

Lobbying de l'industrie du tabac et des buralistes contre les hausses de taxes en France

Une analyse de leur presse professionnelle

Dr Ana Millot¹, Emmanuelle Beguinot², Pr Mark Peticrew³, Pr Karine Gallopel-Morvan¹

1. Univ Rennes, EHESP, CNRS, Inserm, Arènes—UMR 6051, RSMS (Recherche sur les Services et Management en Santé)—U 1309, Rennes.

2. CNCT (Comité national contre le tabagisme), Paris.

3. Department of Health Services Research and Policy, Faculty of Public Health and Policy, London School of Hygiene and Tropical Medicine, Londres.



Inserm



Financements

- Programme de recherche FELITAF (INCA-2018-141) financé par ***l'Institut National du Cancer*** et ***l'Institut pour la Recherche en Santé Publique***



- ***Comité national contre le tabagisme*** (financement partiel de thèse)



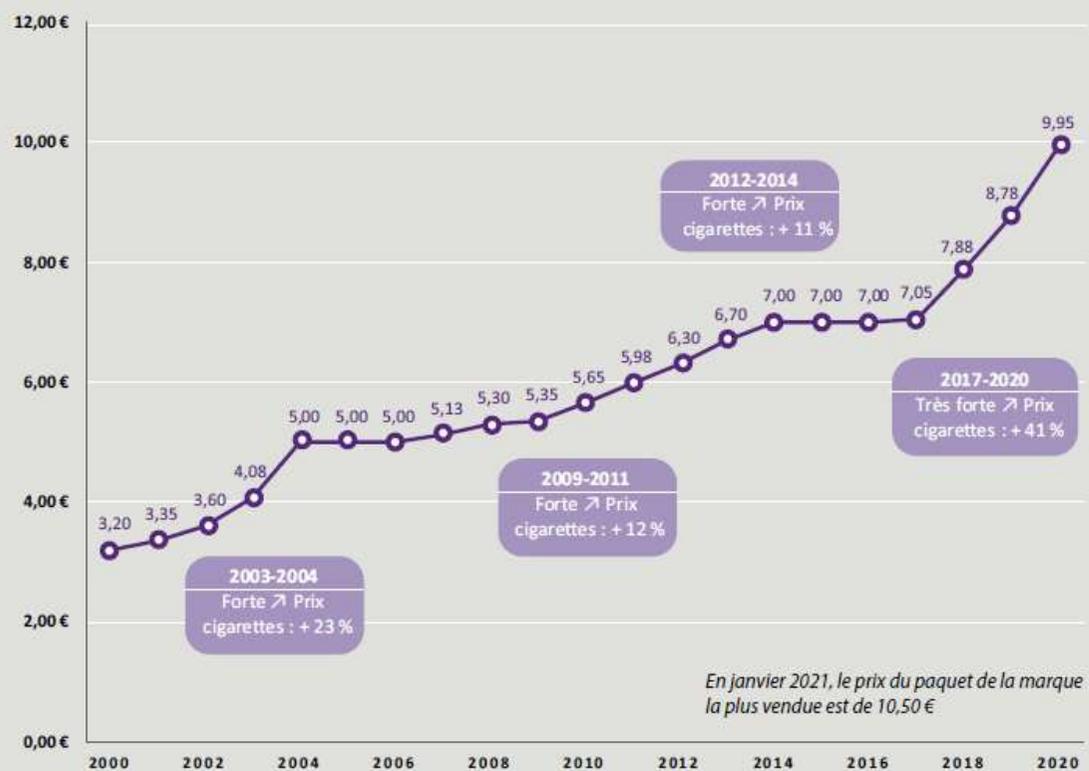
Pas de liens d'intérêts avec l'industrie du tabac (IT) et/ou les buralistes,
ni avec aucune autre entreprise

Contexte

- **Consommation de tabac encore élevée en France** : 31,8% fumeurs, 24,5% fumeurs quotidiens (Pasquereau et al., 2023)
- **Augmentation des taxes des produits du tabac** : une des mesures les plus efficaces pour réduire la consommation (OMS, 2021)
- **France: alternance entre mesures fiscales importantes et faibles**
 - **Seuil de 10% important** : car augmentation de 10% diminuerait de 4% la prévalence de consommation (pays à revenus élevés – comme la France) (OMS, 2019)

Les hausses erratiques des taxes tabac en France entre 2000 et 2020

Graphique 1 - Évolution du prix annuel moyen de la marque du paquet le plus vendu (en euros).



