



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR

Secrétariat d'État à l'économie SECO
Direction de la politique économique
Croissance et politique de la concurrence

15.075 loi fédérale sur les produits du tabac

Rapport 9

Importance économique de l'industrie du tabac pour la Suisse

À l'intention de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil
des États (CSSS-E)

23 juillet 2019

1 Remarques préliminaires

Les présentes analyses se basent autant que possible sur des données prélevées par l'administration. Elles sont complétées par une étude de KPMG sur l'industrie suisse du tabac¹ et deux analyses d'impact de la réglementation (AIR) réalisées par l'institut de recherche BASS² concernant les deux projets d'une loi fédérale sur les produits du tabac (LPTab), qui datent de 2015 et de 2018. Le Département fédéral de l'économie, de la formation et de la recherche (DEFR) et le Secrétariat d'État à l'économie (SECO) n'étaient pas en mesure de réaliser leurs propres recensements ou études dans les délais impartis.

Cette note a pour objectif de répondre aux questions de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des États (CSSS-E), soulevées le 16 mai 2019. Elle analyse les données disponibles pour estimer l'importance de l'industrie suisse du tabac et sa place dans l'économie nationale. Elle n'examine pas les réglementations proposées ni les arguments liés à la santé publique.

Eu égard aux données disponibles, les analyses se limitent souvent, à l'échelon de la transformation, à la production de cigarettes. Les autres produits du tabac sont le cigare, le tabac à priser, le tabac pour pipe ou pour pipe à eau, tout comme les nouveaux produits à base de tabac chauffé (« heat-not-burn », HNB). Selon KPMG, les cigarettes représentent quelque 89 % des ventes des produits du tabac en Suisse, les cigares et cigarillos, environ 6 %, et les autres produits du tabac, comme le tabac à coupe fine, le tabac pour pipe ou les produits à base de tabac chauffé, environ 5 %.

¹ KPMG (2017) : L'importance du secteur du tabac dans l'économie, www.pmi.com/resources/docs/default-source/switzerland-files/kpmg_study_handout_2017_fr_final.pdf?sfvrsn=d8866fb4_8, consulté le 18 juin 2019.

² BASS (2015) : Analyse d'impact de la réglementation concernant la loi sur les produits du tabac, réalisée sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), et Analyse d'impact de la réglementation concernant la loi révisée sur les produits du tabac, réalisée sur mandat de l'OFSP, www.ofsp.admin.ch > Stratégie & politique > Mandats politiques & plans d'action > Prévention du tabagisme : mandats politiques > Politique suisse en matière de tabac > Loi sur les produits du tabac.

2 Réponse aux questions

1) Combien de personnes le secteur suisse du tabac emploie-t-il directement ou indirectement (culture, industrie et fabrication, sous-traitance incluse, et commerce) ?

Réponse brève : en 2016, 4581 personnes étaient employées dans la culture du tabac ainsi que dans la production et la distribution de produits du tabac.

Développement

Les données concernant l'emploi dans le secteur du tabac proviennent de la statistique structurelle des entreprises (STATENT) de l'Office fédéral de la statistique (OFS). La culture et la transformation du tabac, la production de produits du tabac ainsi que le commerce de gros et de détail des produits du tabac peuvent être clairement classés dans le secteur du tabac. Dans d'autres branches, les produits du tabac sont inclus dans l'activité économique, aux côtés des denrées alimentaires et des boissons, par exemple. On peut notamment citer la fabrication de machines pour l'industrie agro-alimentaire, les intermédiaires du commerce en denrées, boissons et tabac, ou le commerce de détail alimentaire en magasin spécialisé. Dans ces branches, il n'est pas possible d'identifier avec précision les différentes activités liées au tabac.

En 2016, 4581 personnes étaient actives dans la culture du tabac ainsi que dans la production et la distribution de produits du tabac (données de la STATENT). L'emploi dans ce secteur a reculé d'environ 10 % (soit 500 personnes) par rapport à 2011 (cf. tableau 1). Le recul a été particulièrement marqué dans la transformation du tabac (-17 %). En 2016, la part du secteur du tabac dans l'emploi représentait ainsi 0,09 % (2011 : 0,1 %).

L'administration fédérale ne dispose pas d'estimations concernant le nombre d'emplois indirects. Le concept de l'emploi indirect (ou de la valeur ajoutée indirecte) présuppose que chaque secteur est tributaire de prestations intermédiaires (biens ou services nécessaires à la production) fournies par d'autres branches. Les achats qui y sont liés indiquent l'importance indirecte du secteur concerné pour l'ensemble de l'économie. Les dépenses de consommation finale des employés, qui utilisent leur salaire pour acheter des biens et des services en Suisse, sont également prises en considération.

