d'alcool diminue lorsque le prix augmente. On observe toutefois des divergences assez marquées entre les différents

auteurs, notamment concernant l'amplitude de la réaction au prix.

Selon Manning, Blumberg et Moulton (1995), la forte hétérogénéité des résultats obtenus tient à une série de problèmes économétriques classiques.

Premièrement, les prix et les quantités sont traités comme des variables exogènes dans la plupart des modèles, alors qu'ils sont déterminés conjointement par l'offre et la demande.

Deuxièmement, le nombre d'observations est limité. Autrement dit, la sensibilité au prix peut varier d'un individu à l'autre, de telle sorte que la mesure exacte des élasticités exige l'observation d'un nombre considérable de comportements, ce qui dans la pratique est impossible à mettre en œuvre.

Troisièmement, et dans le cas particulier des Etats-unis, les estimations de consommation à travers les Etats peuvent être biaisées par des comportements visant à éviter des taxes locales élevées. Il existe en effet, aux Etats-Unis, une fiscalité locale, qui relève de l'action du gouverneur, différente de la fiscalité de l'Etat. La plupart des taxes qui s'appliquent à l'alcool relève des politiques locales, même s'il existe des mécanismes d'incitations déployés par l'Etat pour influencer la fiscalité locale, comme ça a été notamment le cas sous l'administration Clinton. Il en résulte une taxation de l'alcool parfois très différente d'un Etat à l'autre. Les consommateurs peuvent alors développer des stratégies de contournement des taxes en achetant leur alcool dans des Etats voisins où les taxes locales en vigueur sont moins élevées qu'ailleurs. Les Etats qui n'engagent pas réellement de politique de lutte contre l'alcool par les prix peuvent alors apparaître comme des Etats fortement consommateurs d'alcool, puisque les consommateurs des Etats voisins viennent s'y approvisionner régulièrement. Pour Manning, Blumberg, Moulton (1995), la plupart des études échouent à prendre en compte ces biais qui peuvent être tout à fait déterminants dans le calcul des élasticités.

Il apparaît clairement qu'utiliser les données agrégées ne permet pas de décrire avec suffisamment de précision le comportement des consommateurs face à l'augmentation des prix. Exactement comme la diversité des formes de nos nuages de points le laissait prévoir, il est impossible de se baser sur des données agrégées (a fortiori non contrôlée des effets extérieurs) pour en déduire une relation entre les prix et la consommation d'alcool.

Il apparaît donc souhaitable de travailler à partir de données de panel et de préciser la relation prix-quantité à l'aide de techniques économétriques plus poussées.

2 – Facteurs d'hétérogénéité

La caractéristique des études plus récentes consacrées à la relation entretenue entre le prix de l'alcool et le niveau de consommation est de tester des effets plus subtils que celui d'une relation entre les données agrégées.

Les différentes boissons alcoolisées

Une étude française menée par Boizot (2000) s'attache à rendre compte des déterminants du type de boissons alcoolisées consommées par les ménages. Elle révèle que la répartition des types de boissons suit la division des catégories socio - professionnelles, repérées par le niveau d'études effectuées par le chef de famille. Ainsi, la consommation d'alcool, pour les personnes diplômées du BEPC se composerait essentiellement de vin de consommation courante, l'anis et la bière seraient préférentiellement consommés par les personnes faiblement diplômées (Certificat d'Etudes), tandis que les consommateurs les plus diplômés (Baccalauréat et études supérieures) achèteraient davantage de vin d'appellation et de boissons non alcoolisées. L'auteur propose ensuite de rendre compte, pour chaque type de boisson, de la sensibilité du consommateur à une variation de prix. Il s'agit, en d'autres termes, d'examiner le comportement type de chaque catégorie socio-professionnelle face à une variation du prix de la boisson qu'elle consomme préférentiellement. Afin de mettre en évidence les changements de la demande due aux prix et non à d'autres facteurs, l'auteur fait virtuellement varier la dépense totale dans le même sens que la variation du prix afin de maintenir constant le pouvoir d'achat et isoler ainsi l'effet-prix pur compensé.

Les élasticités prix directes compensées (c'est-à-dire à pouvoir d'achat constant) sont toutes négatives, ce qui est conforme à la théorie. Les vins de consommation courante ont, en valeur absolue, une élasticité-prix proche de l'unité. Ceci signifie que la diminution de la quantité achetée de vin ordinaire est proportionnelle à l'augmentation de son prix. Les autres boissons sont caractérisées par une élasticité prix, en valeur absolue, inférieure à 1.

Les « élasticités prix compensées » mesurent la variation de la quantité demandée d'un bien à la suite d'une varia-

tion de prix d'un autre bien. Il s'agit de mettre en évidence les éventuels effets de report ou de substitution d'une boisson par rapport à une autre. L'étude met en évidence une absence d'élasticités croisées compensées, autrement dit, aucune complémentarité entre les différentes boissons étudiées n'est ici identifiée.

Il ressort de ces résultats que la totalité des consommateurs d'alcool (tous types de boisson confondus) est sensible aux variations de prix. Ensuite, les vins de consommation courante apparaissent comme étant la boisson pour laquelle les consommateurs (niveau BEPC) sont les plus sensibles au prix et donc aux éventuelles politiques de prix. En revanche, les catégories socio-professionnelles faiblement diplômées et les plus diplômées seraient relativement moins sensibles aux variations de prix, laissant présumer une efficacité plus nuancée de la politique de prix auprès de ces populations.

Ces résultats se prêtent, d'après leur auteur, à une interprétation complémentaire. Ils permettraient de faire valoir que certaines boissons alcoolisées induisent plus favorablement que d'autres une dépendance. Ce qui serait le cas du vin ordinaire, tandis qu'à la bière, à l'anis, et au vin d'appellation correspondraient des comportements de consommation plus contrôlés. Ceci expliquerait les différences de réponse aux prix entre les différentes catégories de boissons.

L'hétérogénéité des consommateurs

L'idée que la sensibilité au prix ne soit pas la même pour les petits et les grands consommateurs d'alcool est assez intuitive. Elle s'avère toutefois plus complexe qu'il n'y paraît. En effet, d'un côté, on peut penser que les gros buveurs sont les plus dépendants et qu'ils ne réduiront pas leur consommation malgré l'augmentation du prix. D'un autre côté, il apparaît que les petits buveurs sont ceux qui ne consacrent qu'une très faible part de leur revenu à l'alcool et sont donc relativement indifférents à ce que le prix d'une boisson occasionnelle augmente.

Il semble toutefois que l'amplitude de la réaction au prix selon l'appartenance à une catégorie donnée de buveurs est très fortement dépendante de la façon dont l'estimation est menée. Les modalités des tests économétriques affectent de manière déterminante les résultats. En particulier, la nature de la variable choisie pour rendre compte du niveau de consommation joue un rôle décisif. Les résultats varient selon que les « grands consommateurs d'alcool » sont repérés par les pathologies qu'ils déve-

loppent ou par la quantité de boissons alcoolisées ingérées sur une période donnée ou encore par la fréquence de consommation.

L'étude de Wilard, Manning, Blumberg, Moulton (1995), s'attachent à montrer que les « gros » comme les « petits » consommateurs d'alcool, indépendamment du type d'alcool consommé, sont moins sensibles aux prix que les consommateurs modérés. Ces auteurs soulignent, en particulier, que l'élasticité de la demande par rapport au prix serait parfaitement nulle pour les très fortes consommations. Cette étude repose sur le traitement des données de la consommation d'alcool du *National Health Interview Survey* (1983).

Retenant la fréquence de consommation comme paramètre d'inclusion, Kenkel (1993) examine comment l'effet d'une variation de prix affecte les modalités de consommation (petite versus grosses consommation). Cet auteur relève que les gros consommateurs sont moins sensibles aux prix à court terme que les autres types de consommateurs, sans toutefois atteindre une inélasticité radicale de la demande de grande consommation par rapport au prix. À partir des données de 1983 du *National Health Interview Survey* (NHIS), il relève pour chaque individu, le nombre de jours où la consommation dépasse 5 verres d'alcool. Les estimations de la demande totale d'alcool - tous types de consommateurs confondus - apparaissent sensibles, à la fois au niveau du prix mais également à celui du revenu. L'analyse des données indique qu'à un nombre important de jours caractérisés par une forte consommation d'alcool correspond une sensibilité aux prix plus faibles. Kenkel souligne qu'une partie des consommateurs les plus dépendants serait absolument insensible au prix de l'alcool.

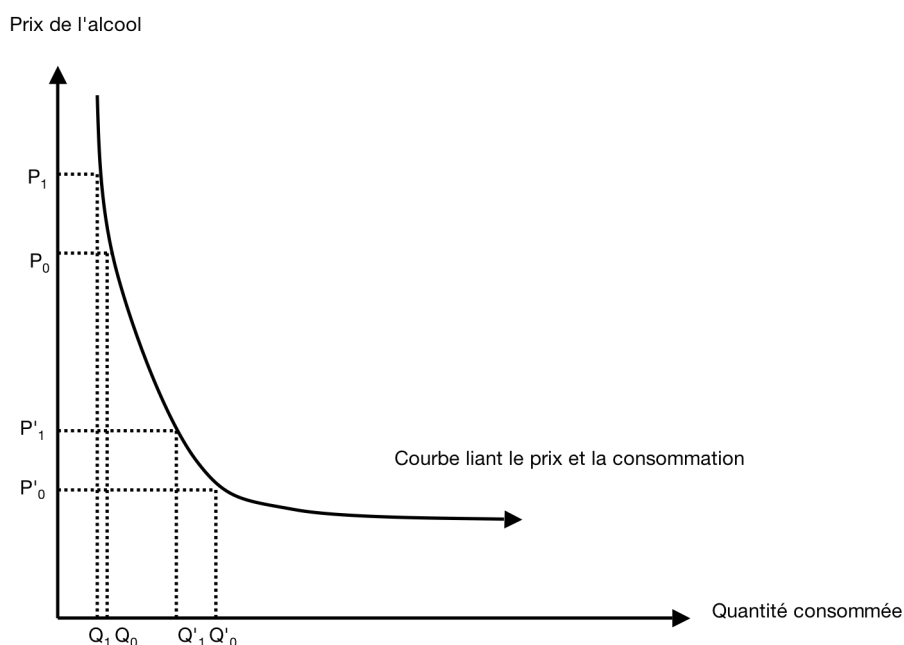
Cook et Tauchen (1982) font du développement de la pathologie « cirrhose » le critère d'inclusion dans la classe des gros buveurs. Ils observent ainsi l'effet d'une hausse de prix sur le nombre de cirrhoses. Selon leur étude, une augmentation du prix de l'alcool diminue, à la fois la consommation d'alcool totale et le taux de mortalité par cirrhose. L'estimation de l'élasticité-prix, (dite de participation, mesure l'impact du prix sur la consommation d'individus) qui commencent à boire, est évaluée à $-0,55$. La réponse conditionnelle, (i.e. l'impact du prix sur la consommation de ceux qui boivent déjà) est de $-0,25$. En d'autres termes, les petits consommateurs et les consommateurs modérés sont plus sensibles aux variations du prix de l'alcool que les grands consommateurs. Autre information fournie par les auteurs, pour les 5% des consommations les plus importantes, l'élasticité prix n'est pas

significativement différente de 0. Ces mêmes 5% consomment 36% de la consommation totale d'alcool et 10 % des consommateurs les plus importants absorbe 51% de l'alcool disponible. Ainsi, l'élasticité prix est faible pour les individus qui consomment plus de la moitié de l'alcool vendu.

Le rôle du niveau de prix initial

L'étude de Grossman, Sindelar, Mullahy et Anderson (1993) montre, que les gros buveurs réduisent leur consommation de façon très significative quand l'alcool devient cher. Ici deux éléments interviennent pour expliquer la sensibilité au prix des consommateurs, d'une part, leur profil de consommateur, ce que nous avons déjà évoqué, et d'autre part, le niveau initial du prix. On peut en effet considérer que si le prix de l'alcool est déjà très élevé, une fraction des consommateurs ont déjà modéré leur consommation. Ne reste, parmi les buveurs abusifs, que ceux dont le degré d'addiction est le plus élevé. Ce sont également, ceux qui sont le moins sensibles à une nouvelle augmentation du prix. Inversement, sur un marché où l'alcool est bon marché, on trouve des consommateurs dépendants et d'autres consommateurs. Ces derniers sont sensibles au prix et modèrent leur consommation quand le prix augmente, c'est ce qu'illustre le graphique suivant.

Graphique 64 – Relation entre le niveau du prix et la consommation



Sur le graphique précédent, on place en abscisse la quantité d'alcool consommée et en ordonnée le prix. La courbe tracée sur le graphique décrit la demande d'alcool en fonction du prix. Plus le prix baisse, plus la quantité

consommée augmente. La courbe est classiquement convexe (Kopp, 2006). On observe que lorsque le prix est initialement très élevés, par exemple en P_0 , une augmentation du prix vers P_1 n'engendre qu'une baisse très modeste de la consommation (de Q_0 vers Q_1). En revanche, lorsque les prix sont initialement bas, en P'_0 , une augmentation analogue à la précédente (vers P'_1) engendre une forte baisse de la consommation (de Q'_0 vers Q'_1).

Le rôle du niveau de revenu

Le niveau de revenu et la variation de ce dernier peuvent venir perturber l'enchaînement classique : augmentation du prix et baisse de la consommation.

La relation entre le revenu et la consommation d'alcool est assez difficile à décrire. Cette difficulté tient à l'existence d'une relation de réciprocité entre les deux termes : le niveau de revenu du consommateur est susceptible de déterminer, en partie la consommation. On sait que le revenu peut avoir une incidence sur la structure de consommation et la sensibilité au prix. Réciproquement, la consommation d'alcool peut affecter le niveau de revenu auquel un individu peut prétendre. Ce dernier aspect renvoie aux conséquences socio-économiques de la consommation d'alcool. Il s'agit ici d'évaluer l'altération éventuelle des aptitudes au travail du consommateur chronique d'alcool. Une telle évaluation n'est pas simple. Nous manquons cruellement de données sur ces deux aspects.

