



CONSORTIUM POUR LA RECHERCHE
ÉCONOMIQUE ET SOCIALE

SÉRIE DE DOCUMENTS DE RECHERCHE

Défis d'un changement de fiscalité sur le tabac dans une communauté économique : cas de l'Afrique de l'Ouest

Abdoulaye DIAGNE
Pape Yona MANE
Valère Nketcha NANA

Consortium pour la Recherche Economique et Sociale

Rue 10 Prolongée Cité Iba Ndiaye Djadji

Lots 1 et 2 - Pyrotechnie - Dakar, Sénégal

CP : 12023 - BP : 7988, Dakar Médina - NINEA : 24312110V9

Tél : (221) 33 864 77 57 - Fax : (221) 33 864 77 58

cres@cres-sn.org / [Information : contact@cres-sn.org](mailto:contact@cres-sn.org) / [Siteweb : www.cres-sn.org](http://www.cres-sn.org)

PIERRE ====) (Verso de la page de couverture)

**Défis d'un changement de fiscalité sur le tabac
dans une communauté économique :
cas de l'Afrique de l'Ouest**

Pape Yona Mané*
Valère NKetcha Nana**

**Cette publication a été réalisée grâce à une subvention
du Centre de Recherches pour le Développement international (CRDI)
dans le cadre de l'Initiative Think Tank (ITT)**

* yonamane@hotmail.com

**vnketcha@yahoo.fr

PIERRE ====) (Verso de la page de couverture)

Résumé

La fiscalité du tabac en Afrique de l'Ouest est l'une des plus faibles du monde, entraînant un niveau de prix très bas et rendant le tabac très accessible financièrement. Cela fait du tabagisme un problème important pour chacun de ces pays aux économies faibles avec une population dont les moins de 15 ans représentent 40% et une prévalence allant jusqu'à 36%. Après avoir présenté les différents types de taxes applicables au tabac et analysé leur efficacité en fonction de la structure de marché, cet article analyse les défis de la fiscalité en Afrique de l'Ouest, en perspective de la réforme fiscale en cours dans la sous-région. Cette réforme vise à augmenter les taux de taxe *ad valorem* en vigueur et à leur adjoindre une taxe spécifique afin de rendre plus efficiente la fiscalité, et converger vers les engagements pris en ratifiant la convention –cadre de lutte anti-tabac de l'OMS. L'analyse montre qu'avec une telle réforme les pays peuvent avoir des intérêts divergents selon la structure de l'industrie du tabac. Les pays avec un monopole souhaiteraient avoir une taxe *ad valorem* qui protège les profits de l'industrie du tabac, maintient les prix faibles pour les consommateurs et procure des recettes fiscales plus élevées pour l'État. Les autres pays où l'industrie du tabac est oligopolistique, la répercussion des augmentations de taxes peut s'avérer difficile en fonction de la sensibilité de la demande adressée à la firme. L'objectif de santé publique, protégeant la population, apparaît comme le seul moyen d'une réussite de cette réforme de la fiscalité.

Mots-clés : Fiscalité, réforme, industrie du tabac, Afrique de l'Ouest.

PIERRE ====) (Verso du résumé)

Introduction

L'Afrique de l'Ouest est une région d'environ 300 millions d'habitants composée de 15 États regroupés au sein de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO). La population y est jeune, avec environ 40% de personnes âgées de moins de 15 ans. Cette structure de la population fait du tabagisme un de leurs problèmes majeurs, avec une prévalence (entre 5% et 34%) chez les jeunes de 13 à 15 ans parfois supérieure à celle des adultes (entre 4% et 36%).

Cette situation est préoccupante car le tabagisme représente une menace pour la santé publique et, plus généralement, pour la réalisation des objectifs de développement. En effet, la consommation du tabac provoque le cancer du poumon, les affections respiratoires et les troubles cardiovasculaires (OMS, 2008) dont la morbidité et la mortalité liées engendrent des coûts importants de prise en charge des maladies et de pertes de productivité liées aux décès prématurés. Le tabagisme peut aussi aggraver la pauvreté lorsque les fumeurs pauvres allouent une part de leur budget à la consommation de cigarettes plutôt qu'à la consommation des biens et services essentiels tels que les produits alimentaires, l'éducation et la santé (de Beyer *et al.*, 2001).