Source : DGDDI

LE GOUVERNEMENT "NE PRÉVOIT PAS" DE HAUSSE DE LA FISCALITÉ SUR LE TABAC EN 2024

P.B. avec AFP Le 03/09/2023 à 9:39



Raisons de ces politiques inconstantes

- **Le lobbying de l'industrie du tabac (IT) ?**

Lobbying contre les hausses des taxes identifié dans la littérature anglo-saxonne

- Arguments et stratégies de lobbying déployés (Smith et al., Ulucanlar et al.)

→ **Aucune recherche sur ce sujet en France**

→ **Contexte spécifique** : buralistes comme alliés de l'IT sur ce sujet ?

Objectif de la recherche

- 1) Identifier les **stratégies de lobbying et arguments** déployés par l'IT et ses alliés contre la taxation en France (2000-2020)
- 2) **Similitudes ou différences** du lobbying identifié dans la littérature scientifique = spécificité française liée aux buralistes (alliés de l'IT) ?

Pourquoi les buralistes?

- Très liés à l'IT (Eker et al., 2014)
- Monopole des ventes
- Liens étroits avec l'Etat/Douanes – statut de « préposés de l'administration »
- Organisés en *Confédération des buralistes* (24 000 en France)
- Non-respect des lois : vente aux mineurs, publicité sur lieux de vente