Le cas des jeunes

Les études qui traitent plus précisément de la sensibilité des jeunes à la variation des prix sont nombreuses. Grossman, M., F. J. Chaloupka, H. Saffer A. Laixuthai (1993) ont montré qu'une augmentation du taux réel de la taxe sur la bière réduisait de façon importante le taux d'accidents mortels de la route. En utilisant les données portant sur les « *Seniors High School* » pour les années 1982 et 1989 ils montrent que l'augmentation du prix de la bière engendre une réduction substantielle de la fréquence de la consommation d'alcool parmi les jeunes et en particulier celle de la consommation abusive. Cette étude illustre l'effet potentiel de la politique de prix en simulant une indexation parfaite sur l'inflation des taxes fédérales appliquées à la bière, depuis 1951, aux Etats-Unis. Il ressort que si une telle politique avait été suivie, on aurait observé une réduction de la consommation plus importante que celle effectivement constatée, y compris parmi les consommateurs abusifs.

Cette conclusion est partagée par de nombreux auteurs Chaloupka, (1993, 1998), Cook et Moore, (1993, 1996) Phelps, (1993), Kenkel et Manning (1996). Toutefois, une étude de Chaloupka et Wechsler (1996) indique que les élèves des collèges sont, certes sensibles au prix de l'alcool, mais moins que les autres groupes de la population. Cette sensibilité au prix est, par ailleurs, moins marquée pour la bière que pour les autres boissons alcoolisées (Nelson, 1993, 1997). Dee (1999) montre également que les taxes sur la bière ont relativement peu d'effet sur la consommation des jeunes.

De leur côté, Coate et Grossman (1988) calculent la sensibilité de la demande d'alcool aux prix, des jeunes américains âgés de 16 à 21 ans. Leur étude est basée sur les observations recueillies par le second « *National Health and Nutrition Examination Survey* » ou (NHANES II) qui a été administré par le « *National Center for Health Statistics* » (NCHS), entre février 1976 et février 1980. Durant cette période, aux Etats-Unis, on observait des différences substantielles entre les prix de l'alcool parmi les différents Etats et au sein d'un même Etat. Cette hétérogénéité s'expliquant par des niveaux de taxations très variables selon les états, d'une boisson alcoolisée à l'autre. En particulier, l'alcool était taxé 3 fois plus que la bière, dans la plupart des Etats. Par ailleurs, chacun des Etats suivait sa propre législation de fixation de l'âge légal minimum de consommation d'alcool. Dans ce contexte, les auteurs s'attachent à montrer que la diminution relative des taxes durant cette période a contribué à augmenter la consommation d'alcool des jeunes. En effet, entre 1951 et 1985, le prix réel des boissons alcoolisées a décliné, d'abord en raison de la stabilité des taxes fédérales et ensuite du fait des augmentations trop modestes des taxes d'Etat et des taxes locales. Le prix réel de l'alcool a donc baissé sur la période considérée. Pour Coate et Grossman (1988), l'instauration de taxes - à condition donc qu'elles soient indexées au taux d'inflation et donc suffisamment importantes - a un véritable effet sur la consommation des jeunes et apparaît ainsi comme un instrument efficace de lutte contre l'alcoolisme.

Autre argument en faveur d'une attention redoublée pour cette catégorie de consommateurs, les jeunes sont à l'origine d'un grand nombre d'accidents de la route, dont un certain nombre sont mortels pour des individus appartenant à des classes d'âges variées. La mortalité par accident de la route est la première cause de mortalité pour les moins de 35 ans aux Etats-Unis et la consommation préalable d'alcool est concomitante de plus de la moitié des

accidents fatals. Kenkel (1993), en particulier, établit l'existence d'une forte relation positive entre le nombre de jours annuels où la consommation quotidienne d'une population excède les 5 verres d'alcool et le nombre de conduites en état d'ivresse observé sur la même période. Certaines études font de la réduction du nombre d'accidents le critère de jugement de l'efficacité de la politique centrée sur l'augmentation du prix de la bière et donc ciblée en direction des jeunes consommateurs.

Les reports entre les différents types de boissons

Confronté à une augmentation du prix d'une boisson le consommateur peut décider de reporter sa consommation vers une autre. La présence de trous dans le dispositif d'augmentation des prix peut contribuer à tenir en échec de réduction de la consommation via l'augmentation du prix.

L'étude de Boizot (2000), déjà citée, montre que les effets de report entre les boissons sont importants lorsque seul le prix de l'une d'entre elles varie. Notamment, les vins ordinaires apparaissent comme substituables aux alcools doux et réciproquement. Les vins pétillants sont substituables aux alcools forts, eux-mêmes substituables à la bière.

L'instauration d'une taxation différenciée en fonction du degré d'alcoolémie de la boisson incite les consommateurs d'alcool à consommer des boissons moins alcoolisées. Toute la question est de savoir si les boissons moins alcoolisées sont réellement moins nocives. Passer d'une boisson fortement alcoolisée à une boisson moins alcoolisée a un impact sur la santé du consommateur et sur les externalités. Plusieurs effets jouent. Il convient d'abord de vérifier si les individus ajustent leur consommation afin de maintenir constant la quantité d'alcool ingérée. Ensuite, il faut s'interroger sur la relation entretenue entre les effets négatifs de l'alcool et le degré alcoolique des boissons. Néanmoins, peu d'études tentent de vérifier si la consommation de boissons faiblement alcoolisées conduit à adopter un comportement moins dommageable à la fois sur le plan de la santé du consommateur qu'en termes de conséquences sociales. La correspondance entre niveaux d'alcool consommé et conséquences sur la santé et le comportement de l'individu est en effet difficile à appréhender pour un ensemble de raisons.

D'abord, sur le plan physiologique, les individus ne réagissent pas tous de la même façon à la consommation d'une même quantité d'alcool. Tous les individus ne sont pas égaux face à l'alcool. Certains individus contractent

égaux face à l'alcool. Certains individus contractent des pathologies, dont on sait aujourd'hui qu'elles ont une forte prévalence chez les amateurs d'alcools, comme la cirrhose du foie, alors que leur consommation d'alcool est restée relativement faible. Des consommateurs importants, en revanche, ne sembleront ressentir aucune altération de leur état de santé, même après une consommation importante de plusieurs années.

Cette inégalité réapparaît sur le plan comportemental : certains perdront le contrôle de leurs actes plus rapidement que d'autres, à quantité d'alcool consommée équivalente. De façon générale, il n'est pas possible de présenter une relation entre les doses et les effets qui soit stable et valable pour tous.

Par ailleurs, la faible concentration en alcool des boissons les moins taxées peut être compensée par une fréquence de consommation plus importante. Dans certains cas de consommation lourde, il est même probable qu'une faible concentration d'alcool puisse appeler une quantité consommée plus importante. En effet, de la même façon qu'un fumeur peut être conduit à fumer davantage de cigarettes légères pour avoir une dose quotidienne de nicotine, la dépendance à l'alcool conduit aux mêmes types de comportement.

Il semble établi que les reports entre les boissons sont importants, notamment lorsque le prix d'un type de boisson augmente. Les conséquences médicales et sociales sont en revanche difficiles à appréhender. On ignore pratiquement tout conséquences négatives comparées, de la consommation des différentes boissons.

Les reports vers d'autres drogues

Certains auteurs montrent que l'alcool et la marijuana sont des substituts (Chaloupka et Laixuthai, 1994). L'étude est conduite auprès des élèves d'un lycée américain. Elle montre que la décriminalisation de la marijuana et la baisse de prix qui en résulte, conduit à une baisse de la consommation d'alcool des jeunes.

Par conséquent, une augmentation du prix de l'alcool pourrait conduire au remplacement de l'alcool par des drogues illégales (Chaloupka et Laixuthai, 1992) et (Di Nardo et Lemieux, 1992). Ces auteurs notent que les taux de mortalité par accident de la route dans les Etats où la taxe sur la bière est élevée, ne sont pas moins élevés que dans les autres Etats. Ils en déduisent la présence d'un effet de report important entre l'alcool et la marijuana. Ils

soulignent au passage l'altération comparable dans les deux cas des facultés de perception et de réflexe.

Les conséquences du passage de la consommation d'alcool vers celle de marijuana sont plus simples à évaluer, que celle du report entre différentes boissons. La marijuana étant interdite, la justification judiciaire domine les considérants médicaux pour considérer un tel déplacement de consommation comme un facteur négatif.

3 – Les conséquences de l'addiction

Le fait que l'alcool soit une boisson addictive engendre une relation particulière entre le niveau des prix et le niveau de consommation. Nous ne pouvons reprendre dans l'espace limité de ce rapport l'ensemble des caractéristiques économiques de l'addiction. Nous nous contenterons de passer en revue les conséquences du caractère addictif de l'alcool sur la relation que le prix et le niveau de consommation entretiennent.

Premièrement, bien que dépendants, les consommateurs d'alcool sont sensibles aux incitations. L'augmentation du prix constitue une incitation majeure, pour un individu, à diminuer sa consommation. La demande est élastique au prix. L'élasticité de long terme est plus forte que l'élasticité de court terme, les individus sont donc sensibles aux politiques qui apparaissent comme destinées à durer. Chaloupka et al. (1993) montrent que l'élasticité prix de la demande de long terme pour l'alcool est de (-1) , substantiellement plus élevée que l'élasticité de court terme $(-0,79)$ (voir aussi Grossman, Sindelar, Mulahy, Anderson (1993)).

Deuxièmement, l'addiction est porteuse de deux mécanismes : la « dépendance » d'une part, qui fait que la consommation passée augmente la valeur future de l'alcool (relativement aux autres biens) et pousse les individus à consacrer une part croissante de leur revenu à l'alcool, l'« accoutumance » d'autre part, qui conduit les individus à consommer des doses croissantes afin d'obtenir un effet constant. Mais l'effet de l'accoutumance peut être inverse car elle vient diminuer le bénéfice psychique d'une quantité donnée d'alcool. En conséquence, le caractère addictif de la consommation d'alcool vient relâcher l'impact de l'augmentation du prix sur la consommation. Plus les consommateurs d'alcool seront dépendants, plus ils tenteront de maintenir inchangé leur niveau de consommation malgré l'augmentation du prix. Le risque de voir des groupes de consommateurs très dépendants se paupériser sous

l'effet des hausses du prix de l'alcool est non négligeable.

Troisièmement, les consommateurs d'alcool sont caractérisés par un taux de dépréciation pour le futur plus important que la moyenne. Ils déprécient les effets futurs de leurs choix présents. Ils sont donc généralement peu sensibles aux conséquences de leurs actes. Une telle caractéristique conduit les consommateurs d'alcool les plus dépendants à adopter des comportements à risque (au volant, au travail) et à s'endetter facilement pour maintenir leur consommation. La contrainte budgétaire est fictivement desserrée par des consommateurs qui sous-estiment les conséquences futures de leurs choix présents. Un tel mécanisme vient freiner l'effet de l'augmentation du prix sur la consommation.

Quatrièmement, la dépréciation du futur prend probablement la forme d'une dépréciation hyperbolique. Ceci implique que plus un consommateur d'alcool se rapproche d'un événement dont, hier, il disait vouloir se tenir à l'écart (trop boire demain) et préférer viser une récompense plus lointaine (rester sobre), plus il est tenté d'inverser l'ordre de son choix initial, tout en sachant qu'il le regrettera. L'effet du prix sur la consommation qui devrait venir limiter la consommation peut donc être bloqué par le caractère limité de la rationalité du consommateur d'alcool.

Cinquièmement, l'initiation à la consommation abusive d'alcool est souvent provoquée par un tiers ou par un groupe et ultérieurement regrettée. Plutôt qu'un optimisateur-né, le consommateur d'alcool doit être décrit comme un individu en proie à des conflits de rationalité. Myope mais doté d'un comportement relativement sophistiqué, il peut mettre en œuvre des stratégies visant à réconcilier ses choix présents avec les conséquences futures qu'il connaît, mais dont il peine à déduire et adopter un comportement présent approprié. À cette fin, il décidera d'entreprendre un traitement ou tentera de freiner sa consommation. A nouveau, l'impact du prix sur la consommation va être parfois contrarié, parfois, amplifié par les stratégies complexes des consommateurs d'alcool.

Sixièmement, il faut distinguer la consommation de la demande : celle-ci n'est pas une quantité, comme la consommation, mais une relation entre le prix et la consommation. Elle décrit la quantité que les consommateurs sont prêts à acheter pour un prix donné. Le jeu de la dépendance et de l'accoutumance engendre un puissant effet de *feed back* sur la demande. Lorsque l'offre d'alcool aug-

mente et provoque une baisse du prix, cela n'a pas d'effet immédiat sur la demande, mais vient augmenter la consommation via la baisse du prix. Pour un bien classique, l'histoire s'arrêterait là. Pour l'alcool (comme pour d'autres biens comme l'opéra par exemple), l'augmentation de la consommation va conduire à une augmentation ultérieure de la demande, qui vient à son tour augmenter la consommation, et ainsi de suite. Le fait que cet effet de *feed-back* pousse le marché vers un équilibre qualitativement différent ou, simplement, amplifie l'effet du déplacement original de l'offre, dépend des circonstances particulières, mais constitue, dans les deux cas, une non-linéarité dont la présence explique le caractère cyclique de la demande.

Septièmement, le caractère épidémique de la demande d'alcool tient au fait que les consommateurs tentent de recruter de nouveaux consommateurs. Le taux d'expérimentation de l'alcool dépend du niveau de la prévalence. L'effet de *feed-back* peut également jouer en sens inverse. Lorsqu'une nouvelle génération arrive en âge d'expérimenter l'alcool, elle est souvent plus consciente du risque que la génération précédente. Cette lucidité s'explique par la présence de consommateurs endurcis qui constituent un modèle répulsif efficace. Ainsi, un pourcentage important de consommateurs « à problèmes » parmi les consommateurs vient diminuer le taux d'expérimentation.