Tableau 1 : Chiffres de l'emploi

Branche économique (NOGA)³	Année	Employés	Variation relative 2011-2016
Culture du tabac (011500)	2011	437	-3 %
	2016	425	
Fabrication de produits à base de tabac (120000)	2011	2 328	-17 %
	2016	1 940	
Commerce de gros de produits à base de tabac (463500)	2011	1 887	-4 %
	2016	1 815	
Commerce de détail de produits à base de tabac en magasin spécialisé (472600)	2011	440	-9 %
	2016	401	
Total secteur du tabac	2011	5 092	-10 %
	2016	4 581	
Total ensemble de l'économie	2011	4'870'708	5 %
	2016	5'120'335	

Source : OFS/STATENT

Étude KPMG

En 2017, sur la base de ses propres analyses et des données fournies par les entreprises, KPMG a estimé à 6233 le nombre d'actifs travaillant dans le secteur suisse du tabac (année de référence inconnue). La différence par rapport aux chiffres de la STATENT tient probablement aux branches économiques susmentionnées et au fait que les entreprises de transformation du tabac ont souvent leur siège principal ou exercent d'autres activités économiques en Suisse qui ne sont pas classées dans le secteur du tabac dans le cadre des statistiques officielles. Sur la base du tableau entrées-sorties, KPMG a déduit que « pour chaque franc suisse engendré par le secteur du tabac suisse, une valeur supplémentaire de CHF 0,83 est générée au profit des autres secteurs économiques du pays. » En partant du principe que la productivité du travail est identique dans les secteurs concernés, le multiplicateur est appliqué aux actifs occupés, ce qui permet à KPMG d'estimer que le marché du tabac génère 5173 emplois indirects supplémentaires.

³ NOGA : nomenclature générale des activités économiques, www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/industrie-services/nomenclatures/noga.assetdetail.415641.html.

2) À combien s'élève la valeur ajoutée générée chaque année par le secteur suisse du tabac ?

Réponse brève : il n'existe pas de données officielles concernant la valeur ajoutée générée par le secteur suisse du tabac. KPMG l'estime à 2,1 milliards de francs en tout (culture, production et distribution).

Développement

Culture

Selon l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), 148 exploitations, disposant au total de 455 hectares déclarés, ont reçu des paiements directs en 2018 pour la culture du tabac. Les paiements directs versés se sont montés à 590 000 francs (les versements revus à la baisse pour les surfaces supérieures à 60 hectares ne sont pas pris en considération). Ces dernières années, la récolte a avoisiné 1000 t de tabac par an, ce qui correspond à un taux d'auto-approvisionnement de moins de 5 %.

Le tabac cultivé est vendu à la Société coopérative pour l'achat du tabac indigène (SOTA). Les prix maximaux pour la vente à la SOTA sont déterminés dans l'ordonnance fixant les prix de production et les prix aux fabricants pour le tabac indigène et se situent actuellement, en fonction de la classe de qualité, entre 5.50 et 17.40 francs par kilogramme de tabac sec. À cela s'ajoute un supplément de 1.81 franc par kilogramme de tabac sec pour la fermentation, qui est versé à l'entreprise Fermenta.

La SOTA vend ensuite le tabac indigène aux entreprises de transformation. Les prix de vente sont également fixés dans l'ordonnance susmentionnée et se situent actuellement, en fonction de la classe de qualité, entre 1 et 4.50 francs par kilogramme de tabac sec.

La différence de prix est financée par l'intermédiaire d'un fonds de compensation, qui est alimenté par des redevances prélevées lors de la vente de cigarettes et de tabac à coupe fine. Pour l'année de récolte 2017 (juillet 2017 à juin 2018), les recettes de la SOTA se sont montées à 13,4 millions de francs.

Transformation, commerce et autres activités

Le « secteur du tabac » apparaît à plusieurs endroits dans la classification NOGA⁴. Pour cette raison et pour des raisons de confidentialité⁵, l'OFS considère qu'il n'est pas possible de calculer avec précision la part de la valeur ajoutée du secteur du tabac dans le PIB.

Étude KPMG

L'étude de KPMG estime à 19 millions de francs la valeur ajoutée générée par la culture du tabac. S'agissant de la production et de la vente de produits du tabac, elle se base sur une valeur ajoutée de 2,1 milliards de francs. Enfin, l'étude estime que les activités du secteur suisse du tabac génèrent également une valeur ajoutée indirecte dans d'autres branches (cf. réponse à la question 1), qui se monterait à 1,7 milliard de francs.