Les pays de la CEDEAO tentent de contrôler ces effets du tabagisme par la fiscalité qui est considérée comme le moyen le plus coût-efficace pour réduire la consommation. Cette fiscalité est pour une bonne partie encadrée par une directive communautaire qui instaure une taxe *ad valorem* avec un taux compris entre 15% et 100%. Cependant, cette fiscalité demeure l'une des plus faibles au monde et ne permet pas à ces pays de contrôler la consommation de tabac. Pour aller dans le sens de leur engagement pris en ratifiant la convention-cadre de l'OMS de lutte anti-tabac, ces États ont entrepris une réforme de la fiscalité visant à hausser les taux de taxes *ad valorem* et leur adjoindre une taxe spécifique pour la rendre plus efficace. L'efficacité d'une telle réforme dépendra aussi de la réaction de l'industrie du tabac.

Cet article a pour but d'analyser l'efficacité qui peut découler de cette réforme et les défis qui attendent ces pays avec son adoption. Dans une première section nous faisons la revue de littérature sur les types de taxes et leur efficacité selon la structure de marché. Dans une seconde section, nous présentons la situation actuelle de la fiscalité dans cette sous-région avant d'analyser le comportement de l'industrie du tabac pour tenter de cerner les défis auxquels ces pays feront face.

I. Les types de taxes sur les produits du tabac et leur efficacité

Les produits du tabac sont soumis à la fiscalité dans presque tous les pays du monde (OMS, 2013). Les États appliquent plusieurs types de taxes allant des taxes d'accise, spécifiques aux produits du tabac, aux taxes d'ordre général comme la taxe à la valeur ajoutée (TVA). Suite aux arguments d'Adam Smith, l'objectif unique assigné à la fiscalité sur les produits du tabac a longtemps été l'augmentation des recettes fiscales. Dès lors, il faut déterminer les niveaux et types pour atteindre un seuil donné de recettes fiscales (Myles, 2006 : 99). Cependant, depuis une cinquantaine d'années, la recherche a montré que la consommation de tabac est nuisible à la santé. Cela a conduit la plupart des gouvernements à changer l'optique de leur taxation.

D'une logique unique d'augmentation de recettes fiscales, elle est devenue un moyen de politique de santé publique visant à réduire sa consommation (Chaloupka *et al.*, 2010, Ross et Chaloupka, 2006). La maîtrise de la consommation dépend fortement de la façon dont l'augmentation des taxes induit une hausse du prix de vente des produits, fortement liée au comportement des firmes présentes sur le marché. Ainsi, après une présentation des types de taxes applicables aux produits du tabac, il est intéressant d'analyser la capacité de chacun à faire varier le prix de vente des produits et d'analyser la réaction de l'industrie du tabac en fonction de la structure de marché.

1.1 Les types de taxes applicables aux produits du tabac

Les produits du tabac sont soumis à plusieurs types de taxation. Les droits d'accise, la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) et les droits de douane en constituent les principales. D'autres types de taxes, de niveau moins élevé, sont aussi prélevés selon le pays ou l'appartenance à une zone économique.

1.1.1 Les droits d'accise

Les droits d'accise sont des taxes indirectes sur la consommation de certains produits tels que le tabac. On en distingue deux types : les droits d'accise *ad valorem* et les droits d'accise spécifiques. Les taxes *ad valorem* sont exprimées en pourcentage d'une certaine valeur de base du produit qui peut être le prix de vente au détail, le prix de gros, le prix du produit à sa sortie d'usine ou encore ce dernier augmenté des taxes comme le droit de douane. Les taxes *ad valorem* ont souvent un niveau minimum obligatoire qui est appliqué aux produits du tabac. Dans la plupart des pays ou unions économiques, il n'existe

pas de prix plafond, ce qui laisse une grande marge de manœuvre aux pouvoirs publics pour atteindre leurs objectifs de taxation forte.