CHAPITRE III — L'INTERVENTION PUBLIQUE

I — INTRODUCTION

Le bien fondé de l'intervention publique repose sur un constat : en présence d'externalités, le marché est inefficace. Or, l'ampleur de ces dernières dépend étroitement du degré de rationalité qui est prêtée au buveur. Les théoriciens de l'addiction rationnelle (Becker et Murphy, 1988) défendent une conception restrictive des externalités de l'alcool et recommandent une intervention limitée à la seule correction des conséquences de l'alcool pour les tiers. À l'opposé, les tenants de l'approche dite de « santé publique » comprennent dans les externalités toutes les conséquences négatives de l'alcool et sont favorables à une intervention publique permettant d'approcher la consommation zéro. Les avocats du caractère « limité » de la rationalité du consommateur (Gruber et Koszegi, 2004) défendent une position intermédiaire où l'intervention publique doit corriger non seulement le coût de l'alcool pour les tiers mais aussi celui d'une fraction importante des maladies que le buveur s'inflige.

II — FONDEMENTS DE L'INTERVENTION PUBLIQUES

Le modèle de base qu'utilisent généralement les économistes est très simple. L'analyse économique suppose que l'individu est *rationnel*, c'est-à-dire qu'il a des préférences (ou des buts) bien définis, stables dans le temps et qu'il fait des choix en conséquence, afin de maximiser son bien-être étant donné ses préférences.

Ces préférences sont censées refléter (en l'état actuel des connaissances de la personne considérée), le coût et le bénéfice véritables de chaque option. Dans les situations où il existe une certaine dose d'incertitude, les individus font des choix sur la base de leurs *croyances* relatives à l'issue finale qui caractérisera une situation incertaine. Lorsqu'une nouvelle information est disponi-

ble, ils *actualisent leurs croyances* (on considère généralement qu'ils utilisent pour ce faire la règle de Bayes).

Dans le cadre de ce modèle, la souveraineté du consommateur constitue un principe fondamental. Pour Becker et Murphy (1988) et les théoriciens de l'addiction rationnelle, l'intervention de l'Etat est parfaitement inutile lorsque les individus sont rationnels et font les meilleurs choix possibles. C'est pourquoi ils considèrent que seuls les méfaits de l'alcool pour des tiers peuvent légitimer une intervention publique. En revanche, rien ne justifie, à leurs yeux, d'intervenir pour protéger les consommateurs d'alcool d'eux-mêmes. En effet, ces derniers incorporent parfaitement, dans leurs choix présents, les conséquences futures de ceux-ci. Véritable machine optimisatrice intertemporelle, l'individu n'a pas besoin de l'Etat qui doit respecter la souveraineté du consommateur.

À l'autre extrême, les tenants de l'approche de santé publique sont peu sensibles à l'argument du respect de la souveraineté du consommateur. Pour eux, les buveurs sont dépendants et ont perdu leur libre-arbitre. Il convient donc de les aider et de protéger la collectivité contre les conséquences de leur comportement. Convaincus de l'urgence de lutter contre l'alcool, ils considèrent plus utile de trouver des moyens qui soient véritablement efficaces plutôt que de spéculer à l'infini sur le bon droit de l'Etat à intervenir.

Les études mesurant le coût social de l'alcool selon la méthode *Cost Of Illness* s'inscrivent dans cette perspective, le coût social de l'alcool englobant toutes les conséquences négatives l'alcool. La justification d'une telle méthodologie tient à l'intérêt de comparer un monde « avec alcool » à un monde « sans alcool » afin de déduire l'ampleur des ressources gaspillées (coût social ou coût d'opportunité) par l'alcool. Cependant, cette approche manque de fondements microéconomiques et prive la figure du consommateur de toute autonomie de choix.

Le divorce semble ainsi prononcé entre les économistes qui furent les premiers à s'intéresser à l'addiction (tels Becker), prônant une intervention publique limitée, et les praticiens de la santé publique, très favorables à une forte intervention. Il est pourtant possible de réconcilier les deux points de vue en introduisant un peu plus de réalisme dans la description du comportement du buveur.

1 – La rationalité limitée des buveurs et l'intervention publique

Une troisième approche considère que la rationalité des choix du buveur est limitée. L'addiction qu'il développe vient brouiller ses arbitrages temporels. Il ne prend pas en compte les conséquences futures du fait de boire. Autrement dit, les conséquences négatives de l'alcool qu'il s'impose à lui-même doivent être traitées comme inintentionnelles. On parle alors « d'externalités intrapersonnelles » ou « internalités ». La politique publique doit fixer la taxe au niveau qui permet l'égalisation du coût social de l'alcool (internalités et externalités) et du prix payé par les consommateurs.

Le modèle de comportement du buveur à « rationalité limitée » reprend certains éléments du modèle beckérien, mais s'en distingue nettement quant au degré de cohérence temporelle prêtée aux individus. L'*information* des buveurs est supposée satisfaisante, sauf lorsqu'ils sont très jeunes ce qui est souvent le cas au moment de la première initiation. La *rationalité* des individus se manifeste par le fait qu'ils tentent de prendre en compte les effets futurs de leurs choix présents (complémentarité adjacente). Elle est toutefois *limitée* par leur myopie qui exprime leur incohérence temporelle. (Enfin, certains buveurs (*myopie sophistiquée*) sont capables de mettre en œuvre des plans stratégiques pour réconcilier leurs préférences éloignées et immédiates. D'autres buveurs sont incapables de mettre en œuvre de tels plans (*myopie naïve*).

Un consommateur rationnel (i.e temporellement cohérent) prend ses décisions à la période t en maximisant une fonction d'utilité intertemporelle où la dépréciation du futur est représentée par un coefficient δ :

$$\sum_{i=0}^{T-t} \delta^i U_{t+i} = U_t + \sum_{i=1}^{T-t} \delta^i U_{t+i}$$

Gruber et Koszegi (2004) proposent de prendre en compte la rationalité limitée par une forme de dépréciation hyperbolique du futur. δ mesure le taux de dépréciation du futur de long terme et β , le taux de court terme. Le facteur δ indique la dépréciation du futur entre deux périodes consécutives et il est plus élevé que le produit $\delta\beta$. Le consommateur maximise la fonction objectif suivante :

$$U_t + \beta \sum_{i=1}^{T-t} \delta U_{t+i}$$

δ et β sont compris entre 0 et 1.¹ A la période t , le consommateur d'alcool cherche à maximiser son utilité intertemporelle qui dépend de l'utilité instantanée de sa consommation U_t à la période t , augmentée de la somme des utilités U_{t+i} dégagées par la consommation durant les périodes postérieures à la période t .

Le facteur β traduit la prise en compte de la dépréciation hyperbolique du futur, c'est-à-dire de l'incohérence des préférences temporelles. Il décrit la valorisation spécifique de toutes les dates futures par rapport au présent. Si β vaut 1, nous retrouvons un modèle « à la Becker » où la dépréciation du futur est régulière (dépréciation exponentielle). Si $\beta < 1$, le consommateur détermine son plan de consommation en donnant un poids particulier au présent, supérieur au poids relatif d'une date quelconque sur la précédente.

Pour un buveur « temporellement incohérent », boire une dose d'alcool aujourd'hui procure le même plaisir que de prévoir d'en boire cinq demain, mais prévoir de boire une dose demain est identique à en prévoir deux pour après-demain et, de même, prévoir de boire une dose à n'importe quelle date future apporte exactement le bien-être que d'en boire deux le jour suivant. Ce comportement est dit temporellement incohérent, car il change le poids relatif d'une date sur l'autre au cours du temps (le buveur pensera demain qu'il lui faudrait cinq doses le jour suivant pour atteindre l'utilité retirée de la consommation d'une dose). Par conséquent, un agent peut consommer une quantité supérieure à la quantité supposée optimale, c'est-à-dire prenant en compte le coût futur de sa pratique d'aujourd'hui, car il mesure mal l'impact de sa consommation présente sur sa consommation future.

Cette incohérence temporelle du buveur amène à voir une partie du coût des conséquences (maladies) que le buveur s'inflige à lui-même comme des « internalités » qui viennent s'ajouter aux externalités classiques. Ce sont donc

¹ Avec un taux d'actualisation conventionnel $r=3\%$, le taux de dépréciation de long terme du futur vaut $\delta=1/1+r=0,97$. La littérature expérimentale considère que le taux de dépréciation de court terme β est compris entre 0,6 et 0,9.

les limites posées à la rationalité du buveur qui sont la source de la partie « internalités » des externalités.

Toute la question pratique consiste à savoir quelle partie des coûts engendrés par l'alcool doit être considérée comme une externalité. Nous venons de voir que considérer le buveur comme rationnellement limité conduit à considérer une partie des maladies qu'il s'inflige comme une externalité, mais jusqu'à quel point doit t-on étendre le raisonnement ? La question reste posée, contrairement au tabac où l'on dispose d'études qui émettent des hypothèses sur le partage de la population des fumeurs entre fumeurs rationnels et rationnels limités, la recherche, dans le domaine de l'alcool reste embryonnaire.

Cette nouvelle représentation du comportement du buveur conduit naturellement à prôner l'intervention publique. Le rôle assigné à l'Etat est alors de permettre à l'individu de faire prévaloir ses intérêts de long terme sur ceux que son impatience lui dicte à court terme.

En présence d'externalités, le fonctionnement du marché est inefficace et l'intervention publique nécessaire pour corriger les défaillances du marché. Reste encore à déterminer quelle forme elle doit prendre. L'interdiction pure et simple de l'alcool ne semble ni justifiée ni efficace. Notre analyse privilégie un instrument qui est au coeur de la politique publique : la taxation.

2 – L'optimum social

L'alcool impose des externalités à la collectivité. Il convient de corriger ces externalités afin de permettre à la société d'atteindre un optimum social. Un tel optimum est atteint avec une consommation d'alcool plus faible que celle qui s'établit sur un marché libre.

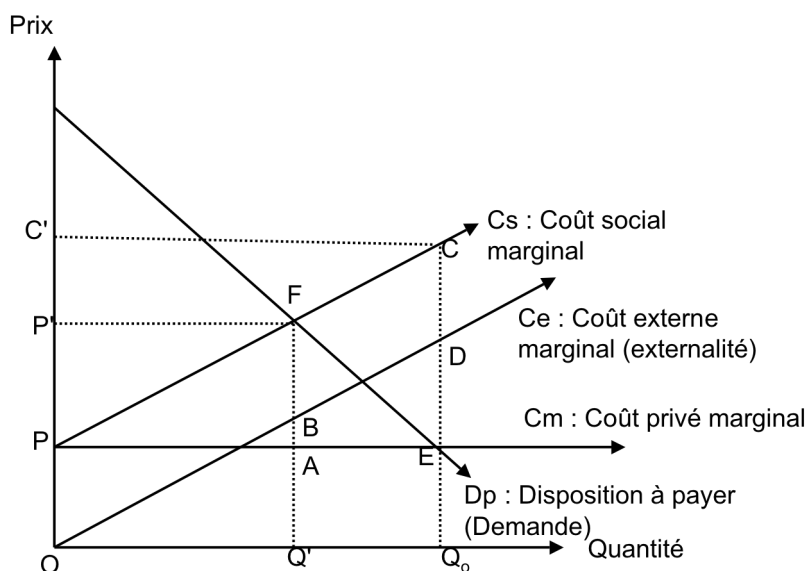
Sur le graphique suivant, la droite décroissante D_p représente la demande d'alcool sur le marché. Elle associe à chaque quantité d'alcool (mesurée en abscisses) la disposition marginale à payer des consommateurs, c'est-à-dire ce qu'ils sont prêts à payer pour consommer une unité de d'alcool supplémentaire. La décroissance de cette droite traduit le fait que le prix qu'ils sont disposés à payer pour une unité de plus est d'autant plus faible que la quantité qu'ils consomment déjà est importante.

La droite C_m décrit le prix de l'alcool. Elle s'interprète également comme le coût privé marginal de l'alcool. Il s'agit du coût privé supplémentaire que les consommateurs

doivent acquitter pour consommer une dose d'alcool de plus, c'est pourquoi on parle de coût privé marginal. Le coût privé marginal est constant, il s'agit du prix d'une dose d'alcool vendue sur le marché.

Pour chaque quantité d'alcool consommée dans la société, on représente la somme des externalités et des internalités par le coût marginal externe que la consommation d'une unité d'alcool de plus impose à la collectivité par la droite C_e . Il s'ajoute au coût marginal privé pour former le coût marginal social C_s . La droite C_s est croissante : plus la quantité d'alcool consommée est importante, plus le coût marginal social est élevé.

Graphique 65 – L'équilibre du marché de l'alcool



Lorsque les consommateurs d'alcool ne prennent en compte que leur intérêt privé, ils égalisent leur coût marginal privé (prix) et leur demande. En effet, ils n'augmentent leur consommation d'alcool que jusqu'au point (E) où leur disposition à payer (D_p) est juste égale au coût marginal privé (C_m). Autrement dit, tant que boire une unité d'alcool de plus semble leur procurer plus de bénéfice que de coût, ils continuent d'augmenter leur consommation. À partir de E, boire plus rapporte moins que cela ne coûte. Le marché trouve donc son équilibre en E pour un prix de l'alcool P et une quantité consommée Q_0 .

À l'équilibre du marché (point E), la consommation d'alcool (en quantité Q_0) induit, pour l'ensemble de la collectivité, un coût social marginal mesuré par la distance OC' correspondant à la somme du prix payé par les buveurs (P) et du coût externe marginal (C_e) qu'ils imposent au reste de la collectivité (représenté par la dis-

tance PC'). Les buveurs n'assument ainsi qu'une partie du coût de leur consommation. S'ils l'assumaient en totalité, ils diminueraient leur consommation. Le point d'équilibre se situerait alors à l'intersection de la droite de demande d'alcool et de la droite de coût social marginal, c'est-à-dire au point F et la consommation d'alcool serait ramenée à son niveau socialement optimal Q' . Le bénéfice que la collectivité retire du fait de passer de Q_0 à Q' est représenté par la surface FEC qui correspond à la somme des excédents, pour les unités comprises entre Q' et Q_0 , du coût social marginal sur la disposition marginale à payer.

Il est toutefois possible que la consommation modérée d'alcool engendre également un effet positif (Rimm et al., 1991, Dyer et al., 1980, Klatsky et al., 1981, Marmot et al., 1981). Si une telle conclusion faisait l'objet d'un consensus, il conviendrait de diminuer les externalités négatives de l'alcool du montant des externalités positives et procéder à nouveau au calcul de la taxe optimale, qui serait alors légèrement plus faible.