Méthode

- Etude documentaire de **2 revues professionnelles**

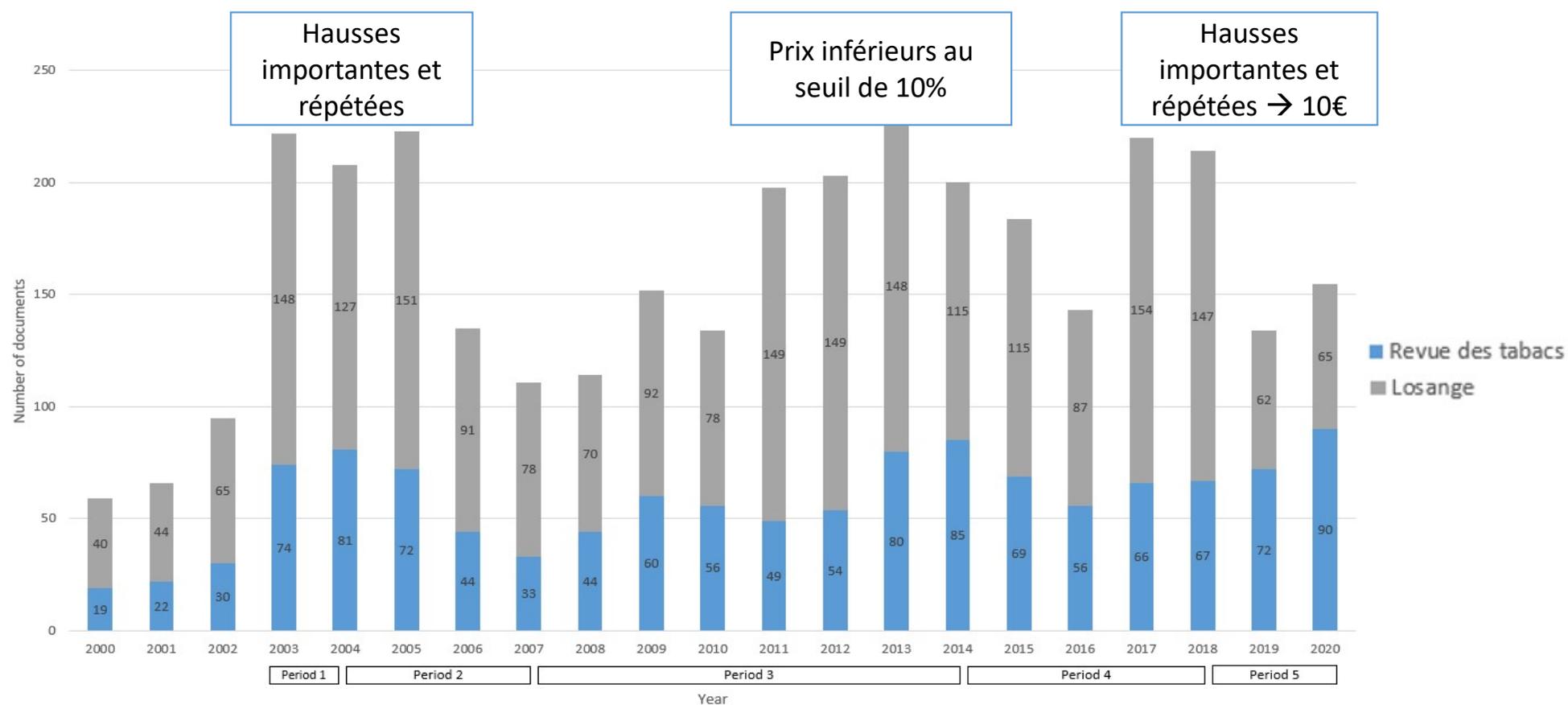


- Revues mensuelles
- Plus de 30 000 exemplaires chacune
- A destination des professionnels du secteur, mais aussi de décideurs politiques

- **Période** : de 2000 à 2020
- **Analyse manuelle** : analyse quantitative et analyse qualitative