Les droits d'accise spécifiques sont calculés en fonction de la quantité exprimée par cigarette, par paquet ou par kilogramme. Ils peuvent être uniformes par l'application d'un même niveau de taxation ou de plusieurs niveaux selon la catégorie ou la qualité du produit.

Les pays qui ont recours à la taxe d'accise appliquent l'un ou l'autre type ; mais aussi la combinaison des deux types est toujours possible, comme c'est le cas dans plusieurs pays européens. L'application de l'une ou l'autre des deux types de taxe ainsi que son niveau ont des conséquences différentes sur les recettes fiscales, sur les profits de l'industrie du tabac, sur le niveau des prix et la qualité des produits.

1.1.2 La Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)

La TVA est une taxe générale à la consommation qui s'applique à la quasi-totalité des biens et services de l'économie. Son taux est généralement unique pour tous les produits et représente un pourcentage du prix de vente. L'OMS (2013) montre qu'elle est une composante moins importante que les taxes d'accises dans la lutte antitabac. Sa capacité à générer des revenus pour l'Etat, avec les autres taxes sur la consommation, est certes plus importante que celle des taxes d'accise, principalement dans les pays développés. Cependant, la taxation des produits du tabac est justifiée par des raisons autres que budgétaires (IARC, 2011). En outre, étant une taxe appliquée à l'ensemble des biens et services, un relèvement de son taux ne crée aucune différentielle du prix du tabac par rapport aux autres biens et services.

1.1.3 Les taxes à l'importation ou droits de douane

Les droits de douane sont des taxes perçues à la frontière sur les produits de tabac importés et destinés à la consommation domestique. Ils constituent un moyen fiscal dont le relèvement du taux permet de majorer le niveau des taxes appliquées au tabac. Cependant, ils peuvent aussi servir à protéger les industries locales. Avec les accords commerciaux bilatéraux, régionaux et mondiaux conclus par les Etats, il deviendra de plus en plus difficile de recourir aux droits de douane pour augmenter les prix du tabac et les recettes fiscales (OMS, 2013).

1.1.4 Les autres types de taxes

En dehors des principales taxes, les Etats appliquent aussi des taxes supplémentaires, moins importantes que les trois premiers types de taxes ci-dessus. Elles servent généralement à financer des programmes spécifiques, par exemple sur la santé ou l'environnement.

1.2 L'efficacité des types de taxes

L'efficacité d'une réforme de la taxation des produits du tabac visant à réduire leur consommation dépend de plusieurs facteurs parmi lesquels le degré de répercussion de l'augmentation des taxes sur le prix de vente (IARC, 2011). Cette répercussion dépend de la structure des taxes, mais aussi de la configuration de marché (Stiglitz, 1999) conférant ou non un pouvoir de marché aux firmes présentes. Les marchés des produits de tabac peuvent être concurrentiels, monopolistiques ou oligopolistiques. Le choix d'un type de taxe, dans une réforme, en relation avec la structure de marché n'est pas aisé.

D'une part, si le marché de concurrence permet une répercussion totale des augmentations de taxes quelle que soit leur structure, il se caractérise généralement par un niveau de prix faible à la base. D'autre part, la forte concentration du marché des produits du tabac procure un pouvoir considérable de faiseur de prix aux industries présentes (Guilmore *et al.*, 2010). Elles peuvent ainsi sous-ajuster ou sur-ajuster l'augmentation des taxes aux prix pratiqués au consommateur selon l'impact de cette hausse sur leur profitabilité. Il est dès lors important d'analyser le potentiel de modification de chacun des types de taxes sur les profits de l'industrie dont la réaction influencera les prix de ventes et les recettes fiscales de l'Etat (Skeath et Trandel, 1994 ; Myles, 1995).