⁴ La NOGA 12 (fabrication de produits à base de tabac) comprend la transformation du tabac au sens propre. Toutefois, pour des raisons de confidentialité, elle n'est publiée qu'avec la NOGA 10 (industries alimentaires) et la NOGA 11 (fabrication de boissons). Les activités du commerce de gros en rapport avec la distribution de produits du tabac sont incluses dans la NOGA 46 (commerce de gros, à l'exception des automobiles et des motocycles). Enfin, la NOGA 47 (commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles) englobe toutes les activités des entreprises de commerce de détail qui se spécialisent dans la vente de produits du tabac. Il n'est pas possible de déterminer la part exacte de la distribution et du commerce de produits du tabac dans le commerce de gros et de détail.

⁵ Avec des données aussi détaillées, il serait potentiellement possible de remonter à telle ou telle entreprise.

3) À combien s'élèvent les revenus des exportations du secteur du tabac (merci d'indiquer des valeurs comparatives) ?

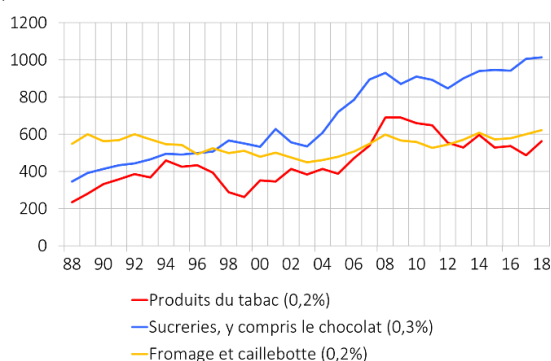
Réponse brève : en 2018, la Suisse a exporté des produits de tabac à hauteur de 563 millions de francs (0,2 % des exportations de biens).

Développement

En 2018, la Suisse a exporté des produits du tabac⁶ pour un montant de 563 millions de francs (cf. figure 1)⁷, ce qui représente 0,2 % des exportations de la Suisse. Les valeurs sont comparables aux exportations suisses de fromage et de caillebotte⁸, qui se sont élevées à 622 millions de francs en 2018 (0,2 % des exportations de biens). Les exportations de chocolat et d'autres sucreries⁹ sont considérablement plus élevées et ont atteint environ 1 milliard de francs en 2018 (0,3 % des exportations de biens). Le poids des importations de produits du tabac est nettement inférieur à celui des exportations ou des importations de fromage et de chocolat (cf. figure 2). Si les importations de produits du tabac sont passées de 25 millions de francs à près de 70 millions de francs entre 1990 et 2018, leur part dans l'ensemble des importations est restée pratiquement inchangée durant cette même période (0,03 %).

Figure 1 : Exportations de tabac en Suisse (comparaison)

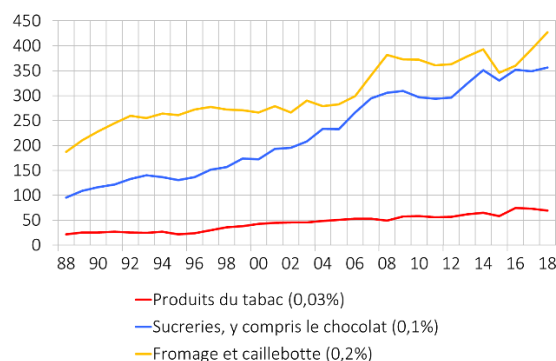
En mio de CHF, part dans l'ensemble des exportations 2018 entre parenthèses



Source : AFD

Figure 2 : Importations de tabac en Suisse (comparaison)

En mio de CHF part dans l'ensemble des importations 2018 entre parenthèses



Source : AFD

⁶ Numéro du tarif 2402 : cigares (y compris ceux à bouts coupés), cigarillos et cigarettes, en tabac ou en succédanés de tabac.

⁷ Administration fédérale des douanes (AFD). Les valeurs des exportations ne sont pas identiques aux revenus des exportations du secteur du tabac. La valeur statistique correspond à la valeur des marchandises au lieu d'expédition, augmenté des frais de transport, d'assurance et autres frais et après déduction des rabais et escomptes, jusqu'à la frontière suisse.

⁸ Numéro du tarif 0406.

⁹ Numéro du tarif 1806 : Chocolat et autres préparations alimentaires contenant du cacao, et numéro du tarif 1704 : Sucreries sans cacao (y compris le chocolat blanc).

4) À combien se sont montées les contributions à l'AVS provenant de l'impôt sur le tabac en 2018 ?

Réponse brève : en 2018, les recettes provenant de l'impôt sur le tabac se sont montées à 2081 millions de francs et faisaient partie de la contribution versée par la Confédération à l'AVS.

Développement

Plus de 60 % du prix de vente au détail d'un paquet de cigarettes de la classe de prix la plus courante correspond aux taxes, qui sont en moyenne réparties comme suit : impôt sur le tabac : 52,5 %, TVA : 7,1 %, redevances à la SOTA : 0,3 % et redevances au fonds de prévention : 0,3 %¹⁰.