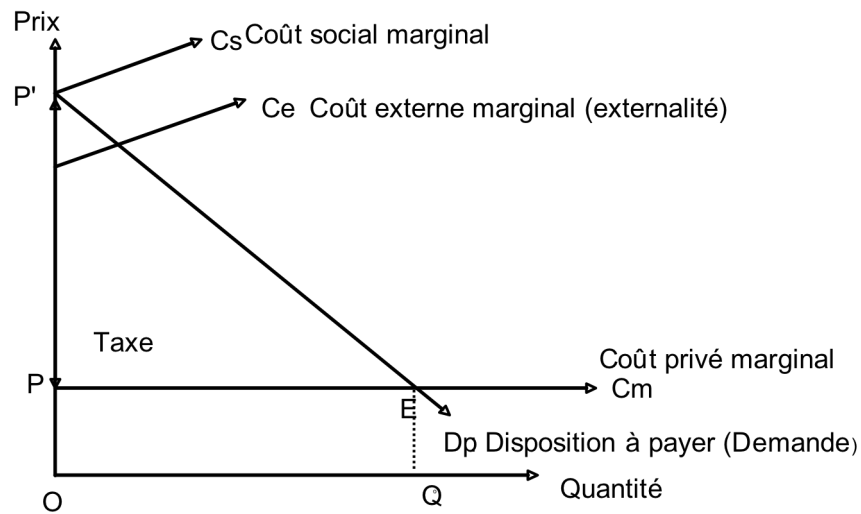
L'approche économique, dans le cas standard, fixe donc à la politique publique le rôle de ramener la consommation de Q_0 à Q' , c'est-à-dire de l'optimum privé vers l'optimum social. On observera que rien n'autorise à affirmer que l'optimum social correspond à une consommation nulle. Les tenants de l'approche de santé publique contestent ce point et reprochent aux économistes de ne pas nécessairement défendre l'objectif de consommation zéro.

3 – L'objectif de consommation zéro

Les tenants de l'approche dite de « santé publique » considèrent que presque toute consommation d'alcool est dangereuse pour la santé et recommandent de mettre en œuvre une politique publique permettant d'atteindre le niveau de consommation le plus faible.

A partir de l'analyse développée à l'aide du graphique 1, on comprend que l'approche de santé publique revient à placer Q' à l'origine du repère, ce qui peut se produire si les externalités créées par le tabac sont très importantes. Le graphique suivant décrit cette situation.

Graphique 66 - Le cas de consommation zéro



Sur le graphique 66, la consommation d'alcool engendre, dès la première unité, des externalités tellement fortes qu'elle est absolument nuisible du point de vue de la collectivité. Dans les termes de l'analyse économique, cela signifie que l'utilité procurée par une consommation de d'alcool aussi minime soit-elle est toujours inférieure aux nuisances causées. Peut-on défendre ce point de vue ?

Rien ne prouve qu'une très faible consommation engendre moins d'utilité qu'elle ne crée d'externalités. Ni d'ailleurs le contraire. On touche ici une question complexe, celle du lien entre le niveau de consommation et celui des externalités.

En réalité, il n'existe pas de corrélation parfaite entre les nuisances causées par l'alcool et les quantités consommées. Deux verres d'alcool peuvent conduire à un accident d'automobile et les trois quart d'une bouteille à une sieste. Le lien entre le danger et la quantité est loin d'être univoque, il dépend de nombreux facteurs dont celui du comportement associé à la consommation (conduire, travailler, etc) et de la fréquence. Pour des raisons de simplicité, la politique publique centre son message sur la quantité d'alcool consommée car les décideurs publics considèrent qu'une communication trop sophistiquée pourrait valoriser l'alcool. Bref, réduire la consommation moyenne d'alcool semble un objectif plus simple à atteindre que celui de réduire la consommation d'alcool effectivement porteuse de conséquences négatives. Cet objectif est sans doute réaliste et conduit à choisir un niveau de taxation de l'alcool qui, nous le verrons engendre, des inégalités entre les catégories de consommateurs d'alcool.

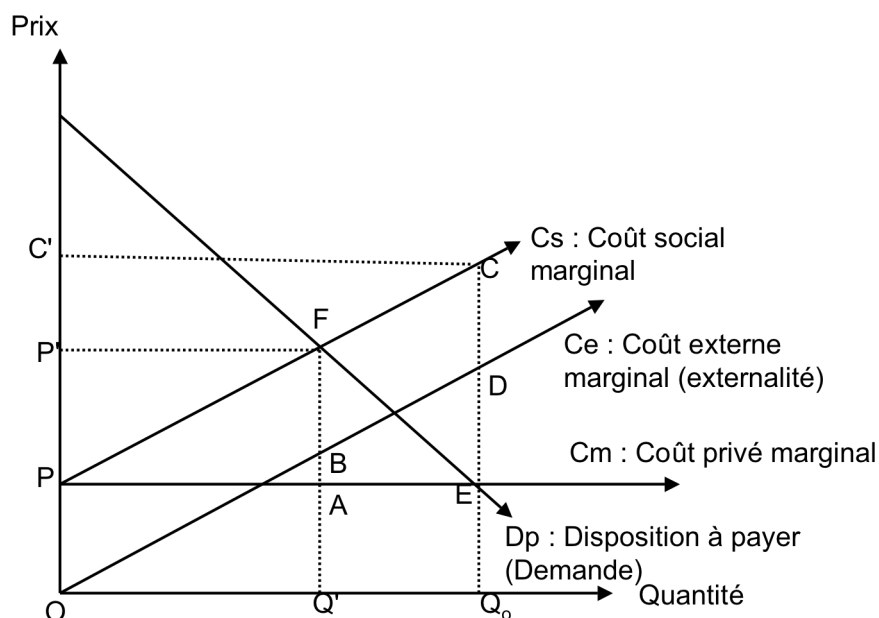
4 – Le montant optimal de la taxe sur l'alcool

Lorsque les individus boivent, ils ne prennent en compte ni les externalités qu'ils occasionnent pour les autres, ni la totalité des internalités qu'ils s'infligent. Plusieurs instruments permettent la correction des effets économiques engendrés par l'alcool (interdiction partielle, information, réglementation de la publicité). Nous concentrerons notre attention sur un instrument spécifique : la taxation.

La théorie économique recommande de lever une taxe qui ramène la consommation à son niveau optimal et améliore l'efficacité en épargnant des ressources (années de vies et argent). La taxation est dite optimale lorsqu'elle permet d'atteindre le bien-être collectif maximal.

Sur le graphique suivant, le niveau de taxe permettant de ramener la consommation d'alcool à son niveau optimal (Q') est égal au segment AF . Cette taxe a pour effet d'augmenter le prix unitaire payé par les consommateurs de P à P' . La droite C_m se déplacera vers le haut et le nouvel équilibre Prix-Disposition marginale à payer s'établit alors en F et le niveau de consommation en Q' . Le gain social (FCE) est égal à la réduction des externalités (surface $AFCE$) moins la diminution du surplus du consommateur ($PP'FE$), plus le produit de la taxe ($PP'FA$).

Graphique 66 - La correction des externalités par la taxe



Toute réduction de la consommation en dessous de Q' est inefficace. En effet, en deçà de Q' , le coût marginal social devient inférieur à la demande. Boire coûte moins cher à la collectivité que cela ne procure de satisfaction aux buveurs. Avec la taxe AF , les buveurs payent cher leur l'alcool et ce prix (taxe incluse) couvre les faibles externalités (du fait de leur petit nombre) qu'ils engendrent. Chercher à réduire davantage la consommation d'alcool en élevant le niveau de la taxe conduirait à priver les buveurs persistants de plus d'utilité qu'ils n'engendrent de coût pour la collectivité. Une telle politique est donc infondée du point de vue de l'efficacité économique.

Le montant de la taxe dépend donc directement du niveau du coût externe de l'alcool. L'opposition entre théoriciens de « l'addiction rationnelle » et tenants de la « rationalité limitée » prend alors toute sa portée, en matière de décision publique. Si l'on considère que les seuls coûts externes sont ceux provoqués par les conséquences pour les tiers, la courbe C_e sera moins pentue et la taxe optimale sera faible. En revanche, si l'on considère qu'une fraction importante du coût des conséquences, pour le consommateur, du fait de boire est une internalité et doit être traité comme une externalité, alors la taxe optimale sera élevée. Plus la rationalité du consommateur

est limitée, i.e sa dépréciation du futur est fortement hyperbolique, plus la taxe doit être forte.

5 – Problèmes de redistribution

La consommation d'alcool pose deux types de problèmes assez distincts à la collectivité. D'une part, un problème d'efficience que nous venons d'évoquer. En présence d'externalité, le marché est inefficace. D'autre part, un problème de redistribution. L'équilibre du système de santé, celui des retraites et l'alignement des salaires sur la productivité marginale sont affectés par la présence des buveurs. Le problème d'efficience se règle par l'intervention publique et la taxation, tandis que le problème de redistributions se gère par le marché ou par la solidarité.

Pour les partisans de l'addiction rationnelle, les externalités qu'il convient de corriger ne sont pas considérables¹. La correction du problème d'efficience posé par l'alcool justifie un niveau de taxe généralement inférieur à celui pratiqué. En revanche, le problème de redistribution est majeur. Le coût des soins des maladies des buveurs, le coût pour les entreprises de leur absentéisme plus élevé (du fait de leurs maladies), leur impact sur l'équilibre des retraites devraient être pris en charge par les buveurs. La collectivité doit facturer directement le coût des soins, en instaurant un système de surprime. De même, le marché doit refléter, par la différenciation des niveaux de salaires, la productivité plus faible des buveurs. Enfin, les primes des cotisations de retraites devraient prendre en compte le caractère prématuré du décès des buveurs.

Les recommandations de politique publique des partisans de l'approche de santé publique sont peu explicites, mais convergent pour justifier une taxation importante permettant de ramener la consommation vers un très bas niveau. La consommation réduite éliminerait presque tout le coût social de l'alcool et résoudrait les problèmes d'efficience. Cette approche suggère de régler les problèmes de redistribution (équilibre des régimes de retraite et de santé) par la solidarité. Elle est favorable à des régimes sociaux qui ne répercutent pas sur les individus le coût de leur couverture sociale.

¹ En France, les externalités pures (au sens de Becker) ne représentent que 8 % du coût social total calculé selon la méthode *Cost of Illness* (Kopp et Fénoglio, 2004)

L'analyse qui fait de la rationalité limitée du buveur la justification d'une intervention publique importante n'aborde pas explicitement les problèmes de redistribution. Ces derniers sont résiduels dans la mesure où la position de la barrière qui sépare les externalités (classiques et internalités) du coût privé, dépend du degré d'hyperbolisme prêté à la dépréciation du futur par les buveurs. L'impact des buveurs sur la redistribution peut alors être réglé, à la Becker, par le marché ou par un système mutualisant les risques. La question mériterait d'être examinée en détail par les développements futurs de cette littérature.

III — EFFICACITE ET EQUITÉ DE LA TAXATION

La politique de taxation de l'alcool consiste à faire assumer à ceux qui engendrent des externalités le coût complet de leur comportement. En taxant l'alcool, le décideur public, place les consommateurs dans une situation où ils doivent payer le coût réel (privé et externe, donc social) de leur pratique. Toutefois, une politique de taxation peut difficilement être différenciée au point de couvrir tout l'éventail des profils de réaction des consommateurs à l'alcool. Pourtant, en toute logique, seuls ceux qui engendrent des externalités devraient être taxés, c'est-à-dire essentiellement les gros buveurs et les buveurs qui associent la consommation d'alcool avec les comportements risqués (conduite automobile) ou ceux chez qui l'alcool déclenche un comportement violent. Les autres, puisqu'ils n'engendrent pas d'externalités, ne devraient pas voir leur consommation taxée.

1 — La taxation : un instrument approximatif

Les conséquences négatives de la consommation d'alcool sont beaucoup plus complexes à appréhender que celles de la cigarette, par exemple. Les effets du tabac sont nocifs, quelle que soit la quantité consommée. Ce qui n'est pas nécessairement le cas pour l'alcool. De nombreuses personnes consomment régulièrement des petites quantités d'alcool, sans pour autant se mettre en danger, ni altérer le bien être ou la propriété d'autrui.

Le niveau des externalités engendrées par l'alcool est affecté par plusieurs variables, la quantité d'alcool, mais également les conditions de la consommation, la fréquence

et la comportement associé, pour ne citer que les plus importants. Il conviendrait donc que chaque consommateur, à chaque consommation, soit taxé en fonction des conséquences négatives qu'il engendre. Différencier les taxes en fonction des conséquences de la consommation est impossible à mettre en œuvre. D'abord, par ce que la relation dose-effet qui caractérise l'alcool est mal connue, qu'elle varie selon les individus et les circonstances. Taxer l'alcool est donc une politique approximative, efficace, mais non dépourvue d'injustice. Le *trade off* entre efficacité et injustice dépend du rapport entre le nombre de consommateurs à problème et le nombre de consommateur sans problèmes. Un tel ratio est délicat à établir.

Il convient donc de mettre en place une taxation qui soit optimale, au sens qu'elle minimise le coût social, mais inéquitable, puisque certains payent trop au regard de leur comportement et d'autres pas assez. Les décideurs publics ont été dans ce sens et ont opté pour une politique visant la réduction de la consommation moyenne par habitant. Les Etats-Unis, comme la France, se sont engagés dans des politiques de lutte contre l'alcool par les prix, en pratiquant une taxation indifférenciée de l'alcool. Quel que soit le profil du consommateur, il doit acquitter une taxe identique. Cette politique est approximative et doit être accompagnée de mesures plus spécifiques ciblées sur les groupes de consommateurs particulièrement dangereux pour la collectivité. Les gros consommateurs d'alcool doivent faire l'objet d'une attention particulière du législateur. Outre les problèmes de santé auxquels ils s'exposent, ils sont aussi plus favorablement enclins aux comportements violents. De façon générale, leur consommation excessive peut avoir des conséquences sociales coûteuses pour eux-mêmes et pour la société : crimes, accidents de la route, délits, etc...

2 - Quel niveau de taxe ?