Nous allons dans cette partie faire une analyse non exhaustive de la foisonnante littérature sur l'impact des types de taxes sur les trois variables que sont les prix, les profits des entreprises et les recettes fiscales à partir des stratégies directes de prix des firmes de tabac. Les autres stratégies qui peuvent influencer les prix tels que le marketing auprès des consommateurs et le lobbying auprès des autorités ne seront pas analysées et nous renvoyons le lecteur vers IARC (2011). L'analyse ne se limite aussi qu'aux taxes d'accises.

La littérature économique montre qu'en concurrence pure et parfaite, lorsque les taxes sont choisies de façon appropriée, la taxe *ad valorem* et la taxe spécifique donnent les mêmes résultats en termes de variation de prix, de profit et de recettes fiscales (Skeath et Trandel, 1994), parce qu'elles sont totalement répercutées sur le prix de vente (IARC, 2011). L'augmentation d'une taxe spécifique contraint les firmes à hausser leur prix de vente du même montant que la taxe pour ne pas réduire leur profit qui dépend de l'écart entre ce prix de vente et cette taxe. L'équivalence de son impact avec la taxe *ad valorem* vient de la fixité du prix pour chacune des nombreuses firmes présentes sur le marché (Keen, 1998). L'application du taux de taxe *ad valorem* sur un prix fixe revient à retrancher un montant fixe au prix consommateur comme dans le cas de la taxe spécifique.

Les effets des deux taxes sur les trois variables diffèrent, dès lors que le marché n'est pas concurrentiel. Les augmentations ne sont pas proportionnellement répercutées (Stern, 1987). En situation de monopole, Suits et Musgrave (1953) ont étendu les travaux de Wiksell pour confirmer la supériorité de la taxe *ad valorem* sur la taxe spécifique. La première conduit à un profit plus élevé pour le producteur, un prix plus faible pour le consommateur et des recettes fiscales plus importantes pour l'Etat. Les trois types d'acteurs y améliorant leur bien-être, la taxe *ad valorem* a une dominance parétienne (Skeath et Trandel, 1994).

Partant d'un équilibre de monopole, la recette marginale est moins amputée avec la taxe spécifique qu'avec l'*ad valorem*. Elle devient supérieure au coût marginal. Cela donne de nouvelles possibilités de profits que le monopole va exploiter en produisant plus. Le prix de monopole étant une fonction décroissante des quantités, l'augmentation de ces dernières induira un prix plus faible pour le consommateur. L'efficacité productive nécessite aussi que le monopole produise toujours à un point où l'élasticité prix de la demande est supérieure à l'unité. Il s'en suit une augmentation des dépenses des consommateurs, donc une valeur taxable plus importante donnant des recettes fiscales plus élevées pour l'Etat (Keen, 1998).

L'analyse des effets de la taxe sur les variables économiques dans le cas des oligopoles a démarré avec les travaux de Seade (1987) qui montre, avec la taxe spécifique, que les résultats sur les prix et les profits dépendent fortement de l'élasticité de la pente de la courbe de demande. Les prix consommateurs augmentent plus que proportionnellement à l'augmentation des taxes, si l'élasticité de la pente de la demande est supérieure à l'unité. Cette augmentation de prix fait baisser les quantités produites. Le profit de chaque firme n'augmentera que si l'augmentation des prix est assez suffisante pour contrer la baisse des volumes de ventes et la hausse des coûts. Cela n'est possible que si l'élasticité de la pente de la courbe de demande est supérieure au nombre de firmes présentes dans l'industrie, donc à deux, pour le cas d'un duopole de Cournot.