En 2018, 9,2 milliards de cigarettes ont été vendues en Suisse. La vente et l'importation de cigarettes, de cigares et de tabac coupé ont généré des recettes provenant de l'impôt sur le tabac à hauteur de 2081 millions de francs. Ces recettes ont été entièrement reversées à l'AVS et ont représenté 24 % de la contribution de la Confédération et 5 % de l'ensemble des recettes de l'AVS (4 % de l'AVS/AI) pour l'année 2018¹¹.

Sur la base d'une extrapolation pour 2018, on estime à environ 311 millions de francs les recettes de la TVA provenant de produits du tabac importés ou produits et vendus en Suisse (cf. annexe A)¹², ce qui représente 1,4 % de l'ensemble des recettes de la TVA. Comme la part de la TVA aux recettes totales de l'AVS ne représente que 6 %, la contribution des recettes de la TVA issues des produits du tabac est faible (0,08 %)¹³.

5) Quels seraient les effets d'une interdiction générale de la publicité pour le tabac sur la concurrence en Suisse ?

Réponse brève : il s'agirait d'une restriction de la publicité qui s'appliquerait dans la même mesure à tous les acteurs du marché, et non d'une interdiction générale de la publicité. Une interdiction générale pourrait avoir des conséquences sur la concurrence dans les deux sens.

Développement

S'agissant de la restriction de la publicité, la ratification de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (FCTC) nécessite de satisfaire au moins aux mesures énoncées à l'art. 13, par. 4, de la convention. Ces mesures ne constituent pas une interdiction générale de la publicité (cf. rapport 1 ou annexe B). Mise à part certaines restrictions cantonales, les formes de publicité suivantes continueraient d'être autorisées : sur des affiches, dans les cinémas, par publipostage, sur des objets de consommation courante, dans les points de vente, promotion par des hôtesses, mesures de promotion de vente (concours, p. ex.) et parrainage de manifestations (nationales). À cela s'ajoute la libre conception de l'emballage et de leur étalage dans les points de vente.

¹⁰ AFD.

¹¹ AFD, Office fédéral des assurances sociales (OFAS).

¹² AFD.

¹³ Administration fédérale des contributions (AFC).

En ce qui concerne la relation, abordée par la question, entre une interdiction de la publicité et la concurrence, la fabrication et la mise sur le marché en Suisse de produits du tabac (cigarettes, tabac à coupe fine, cigares, tabac à pipe, etc.) sont les aspects prioritaires à prendre en considération.

Étant donné qu'une interdiction ou une restriction de la publicité s'appliquerait uniformément à tous les acteurs du marché, elle ne devrait a priori pas avoir de conséquences majeures sur la concurrence entre les différents fournisseurs en Suisse.

Une interdiction générale de la publicité pourrait, sous certaines conditions, avoir des conséquences sur le type de concurrence entre les entreprises : vu que les restrictions de la publicité réduisent la possibilité des entreprises de différencier leur marque, celle-ci perd de l'importance dans la décision d'achat des consommateurs, tandis que la question du prix devient plus importante. Par conséquent, une interdiction générale de la publicité aurait tendance à renforcer la concurrence en matière de prix. Elle pourrait en outre avoir des répercussions en partie négatives sur la concurrence, par exemple par une augmentation des barrières à l'entrée sur le marché. L'AIR réalisée par BASS concernant le projet LPTab de 2015 est parvenue à la conclusion que les données empiriques disponibles *ne permettaient pas* d'établir que les restrictions de publicité prévues par le P-LPTab affaibliraient la concurrence et qu'elles réduiraient de ce fait l'efficacité des coûts des entreprises actives dans le secteur du tabac et, partant, le surplus du consommateur.

6) Quelles conséquences la ratification de la FCTC aurait-elle sur l'économie et le secteur du tabac en Suisse ?

Réponse brève : la restriction de la publicité aurait des conséquences sur le marché suisse, mais pas sur le marché international. D'une part, elle engendrerait des coûts supplémentaires en matière de réglementation, de publicité et d'exécution. D'autre part, la baisse de la consommation du tabac entraînerait une réduction du coût social lié au tabagisme. Pour ce qui est des recettes générées par le secteur du tabac et la branche de la publicité, l'AIR de 2015 et d'autres AIR réalisées dans l'Union européenne (UE) et aux États-Unis tablent sur des effets de redistribution à l'échelle macroéconomique.

Développement

En matière d'interdiction de la publicité, la ratification de la FCTC présuppose de satisfaire au moins aux conditions énoncées à l'art. 13, par. 4, FCTC. Il s'agit par conséquent d'une réglementation et d'une restriction partielles de la publicité. L'AIR réalisée concernant le projet de loi de 2015 a examiné les conséquences d'une restriction des activités publicitaires. Le projet de 2015 allait toutefois plus loin que les dispositions actuellement en discussion.