Pogue et Sgontz (1989) puis Saffer et Chaloupka (1992) estiment que la taxe optimale sur l'alcool en 1991, aux Etats-unis aurait du être de 79 dollars par gallon d'alcool. Ces études se basent sur l'estimation du coût externe réalisée par Harwood et al. (1984). Sur la base des mêmes coûts, Manning et al (1989, 91) et Blumberg (1992) obtiennent une taxe optimale de 73 dollar par gallon. Quoique ces études examinent des estimations différentes de coûts de l'abus d'alcool, tous concluent que la taxe optimale devraient être significativement plus élevée

que la taxe en vigueur qui s'élève à 35 dollars par gallon d'alcool.

Il règne un certain consensus sur le caractère insuffisant de l'augmentation des taux de taxe sur l'alcool depuis l'introduction de la législation de 1951, aux Etats-unis. En effet, les taux n'ont pas été indexés sur l'inflation, de sorte que les prix réels ont baissé, pour l'ensemble des boissons alcoolisées. Les taux de taxe – autant d'ailleurs sur les cigarettes que sur l'alcool – ont été en effet stables en termes nominaux pour une longue période.

Le taux de taxe appliqué à l'alcool augmenta d'environ 19% le 1er octobre 1985. Le 1er janvier 1991 une seconde augmentation des taux de taxe fédérale appliquée à la bière et au vin a conduit à doubler la taxe appliquée à la bière. La taxe sur le vin a été multipliée par 7, à cette même date. Mais selon Grossman, Sindelar, Mullahy, Anderson (1993), la taxe sur l'alcool aurait dû être 75% plus élevée et celui sur la bière, 162% plus élevé, pour maintenir leurs valeurs réelles de 1951. Grossman, 1987 ; Phelps 1988 ; Cook, 1988 ; Coate et Grossman, 1988 ; Manning, 1989, 1991 estiment aussi que les taxes en vigueur ne sont pas suffisantes pour couvrir les coûts engendrés par les abus d'alcool. Pour Saffer, Grossman et Chaloupka (1993), une politique indexant les taxes sur la bière au taux d'inflation aurait sauvé approximativement 5.000 vies par an dont environ 1.700 jeunes âgés de 18 à 21 ans, entre 1975 et 1981. Ils estiment, de la même façon que cela aurait pu avoir un effet beaucoup plus important encore dans les années 80 où 1.660 vies par année auraient pu être sauvées.

Il ressort de ce chapitre que dès lors qu'on se place dans une perspective où les externalités couvrent un ensemble large des conséquences négatives de l'alcool, plus large que les seules externalités strictes (i.e. affectant les tiers) le niveau de la taxe sur l'alcool est insuffisant. Le bien-être collectif pourrait être augmenté en augmentant les taxes sur l'alcool. La consommation baisserait et le coût social également. Le prix à payé consiste à infliger une perte de bien-être aux consommateurs d'alcool modérés, qui n'engendrent pas d'externalités, mais devraient payer plus cher leur boissons. Il convient de mener des études qui permettraient de tester les bienfaits comparés d'augmentations généralisée des taxes sur les boissons alcoolisées ou spécifiques (par boisson, lieu de vente, etc.).

CHAPITRE V — LES EFFETS DE LA POLITIQUE FRANCAISE DE TAXATION

I — INTRODUCTION

Ce chapitre a pour objectif de mesurer l'impact d'une augmentation des taxes sur l'alcool sur la consommation de ces produits et la mortalité induite. On utilise pour cela un modèle de micro-simulation des dépenses des ménages français, à partir duquel on réalise plusieurs simulations de chocs fiscaux.

Les résultats obtenus soulignent tous la difficulté à atteindre, par le seul instrument fiscal, les objectifs annexés à la loi de santé publique du 9 août 2004 et, plus généralement, des baisses conséquentes de la consommation de produits alcoolisés.

II— LES DONNEES

L'enquête Budget des Familles (BDF) a pour but de reconstituer l'ensemble de la comptabilité des ménages : elle recense, sur un échantillon de 10 000 ménages l'intégralité de leurs dépenses, de leurs consommations non monétaires et de leurs ressources, auxquelles sont adjoindentes des informations sur leurs caractéristiques socio-démographiques.

1 — Sources

La collecte des dépenses constitue l'intérêt principal de l'enquête: au travers de nomenclatures variant de 400 à plus de 1000 postes selon les années de réalisation, on enregistre leur nature et les montants correspondants. Le champ de l'enquête est le plus large possible : toutes les dépenses sont couvertes, y compris celles ne relevant pas du champ de la comptabilité nationale (impôts et taxes, primes d'assurance, gros travaux pour le logement, trans-

fert intra et inter ménages, achats de biens d'occasion...). En plus des dépenses monétaires proprement dites, l'enquête recueille des informations sur les consommations qui n'ont pas été engendrées par un achat de la part des ménages: autoconsommations alimentaires et avantages fournis par l'employeur principalement.

Au recensement des dépenses s'adjoint celui des ressources. Pour une enquête de consommation, le revenu ne sert essentiellement que comme variable explicative de cette dernière. Mais, depuis 1989, le revenu constitue l'attrait principal de l'enquête après les dépenses. Toutes les formes de ressources y sont enregistrées : revenus imposables ou non, prestations sociales et ressources exceptionnelles.

La collecte de chacune des enquêtes est étalée sur 12 mois (en 8 vagues de 6 semaines) afin d'éliminer la saisonnalité des dépenses. Deux instruments de collecte sont utilisés :

- un questionnaire à remplir durant les trois visites de l'enquêteur, dont le but est d'enregistrer les caractéristiques sociodémographiques du ménage, ses revenus ainsi que ses dépenses importantes ou régulières.
- un carnet de dépenses (sur une période de 14 jours) remis à tous les membres de plus de 14 ans qui enregistrent les dépenses quotidiennes ainsi que les petites dépenses irrégulières.

Les indices de prix mensuels INSEE

Les indices de prix mensuels ont pour objet de rendre compte des variations de prix de produits contenus dans une nomenclature plus ou moins large selon les années de réalisation.

La population de référence est constituée de l'ensemble des ménages français, même si un autre indice concernant les ménages urbains dont le chef est employé ou ouvrier (soit 25% de la population) continue à être publié.

Les indices sont exprimés par rapport à une base 100 pour une année de référence. Trois changements de base se sont succédés depuis 1979 (exprimé en base 1970): base 1980=100, base 1990=100 et base 1998=100. Ces changements de base ont été aussi l'occasion de changements de nomenclatures de publication: 296 postes en base 1970/1980, 265 en base 1990 puis 159 postes en 1998. A chaque indice publié est associée une pondération, afin de permettre le calcul

d'indices de paniers de biens personnalisés. Ces poids sont déterminés en interne par l'INSEE. Ils sont recalculés une fois par an après publication des indices du mois de décembre et avant celle de janvier. C'est donc un indice chaîne de Laspeyres. Les pondérations sont proportionnelles à la valeur des achats des ménages de référence. Pour une année t donnée, on part des poids de consommation observée en $t-2$, que l'on révisé en incorporant les mouvements de prix opérés entre $t-2$ et $t-1$. Les pondérations de l'année t sont donc les poids de l'année $t-2$ au prix de l'année $t-1$. Pour observer ces poids, et étant donné que l'indice de prix présente un niveau de désagrégation supérieur aux séries macroéconomiques, l'INSEE fait appel aux statistiques les plus récentes issues des enquêtes microéconomiques (essentiellement des sources professionnelles et BDF) afin de désagréger les poids au niveau de détail voulu.

Création d'un corps de données harmonisées

L'enquête BDF ne récoltant pas l'information sur les quantités consommées par les ménages en plus des dépenses, il est alors impossible d'obtenir des prix unitaires à partir des seules sources de cette enquête. Il est donc nécessaire d'apparier des données de prix exogènes.

Pour cela, les indices INSEE constituent la seule source possible. La nomenclature de consommation BDF 2000 en 400 postes étant plus large que celle des indices de prix (160 postes), il a donc été nécessaire de créer une nomenclature de passage permettant de travailler simultanément avec les deux corps de données. En outre, le découpage de chacune des enquêtes ne permet pas au final d'obtenir exactement à partir d'une agrégation des données de BDF une nomenclature identique à celle des indices de prix. Ces différentes contraintes aboutissent ici à un découpage sur les tabacs et alcools en 4 postes: 1-Vins et champagnes, 2-Alcools forts, 3-Cidres et bières et 4-Tabacs. C'est à partir de ces 4 postes, clé de passage unique entre les indices de prix et l'enquête de consommation, que nous allons effectuer la micro-simulation.

2 – Micro-simulation d'une réforme

Nous décrivons ici la méthodologie et les résultats de l'estimation de la fonction de demande à partir de laquelle nous obtenons l'élasticité prix alcools et tabacs, puis la description complète de la simulation d'une réforme. Auparavant, nous présentons la modélisation fiscale retenue sur les quatre postes.

Modélisation fiscale

Les taxes ad valorem, se calculant proportionnellement à la valeur du bien, sont les taxes les plus couramment rencontrées dans le paysage fiscal français. Pour celles-ci, seule une observation des montants dépensés est suffisante pour calculer le montant de la taxe. Le problème est quelque peu différent sur les tabacs et alcools, dans la mesure où l'essentiel des taxes indirectes sur ces biens sont des droits d'accises (taxes additives exprimées par unité de bien). Pour ces dernières, l'observation des quantités en plus des dépenses est nécessaire (un bien soumis à accises étant soumis à la tva, il nous faut alors aussi observer les dépenses pour une modélisation fiscale exhaustive du bien). Comme précisé auparavant, BDF n'enregistre pas les quantités consommées par les ménages. Cela nous oblige alors à calculer un taux de taxation implicite ad valorem afin de nous ramener à un schéma de taxation proportionnelle.

Transformation des paramètres additifs en taux proportionnels

Partons du cas général d'un bien soumis à un droit d'accise a et au taux de TVA t :

$$p_{ttc} = (1 + t)(p_{ht} + a)$$

Posons :

$$p_{ttc} = (1 + t)(1 + \tau)p_{ht}$$

Avec

$$\tau = \frac{a}{p_{ht}}$$

où τ désigne le taux implicite proportionnel correspondant au paramètre additif a . Pour le calcul de τ , on pose :

$$D_M = p_{ttc}Q$$

et

$$R_M = aQ$$

avec Q la quantité consommée du bien considéré, DM la dépense observée en comptabilité nationale et RM la recette fiscale provenant du droit d'accise a .

Lorsque les prix unitaires et les quantités sont inconnus, le rapport des deux expressions précédentes permet de calculer le taux implicite à partir de la consommation nationale des ménages et des recettes fiscales :

$$\frac{D_M}{R_M} = \frac{p_{ttc}}{a} = \frac{(1+t)(p_{ht} + a)}{a} = (1+t)\left(\frac{p_{ht}}{a} + 1\right)$$

On obtient alors :

$$\tau = \frac{1}{\frac{D_M}{R_M(1+t)} - 1}$$

Le taux implicite est donc aisément calculable à partir de données observables (consommation nationale et recettes fiscales). On en déduit de la même façon le prix unitaire à partir du droit d'accise, puis la quantité consommée.

Calcul des taux implicites pour les boissons alcoolisées

Les vins

Pour calculer τ_{vin} , nous partons des recettes issues des droits de circulation sur les vins pour l'année 2000 et de la dépense correspondante pour en déduire le prix TTC unitaire de l'hectolitre de vin, puis le prix HT. Le calcul de τ_{vin} est alors immédiat. La décomposition du calcul nous est donnée par le tableau suivant:

Tableau 4 - Calcul du taux de taxation implicite sur les vins

Doit de circulation (en € par hl)	3,35
Dépenses des ménages en vins (BDF, millions €)	5 558
Dépenses totales en vins (millions €)	7 717
Taux de couverture (vins)	72,01%
Recettes des droits sur les vins (millions €)	127,00
Taux de taxation implicite (vins)	2,01%
Prix unitaire HT (par hl)	166,86
Prix unitaire HT (par litre)	1,67
Prix TTC (par litre)	2,04

Les bières

Les bières sont soumises à un droit de consommation b additif s'appliquant par degré d'alcool contenu dans un hectolitre de produit. Pour le calcul, nous considérons une

teneur alcoolométrique des bières de 4,5%, les données fiscales ne nous permettant pas de dégager une teneur alcoolométrique moyenne. Pour calculer τ_b , la méthode est identique à celle utilisée pour les vins. En se basant sur les dépenses de l'année 2000 et les recettes associées, nous avons déduit le prix TTC d'un hectolitre de bière, le prix HT et τ_b . En réutilisant la formule précédente du taux de taxation implicite, il en résulte une valeur de τ_b de 40.09%, dont le calcul est présenté dans le tableau suivant:

Tableau 5 - Calcul du taux de taxation implicite sur les bières

Droits sur les bières (en € par hl et par degré d'alcool)	2,6
Hypothèse : teneur alcoolométrique moyenne des bières	4,50%
Recettes droits sur les bières (millions €)	359
Droits sur les bières (par hl à 4,5°)	11,7
Dépenses des ménages en bières (BDF, millions €)	1 143
Dépenses totales en bières (millions €)	1 500
Taux de couverture (bières)	76,15%
Taux de taxation implicite (bières)	40,09%
Prix unitaire HT (par hl)	29,19
Prix unitaire HT (par litre)	0,29
Prix TTC (par litre)	0,49

Les spiritueux

Il s'agit des produits intermédiaires et des alcools en supposant que la classe "Alcools" n'est constituée que de boissons contenant plus de 25% d'alcool acquis. Nous devons alors prendre en compte deux taxes additives : le droit de consommation a sur les alcools et la cotisation CNAM notée c . On calcule les taux implicites τ_a et τ_c par les formules suivantes :

$$\tau_a = \frac{1}{\frac{D_M}{R_a(1+t)} - \frac{\delta a + c}{\delta a}}$$

$$\tau_c = \frac{1}{\frac{D_M}{R_c(1+t)} - \frac{\delta a + c}{c}}$$

Le taux implicite groupé pour un bien soumis à deux droits d'accises se calcule comme la somme des deux taux précédents :

$$\tau_{ac} = \frac{\delta a + c}{p_{ht}} = \frac{1}{\frac{D_M}{(R_a + R_c)(1+t)-1}} = \tau_a + \tau_c$$