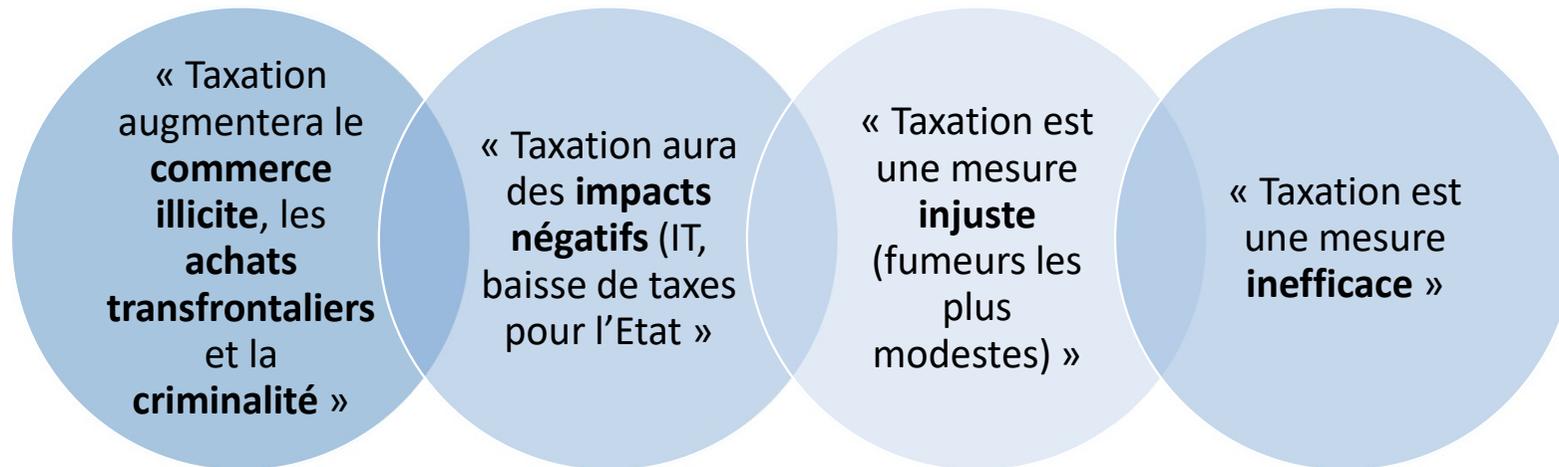
Résultats

3 398 articles collectés sur la période 2000-2020



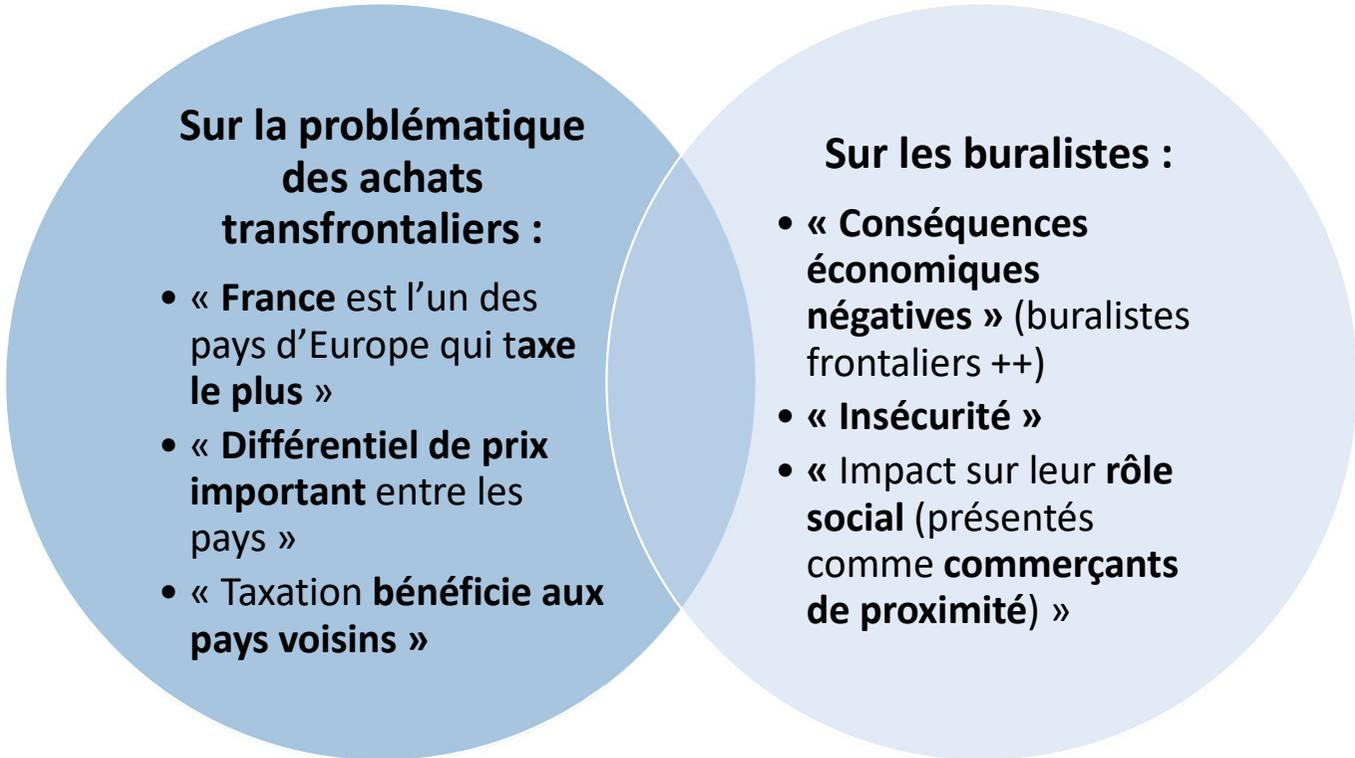
Résultats - ARGUMENTS

- **Arguments SIMILAIRES** à la littérature anglo-saxonne



Résultats - ARGUMENTS

- **Arguments SPECIFIQUES** au contexte français



**Sur la problématique
des achats
transfrontaliers :**

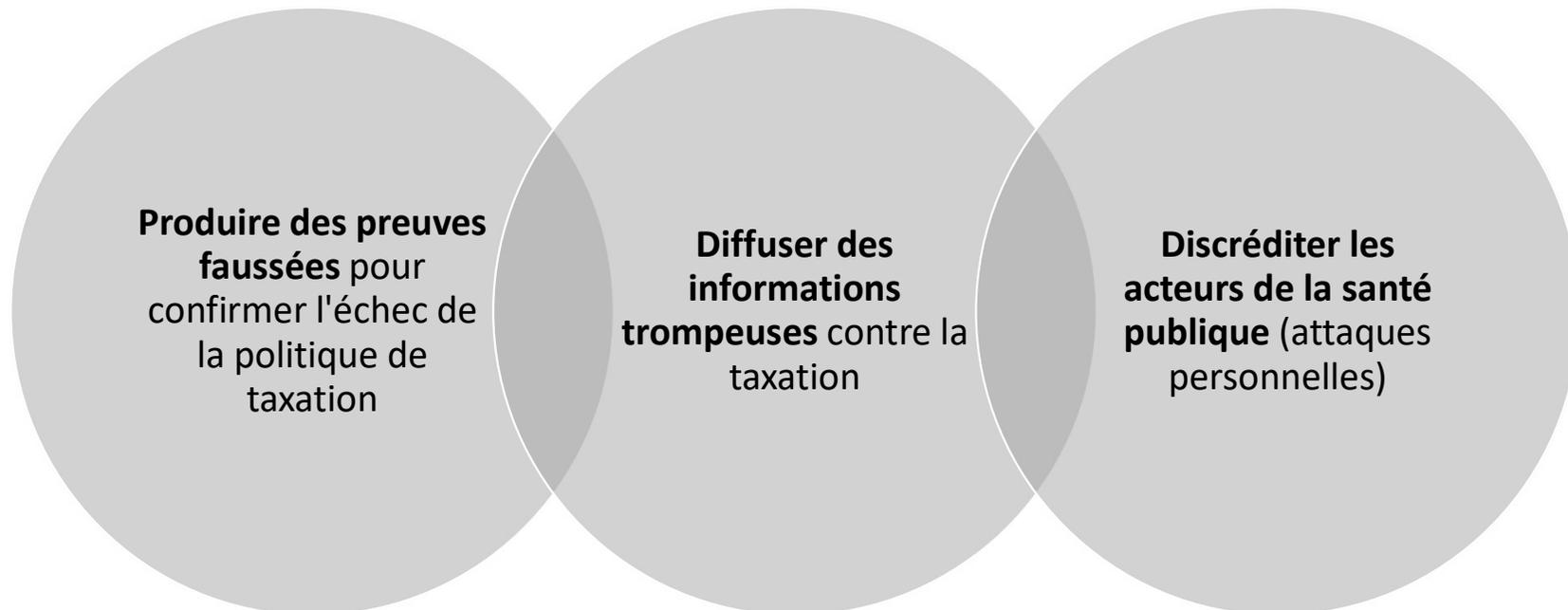
- « **France** est l'un des pays d'Europe qui **taxe le plus** »
- « **Différentiel de prix important** entre les pays »
- « Taxation **bénéficie aux pays voisins** »

Sur les buralistes :

- « **Conséquences économiques négatives** » (buralistes frontaliers ++)
- « **Insécurité** »
- « Impact sur leur **rôle social** (présentés comme **commerçants de proximité**) »