Eu égard à la restriction de la publicité, de la promotion des ventes et du parrainage de manifestations, l'AIR de 2015 a identifié les conséquences suivantes :

- augmentation des coûts de la réglementation des entreprises du secteur du tabac en raison de coûts et de dépenses publicitaires plus élevés ;
- augmentation des coûts liés à l'exécution pour les cantons et la Confédération ;
- diminution du coût social du tabagisme grâce à la réduction de la consommation de tabac ;
- effets de redistribution des recettes, d'une part, dans la branche de la publicité en raison d'un changement du type de publicité utilisé, et, d'autre part, dans le secteur du tabac en raison d'un transfert des dépenses de consommation.

Si l'on considère uniquement le secteur du tabac (et non les conséquences pour l'économie nationale), il faut s'attendre à une hausse des coûts publicitaires pour les entreprises actives dans le secteur¹⁴ et à une baisse de la demande de produits du tabac. Ces effets toucheraient uniquement le marché suisse, qui absorbe environ 25 % de la production indigène de produits du tabac. En 2018, quelque 33,5 milliards de cigarettes ont été fabriquées en Suisse. Environ 9,2 milliards de cigarettes ont été vendues en Suisse, mais ce nombre inclut le milliard de cigarettes importées. La majorité de la production, soit environ 75 % (24,6 milliards de cigarettes), est ainsi destinée à l'étranger.

L'AIR de 2015 propose une estimation des conséquences négatives sur les recettes (111 à 170 millions de francs par an entre 2018 et 2060) et l'emploi (340 à 540 emplois à long terme) dans le secteur du tabac. Cette estimation se base toutefois sur le projet de la LPTab de 2015, qui allait plus loin que les dispositions actuellement en discussion. Les restrictions prévues par ce projet en matière de publicité étaient également plus strictes. L'AIR de 2015 estime que la prévalence de consommation des produits du tabac diminuerait de 5,4 à 9,9 % à long terme, et que les dépenses publicitaires des entreprises augmenteraient, étant donné que les activités de publicité devraient passer par des canaux moins efficaces. Elle souligne toutefois que les AIR réalisées dans l'UE et aux États-Unis tablent sur une compensation des effets négatifs survenus dans le secteur du tabac par des retombées positives dans d'autres branches.

Les restrictions en matière de publicité ne devraient pas avoir de conséquences importantes sur l'attrait de la Suisse pour les entreprises de l'industrie du tabac. Aujourd'hui déjà, 75 % des cigarettes produites en Suisse sont destinées aux marchés étrangers. Le départ d'une entreprise ne changerait en outre rien à la réglementation en Suisse ni à l'accès au marché suisse.

Au chapitre des effets macroéconomiques, BASS a calculé dans les AIR, tant pour le projet de 2015 (avec restriction de la publicité) que pour le projet de 2018 (sans restriction de publicité) de la LPTab (y c. toutes les autres dispositions), l'ensemble des coûts et bénéfices quantifiables. Le bénéfice net moyen pour les années 2018 à 2060 a été estimé à un montant compris entre 427 et 603 millions de francs par an pour le projet de 2015, et à 214 millions de francs par an pour le projet de 2018.

¹⁴ Il ressort de l'AIR réalisée en 2015 par BASS que la restriction des possibilités publicitaires engendre un transfert des coûts publicitaires. Dans certains cas, les autres canaux publicitaires sont moins efficaces, raison pour laquelle on peut globalement s'attendre à une hausse des coûts liés à la publicité.

7) Un affaiblissement du secteur suisse du tabac n'engendrerait-il pas simplement des importations supplémentaires (effet de substitution) ?

Réponse brève : en matière de publicité, les produits importés doivent satisfaire aux mêmes exigences que les produits suisses. Étant donné que l'on s'attend à une baisse de la demande de produits du tabac, les importations ne devraient pas augmenter.

Développement

Par analogie à la question 6, l'affaiblissement du secteur suisse du tabac est considéré comme la conséquence d'une mesure qui, en raison d'une réglementation plus stricte, réduit la consommation de tabac en Suisse ou augmente les coûts de la publicité. Dans les deux cas, seul le marché suisse serait concerné, étant donné que la publicité faite en Suisse par des fournisseurs étrangers est réglée de la même manière que celle faite par les fournisseurs indigènes, et que les produits importés doivent satisfaire aux mêmes exigences que les produits suisses.