Dellipala et Keen (1992) ont élargi son analyse en introduisant la taxe *ad valorem* dans un modèle de Cournot généralisé et dans les oligopoles avec libre entrée. Leurs résultats ont d'abord confirmé ceux de Seade concernant la taxe spécifique qui augmente le profit des entreprises et baisse le prix au consommateur pour les mêmes valeurs d'élasticité seconde de la demande. Ces mêmes résultats apparaissent aussi avec la taxe *ad valorem*. Cependant, cette dernière tend à moins sur-répercuter les taxes sur les prix et à donner des profits moins élevés aux firmes que la taxe spécifique. Pour ce qui est de la combinaison optimale des deux types de taxes, leurs résultats montrent que la taxe unitaire doit être nulle et la taxe *ad valorem* positive. La contrainte de non négativité de la taxe qu'ils ont posée a été levée par Myles (1994) pour montrer que cette combinaison optimale peut être

composée d'une taxe *ad valorem* positive et d'une taxe spécifique négative (une subvention).

Stern (1987), étend l'analyse au modèle de concurrence monopolistique en introduisant la libre entrée dans un modèle d'oligopole similaire à celui de Seade. Il montre qu'avec une taxe spécifique lorsque l'élasticité seconde de la demande est élevée, l'augmentation des taxes a une petite répercussion sur les prix à cause d'un effet d'éviction. En effet, l'augmentation initiale des prix entraîne une augmentation de l'élasticité première qui réduit l'effet de la première augmentation du prix. Et dans le cas d'une faible élasticité seconde de la demande, l'augmentation du prix est plus que proportionnelle à l'augmentation des taxes, ce qui augmente le profit de la firme.

Anderson *et al.* (2001), ont étendu l'analyse au marché d'oligopole où les firmes produisent des biens différenciés dans un modèle avec une concurrence par les prix. A court terme, le prix consommateur augmente avec les deux types de taxes. Pour un même niveau de coût induit, la taxe spécifique entraîne un prix producteur plus élevé alors que les recettes fiscales sont plus élevées avec l'*ad valorem*.

Leurs résultats, tout en portant sur un modèle de concurrence en prix, confirment ceux de Seade (1987) portant sur un modèle de Cournot. La taxe spécifique est sur-répercutée sur les prix à court terme lorsque l'élasticité seconde de la demande est supérieure à l'unité. Quant à la taxe *ad valorem*, son sur-ajustement est conditionné par celui de la spécifique comme l'avaient montré Dellipalla et Keen (1992). Dans un oligopole de Cournot avec deux entreprises, la réaction de la firme, suite à une taxe, consiste à réduire son output, ce qui pousse les prix à la hausse.

La réaction de la firme rivale dépend de la pente de sa fonction de réaction. Si la fonction de réaction de l'entreprise rivale est décroissante, elle réagit par une faible augmentation des quantités produites, ce qui pousse la première à réduire sa quantité. Avec une fonction de réaction croissante, l'entreprise rivale diminue son output. Dans les deux cas, la quantité produite diminue et le prix augmente. Ainsi, les quantités de chaque firme augmenteront faiblement et le prix diminuera. La sur-répercussion des taxes est une condition nécessaire pour l'augmentation des profits. Elle s'opère lorsque la courbe de demande est fortement convexe, c'est-à-dire que l'élasticité de sa pente est supérieure à 2.

A long terme, les deux types de taxe augmentent le prix consommateur. L'augmentation des quantités produites due à l'entrée de nouvelles firmes attirées par les profits positifs de court terme, ne suffit pas à baisser le prix de long terme. Le prix producteur augmente avec la taxe spécifique lorsque l'élasticité seconde est supérieure à l'unité, ce qui

conduit à une baisse du profit, la sortie des firmes entamée dans le court terme étant renforcée.

Hamilton (2008) prolonge les travaux sur les effets de la taxe dans un modèle d'oligopole avec des produits multiples en déplaçant l'intérêt vers les préférences des consommateurs pour la variété des produits. Dans son modèle, les taxes sont appliquées au niveau des détaillants. Dans le court terme, si les préférences pour la variété augmentent, les taxes réduisent le niveau d'output et la variété des produits. Dans le long terme, la taxe *ad valorem* augmente le niveau d'output et les deux types de taxe facilitent l'entrée de nouvelles firmes produisant des produits multiples. Son analyse montre aussi que si la convexité de la fonction de demande explique la sur-répercussion des taxes avec les produits homogènes, c'est plutôt sa concavité qui explique le sur-ajustement dans le cas des produits multiples. La supériorité de la taxe *ad valorem*, valable dans le cas de produit homogène, est contrebalancée avec les produits multiples, par son effet négatif sur la variété des produits.