Le droit de consommation sur les alcools s'applique par hectolitre d'alcool pur, alors que la cotisation CNAM s'applique sur l'hectolitre de produit fini. Il est erroné ici de poser un degré alcoolométrique arbitraire comme nous l'avons fait pour la bière puisqu'il est possible de déterminer un degré moyen. En effet, les recettes fiscales de ces deux taxes se calculent selon la formule suivante :

$$R_c = cQ$$

et

$$R_a = a\delta Q$$

d'où

$$\frac{R_c}{R_a} = \frac{c}{a\delta}$$

avec δ le degré alcoolométrique moyen calculé par :

$$\delta = \frac{R_a}{R_c} \frac{c}{a}$$

Pour le calcul du taux implicite regroupé, nous avons procédé de la même manière que pour les vins et les bières. Nous avons utilisé les dépenses des ménages, la recette fiscale de la cotisation CNAM et des droits d'accises sur les alcools forts et les produits intermédiaires perçue par l'Etat. La décomposition des calculs s'opère alors conformément au tableau ci-dessous :

Tableau 6 - Calcul du taux de taxation implicite sur les alcools forts

Taux de TVA	19,60%
Droits de consommation (en € par hl d'alcool pur)	1450
Taxe CNAM (en € par hl)	130
Recettes droits de consommation (millions €)	1 872
Recettes CNAM (millions €)	376
Volume alcoolométrique moyen	44,64%

Dépenses des ménages en alcools forts (BDF, millions €)	2 622
Dépenses totale des ménages en alcools forts (millions €)	3 663
Taux de taxation implicite CNAM	46,14%
Prix unitaire alcools forts HT / hecto-litre	281,74
Prix unitaire alcools forts HT / litre	2,82
Prix TTC / litre pour une boisson de 44°	12,67
Taux de taxation implicite "Droits de circulation"	229,73%
Taux implicite global alcools forts	275,87%

III — DESCRIPTION ANALYTIQUE D'UNE REFORME

Les réformes de la fiscalité indirecte entraînent des variations de prix qui sont répercutées, intégralement ou partiellement, sur le consommateur ; pour les biens qui nous intéressent ici, nous supposons que le report est total. L'impact de ses réformes peut se décomposer traditionnellement en deux effets, un effet prix « pur », un effet quantités « pur ».

1 — Les effets prix et quantités

L'effet prix « pur » décrit l'impact de la variation de prix à comportements inchangés. Dans ce cas une variation de x% du prix d'un bien ou d'un groupe de biens, induite par un changement de valeurs d'un ou plusieurs paramètres fiscaux, entraîne simplement une variation de la dépense pour ce bien ou ce groupe de bien de x%. Il s'agit là d'une forme comptable de micro-simulation.

L'effet quantités « pur » décrit l'impact des modifications de comportements induites par le choc sur les prix.

A la variation de dépense initiale (effet prix) se combine alors une seconde variation (effet quantités), induite par les réactions des comportements de consommation face aux changements de prix, telles qu'elles sont décrites par les élasticités-prix directes compensées. Si le prix d'un bien augmente suite à la hausse de la valeur d'un paramètre fiscal, la dépense consacrée à ce bien augmente de manière purement comptable ; mais la hausse de prix engendrée par le choc fiscal incite les ménages à diminuer leur consommation de ce bien ce qui vient atténuer la première varia-

tion comptable. Il s'agit là de la forme comportementale de la micro-simulation. Elle est évidemment car plus réaliste.

On précise ci-dessous les variations de prix et de dépenses associées à une réforme.

Les postes alcools et tabacs sont soumis à un taux ad valorem t et à un droit d'accises a transformé en taux proportionnel τ par la méthode présentée précédemment.

Le prix de ces biens TTC avant réforme (l'exposant 0 désignant par la suite la fiscalité à la situation initiale et 1 la situation après réforme) peuvent s'écrire sous la formulation générale suivante:

$$p_{ttc}^0 = (1 + t^0)(p_{ht} + a^0) = (1 + t^0)(1 + \tau^0)p_{ht}$$

La dépense TTC pour ce bien est :

$$D_{ttc}^0 = p_{ttc}^0 Q = (1 + t^0)(1 + \tau^0)p_{ht}Q$$

et la dépense HT :

$$D_{ht}^0 = p_{ht}Q$$

où Q désigne les quantités consommées du bien.

Le montant de taxe T engendré par le droit d'accise et le taux ad-valorem avant réforme sur le bien s'écrit alors:

$$\begin{aligned} T^0 &= D_{ttc}^0 - D_{ht}^0 = (1 + t^0)(1 + \tau^0)p_{ht}Q - p_{ht}Q = D_{ht}^0(t^0 + \tau^0 + t^0\tau^0) \\ \Leftrightarrow T^0 &= D_{ttc}^0 \frac{t^0}{(1 + t^0)(1 + \tau^0)} + D_{ttc}^0 \frac{\tau^0}{(1 + t^0)(1 + \tau^0)} + D_{ttc}^0 \frac{t^0\tau^0}{(1 + t^0)(1 + \tau^0)} \end{aligned}$$

Le premier terme du membre de droite de l'équation précédente représente le montant de taxe engendré par le taux ad valorem ; le deuxième le montant issu du droit d'accises et le troisième le montant de "taxe sur les taxes" i.e. le montant généré par le taux ad valorem appliqué sur le droit d'accises.

Suite à une réforme modifiant la valeur du taux ad valorem et du droit d'accises, la variation de prix associée se formalise comme suit:

$$\Delta p_{ttc} = \frac{p_{ttc}^1 - p_{ttc}^0}{p_{ttc}^0} = \frac{(1 + t^1)(1 + \tau^1) - (1 + t^0)(1 + \tau^0)}{(1 + t^0)(1 + \tau^0)}$$

En multipliant cette dernière expression par la dépense HT il vient :

$$D_{ttc}^1 = D_{ttc}^0 + \left[\frac{(1+t^1)(1+\tau^1)}{(1+t^0)(1+\tau^0)} - 1 \right] D_{ttc}^0$$

Cette expression définit la dépense après réforme comme fonction des dépenses avant réforme, ces dernières étant fournies par BDF. Elle ne tient pas compte des réactions de comportement. En introduisant l'élasticité-prix ε estimée à la section précédente, il vient :

$$D_{ttc}^1 = D_{ttc}^0 + \left[\frac{(1+t^1)(1+\tau^1)}{(1+t^0)(1+\tau^0)} - 1 \right] (1+\varepsilon) D_{ttc}^0$$

Cette dernière expression permet de comprendre comment s'effectuent les variations de dépenses suite à une réforme : pour $\varepsilon = 0$, la dépense après est égale à celle d'avant augmentée (ou diminuée dans le cas d'une baisse de taxe) de la variation de prix qui se répercute intégralement sur la dépense. Avec l'introduction des comportements, cette répercussion se trouve atténuée par l'élasticité, les consommateurs réagissant face à une variation des prix.

IV — IMPACT ECONOMIQUE DES CHOCS FISCAUX

Nous analysons dans cette partie l'impact de la politique fiscale sur la consommation d'alcool et de tabac.

1 — Les simulations

Deux types d'exercices de simulations ont été effectués. Nous avons d'abord cherché à évaluer l'impact sur la consommation d'alcool et de tabac de chocs fiscaux d'ampleurs différentes : +10%, +20% et +30%. Pour ce qui concerne les alcools nous avons donc modifié les droits d'accises sur les vins, bières et spiritueux - tels qu'ils sont appréhendés par les taux implicites proportionnels calculés dans la section 3.1. - en imposant successivement des variations à la hausse de 10%, 20% et 30% aux trois taux.

Nous avons ensuite fait tourner le modèle à l'envers pour identifier l'ampleur des chocs fiscaux nécessaires pour obtenir des baisses de 5%, 10% et 15% des consommations d'alcools et de tabac.

La dernière enquête BDF disponible datant de 2000 toutes les simulations ont été effectuées avec les comportements des ménages de 2000 puis callées sur 2004.

2 – Les résultats

Les simulations brutes (année 2000)

Nous évaluons de façon standard la consommation globale de produits alcoolisés en litres d'alcool pur. Le prix du litre d'alcool pur a été calculé en rapportant la consommation globale en valeur de produits alcoolisés tirée de l'enquête BDF à la consommation en volume déduite de la série de consommation moyenne d'alcool en litres d'alcool pur par an et par personne de 15 ans et plus, telle qu'elle est fournie par l'INSEE ¹.

Le tableau 5 résume les résultats obtenus à la suite d'augmentations de 10%, 20% et 30% des taxes sur l'alcool, telles qu'elles sont résumées par les taux implicites proportionnels que nous avons calculés, en distinguant l'effet prix seul de l'effet global intégrant les ajustements de comportements consécutifs à la hausse du prix des produits alcoolisés.

En 2000 le prix du litre d'alcool pur que nous avons calculé est de 21,4€ TTC ; à ce prix les ménages consomment 687 millions de litres d'alcool pur par an soit une moyenne de 14,2 litres par personne de 15 ans et plus. A la suite d'une hausse des taxes, par exemple, de 20% le prix du litre d'alcool pur passe de 21,4€ à 22,48€ soit une hausse de prix de 5,05% ²; il en résulte, à comportements des ménages inchangés, une hausse proportionnelle de 5,05% de la valeur des dépenses en alcools des ménages, qui passe ainsi de 14,701 milliards € à 15,443 milliards. L'augmentation de la consommation en valeur induit alors une hausse de 13,43% des recettes fiscales associées aux produits alcoolisés, soit un gain de 742 millions €.

¹ Consommation moyenne d'alcool, litres d'alcool pur/personne, champ: adultes de 15 ans et plus ; Source : Insee, Division conditions de vie des ménages (www.insee.fr/fr/ffc/figure/nattef06219.xls) ; en multipliant cette série par la population de 15 ans et plus on obtient immédiatement la consommation annuelle globale de produits alcoolisés en litres d'alcool pur, soit 687 millions de litres en 2000.

² Ce résultat comptable résume la fiscalité sur l'alcool : une augmentation de x% des droits d'accises se traduit *in fine*, à comportement de prix des producteurs inchangé, par une hausse d'environ $\frac{1}{4}.x\%$ du prix du litre d'alcool pur.

L'ajustement à la baisse des comportements de consommation des ménages vient cependant limiter ces effets. Ainsi, pour une hausse de 20% des taxes, obtient-on après ajustement des comportements de consommation une hausse des dépenses des ménages en produits alcoolisés non plus de 5,05% mais de seulement 2,41%. La consommation en volume s'étant ajustée à la baisse à la suite du choc sur les prix, la consommation en valeur augmente moins que proportionnellement au choc initial sur les prix ; pour la même raison les recettes fiscales n'augmentent plus de 13,43% mais de 8,33% soit un gain budgétaire limité à 460 millions €.

La consommation totale de litres d'alcool pur - après le choc fiscal et l'ajustement induit des comportements des ménages - est alors obtenue simplement en rapportant les nouvelles dépenses des ménages en alcools après le choc (15,056 milliards €), à la nouvelle valeur du litre d'alcool pur (22,48€), ce qui donne 670 millions de litres d'alcool pur par an et par personne de 15 ans et plus, ou encore - en rapportant à la population de 15 ans et plus - 13,84 litres/an/personne.

Tableau 7 – Chocs sur la fiscalité des produits alcoolisés (base année 2000)

SIMULATIONS - CHOCS SUR LES TAXES SUR L'ALCOOL	Hausse 10%	Hausse 20%	Hausse 30%
AVANT LE CHOC			
Prix du litre d'alcool pur en €	21,40		
Dépenses en alcools (millions €)	14 701		
Recettes fiscales (millions €)	5 522		
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	687		
Consommation de litres d'alcool pur /an / habitant de plus de 15 ans	14,20		
APRES LE CHOC SANS AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effet prix seul)			
Prix du litre d'alcool pur en €	21,93	22,48	23,01
Variation en %	2,48%	5,05%	7,53%
Variation en €	0,53	1,08	1,61
Dépenses en alcools (millions €)	15 066	15 443	15 809
Recettes fiscales (millions €)	5 887	6 264	6 630
Variation en %	6,61%	13,43%	20,05%
Variation en millions €	365	742	1107
APRES LE CHOC AVEC AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effets prix et quantités)			
Dépenses en alcools (millions €)	14 876	15 056	15 231
Variation en %	1,19%	2,41%	3,60%
Recettes fiscales (millions €)	5 751	5 982	6 203
Variation en %	4,15%	8,33%	12,33%
Variation en millions €	229	460	681

Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	678	670	662
<i>Variation en %</i>	- 1,26%	-2,51%	-3,66%
Litres d'alcool pur par an et par habitant de plus de 15 ans	14,02	13,84	13,68

Le tableau 8 ci-dessous récapitule les résultats obtenus en faisant tourner le modèle à l'envers de façon à identifier l'ampleur des chocs fiscaux nécessaires pour atteindre différents objectifs en matière de réduction de la consommation d'alcool. A titre d'exemple une baisse de 10% de la consommation annuelle totale de litres d'alcool pur ne peut être obtenue qu'en augmentant de 90% les taxes sur les produits alcoolisés ; parvenir à une baisse de 15% de cette même consommation nécessite une hausse de 160% des taxes. Le tableau se lit pour le reste comme le tableau 7 précédent.