Culture du tabac : sur la base des données de l'AFD, SwissCigarette estime à 3,2 % le taux d'auto-approvisionnement de la Suisse en tabac. L'OFAG indique lui aussi un taux inférieur à 5 %. Cela signifie que, aujourd'hui déjà, plus de 95 % du tabac transformé provient de l'étranger. La culture du tabac est garantie par deux mesures de soutien distinctes : des paiements directs versés par l'État et des prix de vente administrés par l'État, qui sont financés par le fonds de compensation alimenté par des redevances prélevées auprès des fumeurs. Une baisse de la consommation engendrerait une baisse des redevances, si bien que la quantité produite devrait être revue à la baisse et adaptée à la demande, faute de quoi le prix du tabac suisse pourrait être mis sous pression. Le prix est déterminé dans l'ordonnance fixant les prix de production et les prix aux fabricants pour le tabac indigène et est nettement supérieur au prix du marché mondial. Une substitution supplémentaire du tabac indigène par du tabac étranger est peu probable.

Fabrication de produits à base de tabac : la majorité de la production en Suisse, soit environ 75 % (24,6 milliards de cigarettes) en 2018, est destinée à l'exportation. En 2018, 1 milliard de cigarettes ont été importées et font partie des 9,2 milliards de cigarettes vendues en Suisse cette année-là. Le taux d'auto-approvisionnement de la Suisse s'élève donc à 90 %. Des prix publicitaires plus élevés ou une diminution des possibilités de publicité en Suisse ne devraient pas encourager la hausse des importations, à moins que les marques perdent leur importance et que les différences de prix par rapport aux cigarettes importées soient suffisamment significatives. Le taux d'auto-approvisionnement actuellement très élevé semble contredire cette possibilité. Une baisse de la demande n'engendrerait pas non plus une hausse des importations, puisque la consommation de produits du tabac diminuerait de manière générale.

Différentes conditions, plutôt hypothétiques, devraient être réunies pour que la demande de cigarettes importées (« cigarettes bon marché »¹⁵) augmente : la restriction de la publicité devrait pousser les dépenses publicitaires à la hausse au point que leur part dans les coûts de production devienne considérable, ce qui aurait pour conséquences que les marges s'amenuiseraient et les prix des produits du tabac en Suisse prendraient l'ascenseur, rendant la demande de produits du tabac, en général plutôt inélastique, nettement plus sensible au prix. Toutefois, malgré d'importantes augmentations de prix au cours des dernières décennies (cf. figure 4), le taux d'auto-approvisionnement de la Suisse se maintient à 90 %, et les importations de cigarettes bon marché n'atteignent que 5 % (chiffres de 2018).

¹⁵ Par « cigarettes bon marché », on entend les paquets de cigarettes dont le prix est inférieur à 6,50 francs.

8) Quelles conséquences la ratification de la FCTC aurait-elle sur l'AVS et la caisse générale de la Confédération ?

Réponse brève : la signature de la FCTC devrait se traduire par une baisse de la demande de produits du tabac, ce qui engendrerait une diminution des recettes de l'impôt sur le tabac. La Confédération devrait toutefois verser sa contribution à l'AVS, fixée par la loi, et compenser la diminution de ces recettes.

Développement

Les recettes de l'impôt sur le tabac sont intégralement reversées à l'AVS. En 2018, elles ont représenté 24 % de la contribution obligatoire de la Confédération à l'AVS. Les recettes de la TVA prélevée sur les produits du tabac vendus en Suisse ont été estimées à environ 311 millions de francs en 2018 (cf. réponse à la question 4), ce qui représente 1,4 % de l'ensemble des recettes de la TVA. La part de ces recettes qui est reversée à l'AVS est négligeable.

Une baisse de la demande et de la consommation de produits du tabac se traduirait par une diminution des recettes provenant de l'impôt sur le tabac et de la TVA. Une partie de cette diminution devrait pouvoir être compensée par la TVA prélevée sur d'autres dépenses de consommation finale, étant donné qu'au lieu de produits du tabac, le revenu serait alloué à l'achat d'autres biens (cf. AIR de 2015). Toutefois, la suppression de l'intégralité des recettes de l'impôt sur le tabac ne pourrait probablement pas être compensée. Cela dit, la Confédération devrait néanmoins verser sa contribution à l'AVS.

L'ampleur de la baisse de la demande et de la consommation de produits du tabac en Suisse qui découlerait de la réglementation requise par la ratification de la FCTC est par conséquent déterminante. L'AIR réalisée en rapport avec le projet de 2015 estime que la prévalence de consommation des produits du tabac diminuerait à long terme de 5,4 à 9,9 %. S'agissant des recettes fiscales provenant de l'impôt sur le tabac, BASS a estimé une réduction annuelle moyenne de 115 à 175 millions de francs entre 2018 et 2060 pour le projet LPTab de 2015, et de 39 millions de francs pour le projet LPTab de 2018.