Les détaillants répondent à l'augmentation des taxes par une réduction de la variété des produits qui réduit, à son tour, la concurrence des prix et facilite la sur-répercussion des taxes. Avec la fonction convexe, les taxes entraînent une introduction de nouveaux produits qui intensifient la concurrence des prix. Ainsi, les taxes sont sous-répercutées dans le prix.

Les niveaux d'output et de prix divergent de la situation optimale pour deux raisons. Les détaillants n'arrivent pas s'accaparer toute la rente liée à un produit donné, ce qui les incite à réduire la variété de produits et le niveau d'output de chaque produit. Le second effet est relatif à la non-appréciation de l'effet négatif des prix bas. Ils ont tendance à augmenter la variété des produits et le niveau d'output plus que le niveau optimal.

Indépendamment de la structure de marché, la taxe spécifique a tendance à créer un effet de reclassement/déclassement. En effet, son augmentation entraîne une hausse du prix relatif entre les marques de haute gamme et les marques économiques. Même si les deux types de marques souffrent d'une réduction des ventes, il est fort probable qu'il y ait un effet de substitution des marques économiques vers les marques de haute gamme (Keen, 1998).

Cette analyse comparative de l'incidence des deux types de taxes montre ainsi, qu'en général, l'augmentation de la taxe spécifique conduit plus à une sur-répercussion que celle de l'*ad valorem*. La conséquence de cette différence de répercussion est l'existence de prix plus élevés, en moyenne, dans les pays où la taxe spécifique est appliquée. Ces pays ont généralement un marché dominé par des firmes multinationales dont la production est plus portée vers les cigarettes de gamme supérieure. Les pays appliquant la taxe *ad valorem* ont

un marché plutôt dominé par de petites firmes locales, avec une production de cigarettes à prix faible qu'ils tentent de protéger des grandes multinationales (Guilmor et Mckee, 2004).

Les prix pratiqués par les oligopoles, même s'ils sont plus élevés que ceux de concurrence, demeurent généralement faibles par rapport aux prix maximisant les profits de cette structure de marché. IARC (2011) explique cette situation par une stratégie de l'industrie, conforme à la théorie de l'addiction développée par Becker *et al.* (1994), consistant à laisser les prix de court terme faibles de sorte à rendre addictes les consommateurs pour une maximisation du profit de long terme.

2. Les défis d'une augmentation des taxes en Afrique de l'Ouest

2.1 État des lieux de la taxation des produits du tabac en Afrique de l'Ouest

Dans tous les pays de la sous-région, la fiscalité des produits du tabac est encadrée par une législation régionale et une législation nationale. Les législations régionales sont déterminées dans les instances communautaires et, en principe, s'appliquent indistinctement à tous les pays membres. Dans chaque pays, la pratique est telle que la législation nationale entérine ou non les lois fiscales régionales, et institue diverses autres taxes en fonction de ses besoins et objectifs spécifiques propres au pays. Il en résulte une forte hétérogénéité des systèmes de taxation, tant dans les instruments fiscaux employés que dans les niveaux de taxation, même lorsque ces instruments fiscaux sont communs. Ce manque d'harmonisation est accentué par l'appartenance de huit pays de la CEDEAO à l'Union Économique et Monétaire des États de l'Afrique de l'Ouest (UEMOA). Ces pays se réfèrent encore à la directive de cette union en vigueur depuis 2000, instituant des taux *ad valorem* entre 15% et 45%.

Le tableau suivant présente la situation actuelle de cette taxation. Il permet une analyse des principaux instruments fiscaux utilisés ainsi que leurs mécanismes de fonctionnement pour mieux comprendre la taxation des produits du tabac dans la sous-région.