Tableau 8 – Chocs fiscaux nécessaires pour atteindre différents objectifs de consommation d'alcool (base année 2000)

SIMULATIONS — MBJECTIFS DE BAISSSE DE CONSOMMATION	Baisse 5%	Baisse 10%	Baisse 15%
Hausse nécessaire des taxes sur l'alcool	45%	90%	160%
AVANT LE CHOC			
Prix du litre d'alcool pur en €	21,40		
Dépenses en alcools (millions €)	14 701		
Recettes fiscales (millions €)	5 522		
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	687		
Consommation de litres d'alcool pur /an / ha- bitant de plus de 15 ans	14,20		
APRES LE CHOC SANS AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effet prix seul)			
Prix du litre d'alcool pur en €	23,83	26,27	30,06
Variation en %	11,38%	22,76%	40,46%
Variation en €	2,44	4,87	8,66
Dépenses en alcools (millions €)	16 374	18 046	20 650
Recettes fiscales (millions €)	7 195	8 867	11 471
Variation en %	30,30%	60,58%	107,73%
Variation en millions €	1673	3345	5949
APRES LE CHOC AVEC AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effets prix et quantités)			
Dépenses en alcools (millions €)	15 501	16 300	17 545
Variation en %	5,44%	10,88%	19,34%
Recettes fiscales (millions €)	6 538	7 491	8 915
Variation en %	18,39%	35,66%	61,43%
Variation en millions €	1015	1969	3392
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	650	621	584
Variation en %	-5%	-10%	-15%
Litres d'alcool pur par an et par habitant de plus de 15 ans	13,44	12,83	12,06

Les simulations calées sur 2004

Jusqu'à présent nous avons procédé à des simulations permettant d'analyser l'impact sur les quantités consommées d'une augmentation en 2000 de la fiscalité sur l'alcool et le tabac : les tableaux précédents décrivent donc ce qui se serait passé en 2000 si on avait procédé à une augmentation des taxes. Compte tenu du fait que la dernière enquête BDF disponible est celle de 2000, il n'est pas possible de faire mieux en termes de micro-simulations. Afin de tenir compte de l'évolution récente des prix du tabac et de l'alcool ainsi que de la population, nous avons procédé à un calage des simulations précédentes sur 2004¹. Nous considérons pour cela que les comportements estimés en 2000 sont toujours les mêmes aujourd'hui, mais recalons les simulations pour tenir compte des évolutions des prix et de la population.

En d'autres termes nous faisons l'hypothèse que la réaction des ménages en termes de consommation d'alcool et de tabac à une hausse de $x\%$ des taxes spécifiques est proportionnellement la même avec les prix d'aujourd'hui qu'avec les prix d'hier : ainsi, à titre d'exemple, si une hausse de 10% des taxes conduisait à une baisse de 1,81% des quantités consommées quand le prix du paquet de cigarette normalisé était à 2,3€, on suppose qu'on obtient la même baisse de 5% des quantités consommées si on augmente aujourd'hui les taxes de 10% sur un paquet normalisé dont le prix est, par exemple, à 3€.

Le calage sur 2004 a été réalisé en tenant compte de l'évolution de la population mais supposant inchangée la part de la population de 15 ans et plus dans la population totale².

Les dépenses des ménages en produits alcoolisés étant estimées par l'INSEE à 15,721 milliards d'euros il suffit de disposer des quantités consommées pour en déduire le prix du litre d'alcool pur en 2004. La série de consommation de litres d'alcool pur par an et par personne de plus de 15 ans, fournie par l'INSEE³, n'étant cependant disponible que jusqu'en 2003 nous avons procédé à une extrapolation pour disposer de la valeur en 2004 ; celle-ci nous a conduit à retenir pour 2004 une consommation de 13,87 li-

¹ Les chiffres nécessaires pour un calage en 2005 ne sont pas encore disponibles.

² Sous cette hypothèse la population des 15 ans et plus est évaluée à environ 49,66 millions en 2004.

³ Consommation moyenne d'alcool, litres d'alcool pur/personne, champ: adultes de 15 ans et plus ; Source : Insee, Division conditions de vie des ménages (www.insee.fr/fr/ffc/figure/nattef06219.xls)

tres, impliquant une consommation globale annuelle de 689 millions de litres d'alcool pur. Le rapport de la consommation en valeur à la consommation en volume nous permet alors d'évaluer à 22,82€ le prix du litre d'alcool pur en 2004. Le tableau 9 ci-dessous donne les résultats des deux exercices de simulations après calage sur l'année 2004.

Tableau 9 – Chocs sur la fiscalité des produits alcoolisés

SIMULATIONS - CHOCS SUR LES TAXES SUR L'ALCOOL	Hausse 10%	Hausse 20%	Hausse 30%
AVANT LE CHOC			
Prix du litre d'alcool pur en €	22,82		
Population de 15 ans et plus (millions)	49,663		
Dépenses en alcools (millions €)	15 721		
Recettes fiscales (millions €)	5 905		
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	689		
Consommation de litres d'alcool pur /an / ha- bitant de plus de 15 ans	13,87		
APRES LE CHOC SANS AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effet prix seul)			
Prix du litre d'alcool pur en €	23,39	23,97	24,54
Variation en %	2,48%	5,05%	7,53%
Variation en €	0,57	1,15	1,72
Dépenses en alcools (millions €)	16 111	16 514	16 905
Recettes fiscales (millions €)	6 296	6 698	7 089
Variation en %	6,61%	13,43%	20,05%
Variation en millions €	390	793	1184
APRES LE CHOC AVEC AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effets prix et quantités)			
Dépenses en alcools (millions €)	15 908	16 100	16 287
Variation en %	1,19%	2,41%	3,60%
Recettes fiscales (millions €)	6 150	6 397	6 633
Variation en %	4,15%	8,33%	12,33%
Variation en millions €	245	492	728
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	680	672	664
Variation en %	-1,26%	-2,51%	-3,66%
Litres d'alcool pur par an et par habitant de plus de 15 ans	13,69	13,52	13,36

Une hausse de 10% des droits d'accises sur tous les alcools ne réduit la consommation globale d'alcool pur que de 1,26%, la consommation par personne passant de 13,87 litres par an actuellement à 13,69 litres, soit une baisse limitée de moins de 0,2 litre par an et par personne. Un tel choc fiscal permet cependant d'engranger près de 250 millions d'euros de recettes fiscales supplémentaires. Une augmentation des taxes de 30% permet quant à elle de rame-

ner la consommation d'alcool pur à 13,36 litres par an et par personne, soit une baisse plus sensible d'environ $\frac{1}{2}$ litre par personne et par an ; le gain fiscal est alors de plus de 700 millions d'euros.

Il est intéressant de comparer ces résultats avec les cents objectifs annexés à la loi de santé publique du 9 août 2004 qui prévoient notamment en ce qui concerne l'alcool de diminuer la consommation annuelle moyenne d'alcool par habitant de 20% pour passer de 10,7 litre par an et par habitant en 1999 à 8,5 litres d'ici à 2008. Ramené en termes de litres d'alcool pur par personne de 15 ans et plus, l'objectif affiché par la loi de santé publique est donc de passer de 15,1 litres par personne en 1999 - chiffre de la série fournie par l'INSEE pour l'année 1999 (cf. note supra) - à 12,08 litres en 2008 ce qui correspond bien à une baisse de 20% de la consommation.

Le tableau 10 montre clairement que le choc fiscal permettant de converger immédiatement vers la cible de 12,08 litres, est politiquement inaccessible puisque nettement supérieur à +100%. Le tableau 9 montre cependant qu'une hausse, immédiate et limitée, de 30% de la fiscalité sur l'alcool, si elle ne permettrait pas d'atteindre immédiatement l'objectif affiché, permettrait cependant, en impulsant une baisse nette de plus de 100 millions par an de la consommation d'alcool pur - soit un saut de 13,87 litres actuellement à 13,36 litres par personnes de 15 ans et plus - de se positionner pour être en mesure de l'atteindre dans un délai relativement raisonnable.

Tableau 10 – Chocs fiscaux nécessaires pour atteindre différents objectifs de consommation d'alcool

SIMULATIONS – MBJECTIFS DE BAISSSE DE CONSOMMATION	Baisse 5%	Baisse 10%	Baisse 15%
Hausse nécessaire des taxes sur l'alcool	45%	90%	160%
AVANT LE CHOC			
Prix du litre d'alcool pur en €	22,82		
Population de 15 ans et plus (millions)	49,663		
Dépenses en alcools (millions €)	15 721		
Recettes fiscales (millions €)	5 905		
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	689		
Consommation de litres d'alcool pur /an / ha- bitant de plus de 15 ans	13,87		
APRES LE CHOC SANS AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effet prix seul)			
Prix du litre d'alcool pur en €	25,42	28,02	32,06
Variation en %	11,38%	22,76%	40,46%
Variation en €	2,60	5,19	9,24
Dépenses en alcools (millions €)	17 510	19 298	22 082
Recettes fiscales (millions €)	7 695	9 483	12 267

<i>Variation en %</i>	30,30%	60,58%	107,73%
<i>Variation en millions €</i>	1789	3577	6361
APRES LE CHOC AVEC AJUSTEMENT DES COMPORTEMENTS (effets prix et quantités)			
Dépenses en alcools (millions €)	16 576	17 431	18 762
<i>Variation en %</i>	5,44%	10,88%	19,34%
Recettes fiscales (millions €)	6 991	8 011	9 533
<i>Variation en %</i>	18,39%	35,66%	61,43%
<i>Variation en millions €</i>	1 086	2 106	3 628
Consommation de produits alcoolisés (millions de litres alcool pur)	652	622	585
<i>Variation en %</i>	-5%	-10%	-15%
Litres d'alcool pur par an et par habitant de plus de 15 ans	13,13	12,53	11,78

L'analyse des résultats obtenus permet de dégager plusieurs enseignements :

L'objectif affiché par les pouvoirs publics de diminuer de 20% la consommation d'alcool pur est un objectif ambitieux

Cet objectif ne peut être atteint par un seul choc fiscal, sauf à envisager une hausse extrêmement forte des droits d'accises et du prix des alcools.

Si une succession de chocs fiscaux permettrait en théorie d'atteindre l'objectif affiché, il serait cependant plus réaliste – compte tenu de l'ampleur du chemin à parcourir – de mobiliser tous les leviers disponibles et d'envisager une combinaison de mesures faisant intervenir d'autres instruments que la seule fiscalité.

V – EVALUATION DE L'IMPACT DE LA FISCALITE SUR LA MORBIDITE

L'objet de cette section est de proposer une évaluation des conséquences en termes de réduction de la mortalité des différents chocs fiscaux que nous avons simulés dans les sections précédentes. Pour apprécier les « gains monétaires » associés à la réduction induite de la mortalité nous avons retenu l'estimation de la valeur de la vie humaine – 1,5 millions € – proposée dans Boiteux M. & Baumstark L. [2001] qui sert de base aux calculs coûts/avantages utilisés pour évaluer les politiques publiques ; en tenant compte de l'évolution de l'indice général des prix on obtient ainsi une valeur d'environ 1,65 millions d'euros en 2004. Le taux d'actualisation retenu pour calculer la valeur actualisée des gains associés aux différents scénarii est de 6%.

En France, 23000 décès sont directement imputables à l'alcool par an dont 18388 chez les hommes et 4722 chez les femmes¹. On compte ainsi chaque année :

11706 décès par cancers (dont 5003 cancers des lèvres, de la cavité buccale ou du pharynx, 4432 cancers de l'œsophage et 2271 cancers du larynx) ;

8863 par cirrhoses ;

2541 par alcoololo-dépendance.

Outre les décès qui lui sont directement attribuables, l'alcool agit comme facteur associé dans de nombreuses autres maladies ; globalement, on estimait ainsi à 45000 le nombre de morts, directement ou indirectement imputables à l'alcool en 1995 (cf. Tableau ci-dessous ; source Hill C. [2000]).

Tableau 11 – Nombre de décès attribuables à l'alcool, par sexe pour les principales maladies liées à l'alcool

	Can- cers	Trou- bles men- taux	Car- dio- vascu- laire	Respi- ratoire	Diges- tive	Accidents et empoisonne- ments	Mal spéci- fié	Total
Hommes	14 00 0	2 000	7 000	1 000	6 000	6 000	2 000	38 00 0
Femmes	2 000	500	600	100	2 200	1 100	500	7 000

Pour les estimations qui figurent dans le tableau 12, nous avons fait les hypothèses suivantes :

- Stabilité du nombre de décès directs et indirects liés à l'alcool depuis 1995 ;

- Impact proportionnel de la réduction de la consommation annuelle totale d'alcool pur sur la mortalité liée directement à l'alcool : x% de réduction de la consommation = x% de réduction de la mortalité directe

- Impact proportionnel de la réduction de la consommation annuelle totale d'alcool pur sur la mortalité liée indirectement à l'alcool après application d'un coefficient 1/3 : x% de réduction de la consommation = 1/3 .x% de réduction de la mortalité indirecte

A titre indicatif, et compte tenu des hypothèses effectuées, une hausse de 10% des droits d'accises sur les alcools, engendre une baisse limitée de 1,26% (cf. Tableau

¹ Expertise collective Inserm 2001, données 1998

8) de la consommation annuelle d'alcool pur qui permet d'éviter environ 384 décès par an, soit un gain annuel de 630 millions d'euros correspondant à un gain actualisé de 11 milliards d'euros.

Tableau 12 – Alcools : chocs fiscaux, mortalité et gains associés

HYPOTHESES			
Valeur de la vie humaine (millions €)	1,65		
Taux d'actualisation	6%		
Nombre de décès par an dont l'alcool est directement responsable	23000		
Nombre de décès par an dont l'alcool est indirectement responsable	22000		
SIMULATIONS – CHOCS SUR LES TAXES SUR L'ALCOOL	Hausse 10%	Hausse 20%	Hausse 30%
Résultats en termes de mortalité			
Nombre de décès évités par an	384	760	1 109
Traduction financière			
Gain annuel (milliards €)	0,63	1,25	1,83
Valeur actualisée du gain induit (milliards €)	11	21	30
SIMULATIONS – MBJECTIFS DE BAISSSE DE CONSOMMATION	Baisse 5%	Baisse 10%	Baisse 15%
Hausse nécessaire des taxes sur l'alcool (rap-pel)	45%	90%	160%
Résultats en termes de mortalité			
Nombre de décès évités par an	1 618	2 935	4 561
Traduction financière			
Gain annuel (milliards €)	2,67	4,84	7,53
Valeur actualisée du gain induit (milliards €)	44	81	125

Pour résumer les principaux enseignements des simulations, on peut retenir comme approximation que, pour des augmentations modérées des droits d'accises, x% d'augmentation permet de sauver 40.x vies, soit un gain actualisé de x milliards d'euros.

CONCLUSION DU RAPPORT

BIBLIOGRAPHIE

Academy of Medical Sciences. mars 2004, "Calling Time: the Nation's drinking as a major health issue".