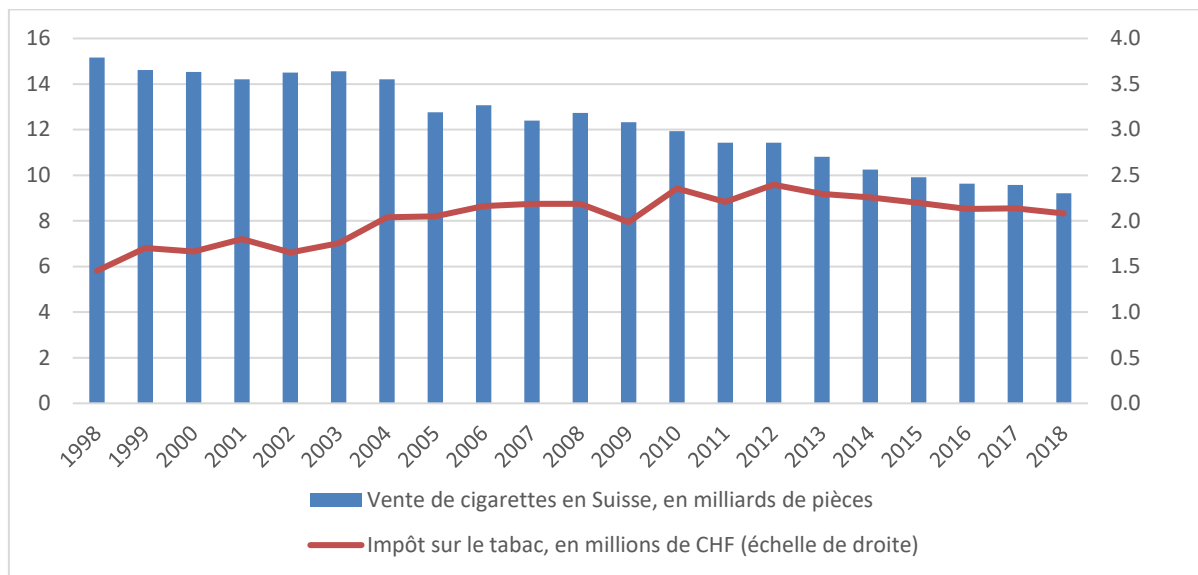
9) Comment le nombre de cigarettes vendues a-t-il évolué ces dernières années par rapport aux recettes issues de l'impôt sur le tabac ?

Réponse brève : la vente de cigarettes a fortement reculé ces dernières années. Les recettes de l'impôt sur le tabac étaient d'abord croissantes, avant de diminuer légèrement chaque année à partir de 2012.

Développement

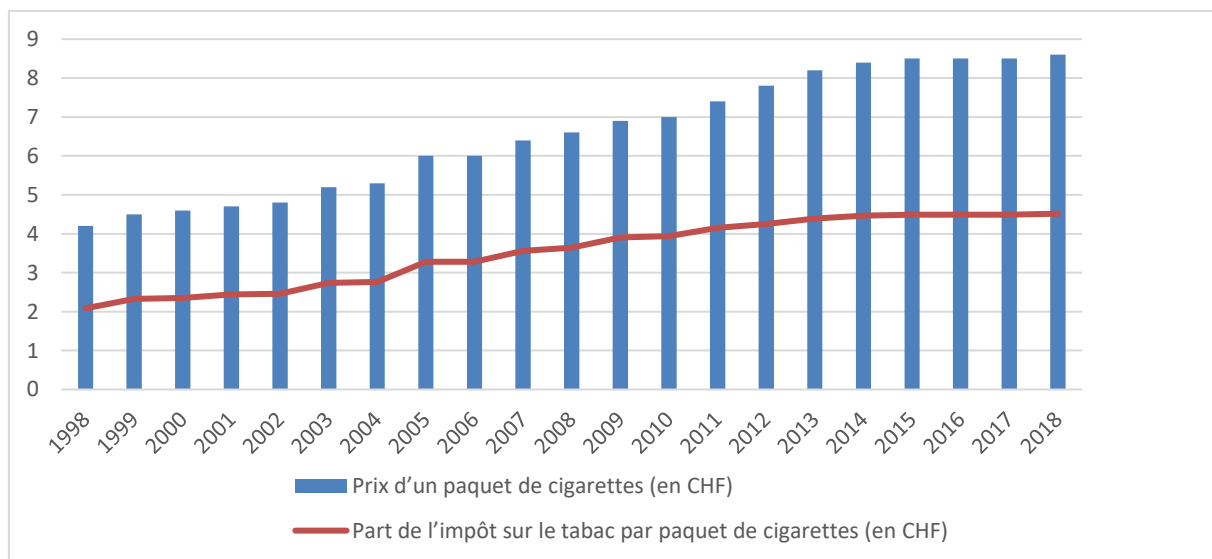
Le nombre de cigarettes vendues a fortement reculé ces dernières années (cf. figure 3). Alors que plus de 15 milliards de cigarettes ont été vendues en Suisse en 1998, ce nombre est retombé à 9,2 milliards en 2018. Les recettes de l'impôt sur le tabac étaient croissantes entre 1998 et 2012, mais elles diminuent légèrement chaque année depuis. La part de l'impôt sur le tabac dans le prix d'un paquet de cigarettes est restée relativement stable (50 % en 1998 et 53 % en 2018). La différence entre l'évolution des ventes de cigarettes et les recettes de l'impôt sur le tabac s'explique par l'augmentation continue du prix des cigarettes (cf. figure 4).