Tableau : Structure des taxes sur les produits du tabac dans les pays de la CEDEAO en 2013

	Droits d'accises ou équivalents	Droits de douane	TVA ou équivalents	Autres taxes **
Benin	40%	[5%, 20%]	18%	Ecotaxes : 5%
Burkina Faso	[17%, 30%]	[5%, 20%]	18%	RAS
Cap Vert *	10% ^(a)	[20%, 50%]	15%	« Ecotaxes » sur les cigarettes et cigarillos : 5%
Côte d'Ivoire	[23%, 35%]	[5%, 20%]	21,31%	Taxe spéciale pour le dév. du sport: [2,5%, 10%] Taxe de solidarité et de lutte contre le sida: 2%.
Gambie *	5D/paquet de 20 Cigarettes ; 37.50D/KG (autres tabacs)	20%	15%	Taxe environnementale: 10D/KG (cigarettes) et 75D/KG (autres produits du tabac); Frais de transactions douanières : 1,55%.
Ghana *	150%	20%	12,5%	Prélèvement pour l'assurance santé nationale : 2,5% Fonds d'investissement et de développement économiques : 0,5% Frais de transactions douanières : 3%; Taxe de développement des exportations: 1%;
Guinée *	15%	[5%, 20%] ^(b)	18%	Retenue sur les titres de liquidation : 2%; Centimes additionnels : 0,25%.
Guinée-Bissau	[10%, 25%] ^(c)	[5%, 20%]	15% ^(d)	Frais de personnel : 1,52%
Liberia *	35%	5%	7%	RAS
Mali	[15%, 25%] ^(e)	[5%, 20%]	18%	Taxe dégressive de protection : 5%
Niger	40%	[5%, 20%]	19%	Taxe forfaitaire de transit : 0,25%; Taxe spéciale de réexportation : [10%, 15%] Taxe de vérification des importations : 1%
Nigeria *	20%	[5%, 35%]	5%	Surtaxe sur les importations de certains produits : [50%, 100%]
Sénégal	[40%, 45%]	[5%, 20%]	18%	Surtaxe sur les cigarettes importées : 20% Taxe sur les importations par voies maritimes : 0,2%
Sierra Leone *	0%	10%	15%	RAS
Togo	40%	[5%, 20%]	18%	Taxe d'inspection et de vérification : 0,75% Taxe de protection des infrastructures : 2000FCFA/tonne Acompte forfaitaire sur le bénéfice industriel et commercial : [1%, 5%]

Source : CRES, Rapports « Profils-pays » sur la taxation des produits du tabac dans la CEDEAO, 2013.

2.1.1 Droits d'accise ou équivalents

La Directive de la CEDEAO est entrée en vigueur en 2009 et 2000. Elle prévoit des droits d'accise calculés uniquement sur une base *ad valorem*¹, et appliqués de façon uniforme aux produits fabriqués localement et aux produits importés. La base d'imposition est constituée:

- à l'importation, par la valeur en douane majorée des droits et taxes perçus à l'entrée, à l'exception de la taxe sur la valeur ajoutée ;
- en régime intérieur, par le prix de vente sortie-usine, à l'exclusion de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA).

Quant aux taux d'imposition, ils sont fixés librement par les États membres, à l'intérieur des limites communautaires, soit entre 15% et 100% (Tableau).

Dans les faits, les dispositions sont respectées par les pays membres, en dehors de quelques exceptions : en Guinée-Bissau et au Cap-Vert, le taux sur les tabacs bruts est fixé à 10%, soit en deçà du seuil minimal règlementaire de 15%. En Côte d'Ivoire, la base imposable à l'importation comprend une majoration de 25% de la valeur en douane pour contrer la pratique courante de la sous-facturation de la valeur des importations. La Gambie applique des droits d'accise spécifiques au lieu de l'*ad valorem*. Enfin au Nigéria, les droits d'accise ne frappent que les produits locaux alors que la législation régionale dispose que les droits d'accise doivent être identiques sur les importations et les produits locaux.