Babor T., Caetano R., Casswell S., Edwards G., Giesbrecht N., Graham K., Grube J., Gruenewald P., Hill L., Holder H., Homel R., Osterberg E., Rehm J., Room R., Rossow I. (2003) « Alcohol: No Ordinary Commodity » - *Research and Public Policy*. Oxford, Oxford University Press.

Becker G. et Murphy K. (1988), « A theory of rational addiction », *Journal of Political Economy*, vol. 96, août, p. 675-700.

Becker G., Grossman M., Murphy K. (1991) « Rational Addiction and the Effect of Price on Consumption " *American Economic Review*, Papers and Proceedings 81(2), 237-241

Becker, G. (1992) « Habits, Addictions, and Traditions » *Kyklos*, 45, 327-346

Bertail P. Boizot C ; Combris P. (1995) « *La consommation alimentaire en 1991 : les effets des caractéristiques des ménages sur la sélection des aliments et sur la quantité consommées* » INRA-CORELA observatoire des consommations alimentaires 452 p.

Besson D. (2004) « *Boissons alcoolisées : 40 ans de baisse de consommation* ». INSEE Première. N° 996, mai.

Boizot, C. (2000) « *La consommation des boissons et à domicile: une analyse de la demande et des achats en France en 1997* ». Ph.D. Dissertation. Paris: University Paris-1 Panthéon-Sorbonne.

Boiteux M., Baumstark L. (2001), « *La valeur de la vie humaine*, in « *Transports : choix des investissements et coût des nuisances* », Rapport pour le Commissariat général du plan, éd. La Documentation française.

Casswell, S. et K. Bhatta (2001) « *A Decade of Drinking: Ten-year Trends in Drinking Patterns in Auckland: 1990-1999* ». APHRU, University of Auckland.

Chaloupka, F.J., H. Saffer & M. Grossman (1993) "Alcohol-control Policies and Motor-vehicle Fatalities", *Journal of Legal Studies*, 22(1) p.161-186.

Chaloupka, F. J. & H. Wechsler (1995) « *The Impact of Price, Availability, and Alcohol Control Policies on Binge Drinking in College* », NBER WP 5319, Cambridge, MA.

Chaloupka, F.J. & H. Wechsler (1996) « Binge Drinking in College: the Impact of Price, Availability, and Alcohol Control Policies" *Contemporary Economic Policy* 14(4) p.112-124.

Chaloupka, F.J. ; Wechsler, H. (1997) « Price, tobacco control policies and smoking among young adults » *Journal of Health Economics*, (16).

Chaloupka, F.J., M. Grossman & H. Saffer (1998) « The Effects of Price on the Consequences of Alcohol Use and Abuse », in M. Galanter (ed) *Recent Developments in Alcoholism*, Volume 16. The Consequences of Alcohol New York: Plenum Press p.331-346.120

Chaloupka, F .J., M. Grossman & H. Saffer (2002) "The Effects of Price on Alcohol Consumption and Alcohol Related Problems" *Alcohol Research and Health*, Vol 26, No 1. p.22-34.

Chaloupka F.J., Jha P., Nguyen S. & Ranson K. [2000], *The Effectiveness and Cost-effectiveness of Price Increases and Other Tobacco-control Policies*, in *Tobacco Control in Developing Countries*, edited by P. Jha and F.J. Chaloupka., chapter 18, pp 427-447.

Chesson, H., P. Harrison & W. J. Kessler (2000) "Sex Under the Influence: the Effect of Alcohol Policy on Sexually Transmitted Disease Rates in the United States", *Journal of Law and Economics*, 43(I) p.215-238.

Coate, D. & M. Grossman (1987) "Changes in Alcoholic Beverage Prices and Legal Drinking Ages", *Alcohol Health & Research World*, Fall p.22-15.

Cook, P .J & G. Tauchen (1982) « The Effects of Liquor Taxes on Heavy Drinking » , *Bell Journal of Economics*, 13 p.379-90.

Cook p.J., Tauchen G. (1982), «The Effect of Liquor Taxes on Heavy Drinking» *Bell Journal of Economics*, vol 13, pp379-390, automne.

Cook, P J & M. J. Moore (1993) "Economic Perspectives on Reducing Alcohol-related Violence". In S. E.Martin (ed) *Alcohol and Interpersonal Violence: Fostering Multidisciplinary Perspectives* NIAAA Research Monograph No.24, NIH Pub. No. 93-3496. Bethesda, Md: National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism p.193-212.

Cook, P. J & M. J. Moore (2001) "Environment and Persistence in Youthful Drinking Patterns". In J.Gruber (ed) *Risky Behaviour Among Youth: An Economic Perspective*. Chicago: University of Chicago Press p.375-437.

Coate, D. & M. Grossman (1987) « *Changes in Alcoholic Beverage Prices and Legal Drinking Ages* », Alcohol Health & Research World, Fall p.22-15.

Coate, D. & M. Grossman (1988) « *Effects of Alcoholic Beverage Prices and Legal Drinking Ages on Youth Alcohol Use* », *Journal of Law and Economic*, Vol XXXI, April 1988, p.145-171.

Cook, P J & M. J. Moore (1993) « Economic Perspectives on Reducing Alcohol-related Violence. In S. E. Martin (ed) *Alcohol and Interpersonal Violence: Fostering Multidisciplinary Perspectives* NIAAA Research Monograph No.24, NIH Pub. No. 93-3496. Bethesda, Md: National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism p.193-212.

Cook, P.J & M. J. Moore (1993) « Violence Reductions Through Restrictions on Alcohol Availability », Alcohol, Health & Research World, Vol:2 p.151-156.

Cook, P. J & M. J. Moore (2001) « Environment and Persistence in Youthful Drinking Patterns ». In J. Gruber (ed) *Risky Behaviour Among Youth: An Economic Perspective*. Chicago: University of Chicago Press p.375-437.

Cour des Comptes. « Le rapport public 2003 ». Observations des juridictions financières. Janvier 2004. *Les éditions des journaux officiels*.

Dee, T. S. (1999) State Alcohol Policies, Teen Drinking and Traffic Accidents. *Journal of Public Economics* 72(2) p.289-315.

Dee, T. S & W .N. Evans (2001) Teens and Traffic Safety. In J. Gruber (ed) *Risky Behaviour Among Youth: An Economic*

Perspective. Chicago: University Of Chicago Press p.121-165.

Direction générale de la santé. « *Stratégie d'action alcool : intensifier la prévention et du traitement des problèmes de santé liés à la consommation d'alcool* ». Paris, novembre 2001.

Doll R, Peto R., Boreham J. & Sutherland I. (2004), *Mortality in Relation to Smoking: 50 years' observations on male British doctors*, *British Medical Journal*, Juin.

Easton, B. H (1967) « Consumption in New Zealand 1954/5 to 1964/5, *NZIER Research Paper 10*, Wellington.

Easton, B. H (1997) « *The Social Costs of Tobacco Use and Alcohol Misuse* », Public Health monograph, Department of Public Health, Wellington School of Medicine Economic Statement (Various years) Wellington.

Ernst & Young Management Sciences Ltd (1991) « *Tagged Taxes: The Unforeseen and Undesirable Effects, for the Tobacco Institute. Excise Duties Review Committee* » (1988) Report on the Review of Alcoholic Beverages and Tobacco Products, Customs Department, Wellington.

ESPAD(2003) www.ofdt.fr

Godfrey, C. (1997) « Can Tax Be Used to Minimise Harm? A Health Economist's Perspective », « *Alcohol: Minimizing the Harm*, p. 29-42.

Grossman, M. (1989) Health Benefits of Increases in Alcohol and Cigarette Taxes , *British Journal of Addiction*, 84, p.1193-1204.

Grossman, M., F. J. Chaloupka, H. Saffer & A. Laixuthai (1993) Effects of Alcohol Price Policy on Youth, *NBER WP 4385*, Cambridge, MA.

Grossman, M. & S. Markowitz (2001) Alcohol Regulation and Violence on College Campuses. In M. Grossman & C. R. Hsieh (eds) *Economic Analysis of Substance Use and Abuse: the Experience of Developed Countries and Lessons for Developing Countries*. Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar. p.257-289.

Habgood, R., S. Casswell, M Pledger & K. Bhatta (2001) « *Drinking in New Zealand: National Surveys Comparison: 1995 & 2000* », APHRU, University of Auckland.

Hall, T. (1996) « *The Alcohol Excise* », The Treasury, Wellington.

Hill C. [2000], « *Alcool et risque de cancer* », in « *Actualité et Dossier en Santé Publique* », Vol. 30, pp.14-17

Hill C. & Laplanche A. [2005], Evolution de la consommation de cigarettes en France par sexe : 1900-2003, *Bulletin épidémiologique hebdomadaire*, n°21-22, 31 mai 2005.

Kenkel D. (1993) " Drinking, Drivind and Deterrence : The Effectiveness and Social Costs of Alternative Policies " *Journal of Law and Economics*, October, 877-913

Kenkel, D. & W. Manning (1996) Perspective on Alcohol Taxation , *Alcohol Health & Research World*, 29:4 p.230-238.

Kopp, 2006 « *Economie des drogues* » La Découverte.

Lajxuthal, A. & F.J. Chaloupka (1993) "Youth Alcohol Use and Public Policy". *Contemporary Policy Issues* 11(4), p.70-81.

Levy, D. & Ornstein, S. I. (1983), « Price and income elasticities of demand for alcoholic beverages » In M. Galanter (Ed.), *Recent Developments in Alcoholism* (Vol. 1, pp. 303-345), New York: Plenu Press.

Lewit E.M., Coate D., Grossman M. (1981) « The Effects of Government Regulation on Teenage Smoking ». *Journal of Law and Economics* ;24(3): 545 69.

Lynskey, M.T. & D.M. Ferguson (1995) Childhood Conduct Problems, Attention Deficit Behaviours and Adolescent Alcohol, Tobacco, and Illicit Drug Use *Journal of Abnormal Child Psychology*, 23(3) p.281- 302.

Lajxuthal, A. & F.J. Chaloupka (1993) Youth Alcohol Use and Public Policy. *Contemporary Policy Issues* 11(4). p.70-81.

Marmot M G. Evidence based policy or policy based evidence? Willingness to take action influences the view of the evidence-look at alcohol [Editorial] *Brit Med J* (2004); 328: 906-907.

McLintock, A.H. (1958) « *Crown Colony Government in New Zealand* », Government Printer, Wellington.

- Mast, B.D, B.L. Benson & D. W. Rasmussen (1999) "Beer Taxation and Alcohol-related Traffic Fatalities", *Southern Economic Journal* 66(2). p.214-249.
- Manning, W.G., L. Blumberg, & L.H Mouton (1995) The Demand for Alcohol: The Differential Response to Price , *Journal of Health Economics* 14 p.123-148.
- Markowitz S. & M. Grossman (1998) "Alcohol Regulation and Domestic Violence Towards Children". *Contemporary Economic Policy* 16(3). p.309-320. 122
- Markowitz, S. (2000) The Price of Alcohol, Wife Abuse and Husband Abuse. *Southern Economic Journal* 67(2). p.279-303.
- Markowitz, S. & M. Grossman (2000) The Effects of Beer Taxes on Physical Child Abuse. *Journal of Health Economics* 19(2) p. 271-282.
- Mast, B.D, B.L. Benson & D. W. Rasmussen (1999) Beer Taxation and Alcohol-related Traffic Fatalities. *Southern Economic Journal* 66(2). p.214-249.
- Ohsfeldt, R.L. & M.A. Morrissey (1997) Beer Taxes, Workers' Compensation and Industrial Injury, *The Review of Economics And Statistics* 79(1). p.155-160.
- Ornstein S.I., Hanssen D.M. (1985) «Alcohol Control Law and the Consumption of Distilled Spirit and Beer», *Journal of Consumer Research*, vol 12 pp 200-213, septembre.
- Plant M. The Alcohol harm reduction for England. Overdue final report omits much that was useful in interim report [Editorial] *Brit Med J* (2004); 328: 905-906
- Prime Minister's Strategy Unit. *Alcohol Harm Reduction for England*. Mars 2004. www.strategy.gov.uk
- Rachal, J.V, L.L. Guess & R. L. Hubbard (1980) « *The Extent and Nature of Adolescent Alcohol Abuse: The 1974 and 1978 National Sample Surveys* ». NTIS No. PB81-199267. Springfield, Va: National Technical Information Service. 1980.
- Ruhm, C J. (1996) Alcohol Policies and Highway Vehicle Fatalities. *Journal of Health Economics* 15(4) p.435-454.
- Royal Commission on Licensing (1946) « *The Report of the Royal Commission on Licensing* », Wellington.

Saffer, H. & M. Grossman (1987) "Beer Taxes, the Legal Drinking Age, and Youth Motor Vehicle Fatalities" *Journal of Legal Studies* 16(2) p.351-374.

Saffer, H. & M. Grossman (1987) "Drinking Age Laws and Highway Mortality Rates: Cause and Effect". *Economic Inquiry* 25(3) p.403-417, Sloan, Reilly & Schenzler 1994.

Single, E. (2000) Minimising Harm, *Journal of Health Promotion for Northern Ireland*, December, p.18-22.

Single, E.D. Collins, B. Easton, H. Harwood, H. Lapsley & A. Maynard (with R. Bowie) (2001) « *International Guidelines for Estimating the Costs of Substance Abuse* », Canadian Centre for Substance Abuse, Toronto.

Sloan, P A., B.A. Reilly & C. Schenzler (1994) « Effects of Prices, Civil and Criminal Sanctions, and Law Enforcement on Alcohol-related Mortality » *Journal of Studies on Alcohol* 55 p.454-465.

Sutton, M. & C. Godfrey (1995) « A Grouped Data Regression Approach to Estimating Economic and Social Influences on Individual Drinking Behaviour », *Health Economics*, 4 p.237-47.

Treasury (1991) « Taxation of Alcohol and Tobacco », *Letter to the Minister of Finance*, 22 April 1991, T91/1602.

Wette, H.C., J. Zhang, R.J. Berg & S. Casswell (1993) « The Effect of Prices on Alcohol in New Zealand: 1983-1991' », *Drug and Alcohol Review*, 12 p.151-158.

WARC (2005), « *World Drinks Trends 2005* », World Advertising Research Center, 184 pages.