Figure 3 : Vente de cigarettes en Suisse et recettes de l'impôt sur le tabac



Source : AFD

Figure 4 : Prix des cigarettes et part de l'impôt sur le tabac



Source : AFD

Les chiffres officiels couvrent uniquement le nombre de cigarettes vendues en Suisse. Ils ne correspondent toutefois pas exactement au nombre de cigarettes consommées dans notre pays. D'une part, ils englobent également les cigarettes vendues à des touristes étrangers. D'autre part, le nombre de cigarettes effectivement consommées est influencé par les achats à l'étranger. Il faut en outre prendre en considération les effets d'une éventuelle contrebande. Pour 2017, KPMG¹⁶ estime que le nombre de cigarettes consommées est supérieur au nombre de cigarettes vendues. La part des cigarettes consommées en Suisse qui ont été légalement introduites dans notre pays par le biais du trafic touristique ou des boutiques hors taxes est estimée à 10,8 % de la consommation totale, et la part des cigarettes introduites illégalement, à 1,4 % (moyenne de l'UE : 8,7 %).

¹⁶ KPMG (2018), SUN Report (chiffres de 2017), <https://public.tableau.com/profile/project.sun#!/vizhome/CountryReport2017/CountrySelection>, consulté le 18.6.2019.

3 Annexe

A. Calcul des recettes de l'impôt sur le tabac

**Prix moyens pondérés en 2018 sur la base des quantités frappées par l'impôt
(sans marchandises privées)**

Catégorie de produits « cigares »

Produit	Quantité (pièces)	Prix moyen pondéré par pièce (en CHF)	Valeur vénale extrapolée (estimation)
Cigares	53 936 324	3,4	
Cigarillos	149 002 986	0,6	
Beedies	11 978 060	0,1	
Total catégorie de produits « cigares »	214 917 370	1,3	272 347 628

Catégorie de produits « tabac à coupe fine »

Produit	Quantité (en kg)	Prix moyen pondéré par kg (en CHF)	
Tabac pour pipe	94 506	164,2	15 516 785
Tabac à coupe fine	802 885	205,6	165 062 201
Tabac pour pipe à eau	51 775	184,1	9 530 901
Tabac à mâcher	129 018	446,2	57 570 273
Tabac à priser	15 798	585,4	9 249 114
Rognures de cigares et pro- duits du tabac chauffés (HNB)	169 253 810	0,4	67 528 124

Catégorie de produits « cigarettes »

Produit	Quantité (pièces)	Prix moyen pondéré par paquet de 20 pièces (en CHF)	
Cigarettes	9 244 690 253	8,1	3 748 767 458

Valeur vénale totale	4 345 572 484
dont 7,7 % de TVA	310 686 241

Source : AFD

B. Aperçu des principales modifications prévues (au niveau fédéral)

Réglementation de la publicité et de la promotion (par support médiatique)	Actuelle- ment (loi sur les denrées alimen- taires, LDAI)	LPTab de 2015	LPTab de 2018 et rapport 1
Publicité pour les produits du tabac à la radio et à la télévision			
Publicité pour les produits du tabac qui s'adresse spécialement aux jeunes			
Distribution de produits publicitaires gratuits (T-shirts, p. ex.) à des jeunes			
Distribution d'échantillons gratuits			
Octroi de rabais		partielle- ment autorisé	partielle- ment autorisé
Affichage publicitaire			16 cantons
Annonces dans la presse			
Spots publicitaires au cinéma			6 cantons
Publicité sur l'internet			
Promotion directe par des hôtesses			
Publipostage ciblant des adultes			
Publicité sur des articles de consommation courante			
Parrainage de manifestations internationales			
Parrainage manifestations nationales			2 cantons
Publicité dans les points de vente			
Réglementation (générale) de la publicité et de la promotion			
<i>Déclaration des dépenses liées à la promotion du tabac</i>	-	Obligatoire	Obligatoire
<i>Placement d'une mise en garde sur la publicité autorisée</i>	Sur une base volontaire	Obligatoire	Obligatoire
Réglementation de la distribution à des jeunes			
Distribution à des jeunes de moins de 18 ans	21 cantons		

Remarque : restrictions signalées en rouge.

Source : OFSP