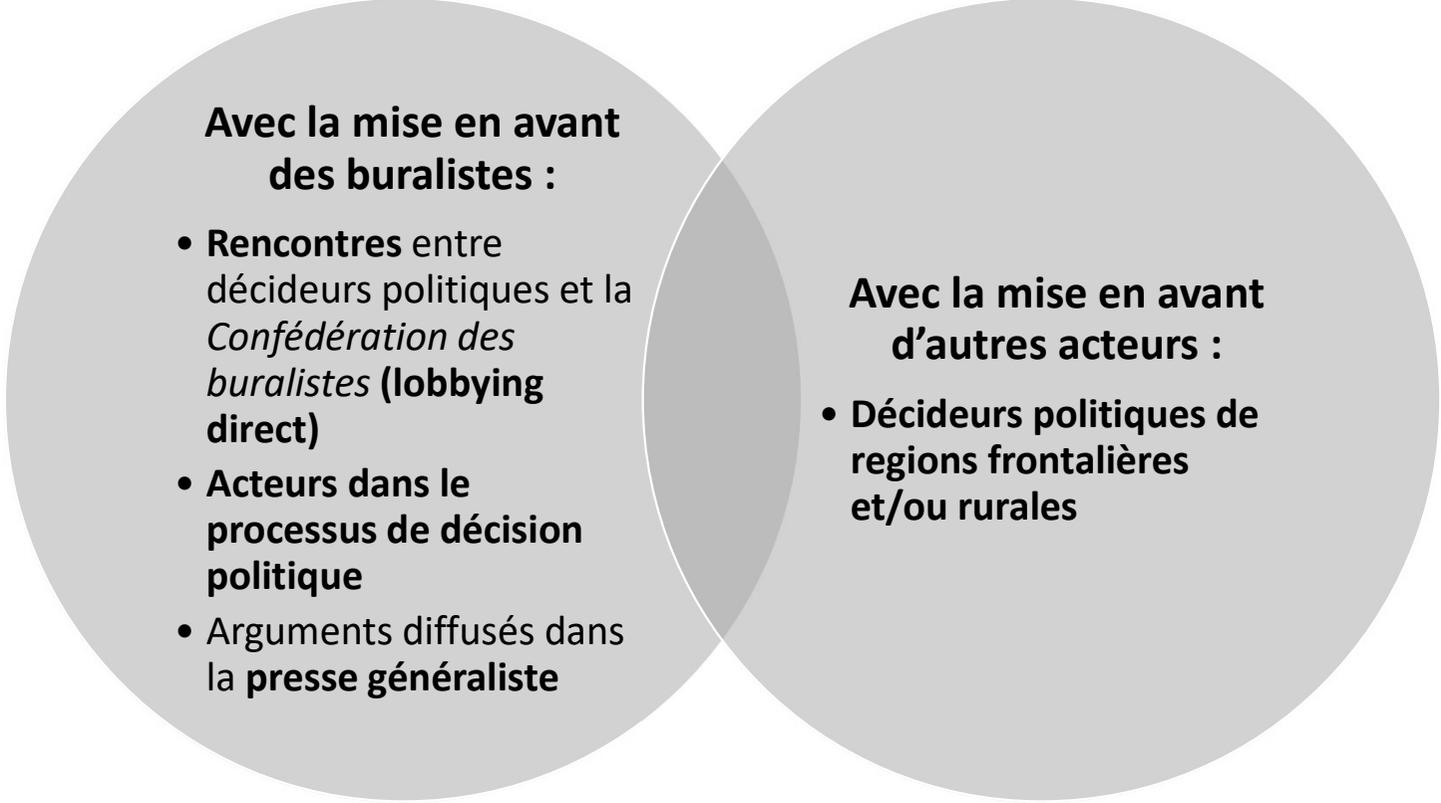
Résultats – STRATEGIES DE LOBBYING

- **Stratégies SIMILAIRES** à la littérature anglo-saxonne



Résultats – STRATEGIES DE LOBBYING

- **Stratégies SPECIFIQUES** au contexte français



**Avec la mise en avant
des buralistes :**

- **Rencontres** entre décideurs politiques et la *Confédération des buralistes (lobbying direct)*
- **Acteurs dans le processus de décision politique**
- Arguments diffusés dans la **presse généraliste**

**Avec la mise en avant
d'autres acteurs :**

- **Décideurs politiques de régions frontalières et/ou rurales**

Conclusion

- **1^{ère} recherche** à analyser le lobbying de l'IT et des buralistes contre la taxation en France
 - Enrichit la littérature scientifique anglo-saxonne
- **Spécificité de la France**
 - **Lobbying similaire** à l'international
 - **Lobbying spécifique** au contexte français avec les buralistes → liens entre *Confédération des buralistes* et décideurs, image de « commerçant de proximité »
- **Limites de la recherche**
 - Uniquement analyse de la presse pro → autres supports à analyser

Recommandations pour les acteurs de santé publique français

- **Plaidoyer pour clarifier le statut de buraliste**

- Soit préposé de l'administration des Douanes → obligation de respecter les lois (dont article 5.3. de la CCLAT - pas de liens entre buralistes et IT)
- Soit vendeurs de produits du tabac = IT → avec l'article 5.3, pas de liens entre décideurs politiques et buralistes

- **Dénoncer le lobbying** contraire aux intérêts collectifs

- **« Attaquer » l'image positive que les buralistes se donnent**

- Non-respect des lois (vente aux mineurs, pub sur lieux de vente)
- Vente d'un produit qui tue 1 consommateur sur 2

Article 5
Obligations générales

1. Chaque Partie élabore, met en oeuvre, actualise et examine périodiquement des stratégies et des plans et programmes nationaux multisectoriels globaux de lutte antitabac conformément aux dispositions de la Convention et des protocoles auxquels elle est Partie.
2. A cette fin, chaque Partie en fonction de ses capacités:
 - a) met en place ou renforce, et dote de moyens financiers, un dispositif national de coordination ou des points focaux nationaux pour la lutte antitabac; et
 - b) adopte et applique des mesures législatives, exécutive, administrative et/ou autres mesures efficaces et coopère, le cas échéant, avec d'autres Parties afin d'élaborer des politiques appropriées pour prévenir et réduire la consommation de tabac, l'addiction nicotinique et l'exposition à la fumée du tabac.
3. En définissant et en appliquant leurs politiques de santé publique en matière de lutte antitabac, les Parties veillent à ce que ces politiques ne soient pas influencées par les intérêts commerciaux et autres de l'industrie du tabac, conformément à la législation nationale.



Merci pour votre attention

ana.millot@ehesp.fr

karine.gallopel-morvan@ehesp.fr