Par ailleurs, il est important de relever que dans plusieurs pays, les tabacs bruts ne sont pas soumis aux droits d'accise. Une telle pratique contribue à abaisser le coût des intrants pour l'industrie du tabac et, par conséquent, à maintenir des prix faibles sur les tabacs manufacturés. Dans la perspective de la lutte anti-tabac, la généralisation de l'application des droits d'accise à tous les produits du tabac contribuerait à la hausse des coûts de production, la plupart des intrants étant importés.

2.1.2 Les droits de douane

À côté des droits d'accise, les droits de douane représentent une autre composante importante de la taxation des produits du tabac en Afrique de l'Ouest.

Les taux des droits de douane sont régis par les dispositions du tarif extérieur commun (TEC) applicable, en principe, depuis 2008. Cependant, les retards enregistrés dans l'adoption et l'application de ce TEC ont créé beaucoup de diversité dans les pratiques (tableau 1). Les huit pays de l'UEMOA continuent d'appliquer le TEC de cette union en vigueur depuis 1997 avec des taux différenciés 5%, 10% et 20%. Dans les autres pays, les

droits de douane sont régis par les législations nationales plutôt que par la législation de la CEDEAO. Ainsi, le Cap-Vert, la Guinée et le Nigéria recourent à des taux différenciés en fonction du type de produit, alors que la Gambie, le Ghana, le Libéria et la Sierra-Léone appliquent des droits de douane uniques sur tous les produits.

L'assiette des droits de douane est la valeur en douane des marchandises importées. Mais, dans la pratique, l'application de cette réglementation présente quelques difficultés, particulièrement en raison des problèmes de sous-facturation. Mais des solutions palliatives sont appliquées par certains pays comme la Guinée-Bissau, la Côte d'Ivoire et le Togo qui recourent à des valeurs minimales ou à des majorations de la valeur CAF.

En somme, dans la plupart des pays de la CEDEAO, les produits du tabac les plus consommés, à savoir les cigarettes, sont soumis à des droits de douane de 20%. Seuls le Nigéria, la Sierra-Leone et le Libéria font exception à cette pratique ; le premier en appliquant des droits de douane plus élevés, de l'ordre de 35%, et les deux derniers en appliquant des droits de douane plus faibles, de l'ordre de 10% et 5% respectivement.

2.1.3 La TVA ou équivalent

La CEDEAO a institué l'application de la TVA sur une base harmonisée dans tous les pays membres : chaque État membre fixe librement les taux de TVA applicables à ces produits, à condition que ces taux soient compris entre 15% et 20%. La base d'imposition est constituée :

- en ce qui concerne les livraisons de biens et de services, par la contrepartie obtenue ou à obtenir par le fournisseur ou le prestataire pour ces opérations de la part de l'acheteur, du preneur ou d'un tiers ;
- en ce qui concerne les importations, par la valeur en douane majorée des droits et taxes perçus à l'entrée, à l'exception de la TVA elle-même.

Dans les faits, pratiquement tous les pays de la sous-région appliquent la TVA sur les produits du tabac, en conformité avec les législations communautaires. Seuls la Guinée-Bissau et le Libéria font exception. A la place de la TVA, ces pays appliquent un impôt équivalent, en l'occurrence, l'impôt général sur les ventes et services. La Côte d'Ivoire applique un taux de 21,35%, supérieur au maximum réglementaire fixé à 20%

2.1.4 Autres taxes ou taxes spéciales

Outre les taxes décrites ci-dessus, d'autres taxes comme la redevance statistique et les prélèvements communautaires sont inscrits aux TEC de la CEDEAO. Il existe aussi d'autres taxes spécifiques qui frappent les produits du tabac (tableau1). Elles sont mises en place avec des objectifs précis, souvent de mobilisation des revenus pour certaines causes

ou de contrôle des externalités. Il en a ainsi de la lutte contre le SIDA et du développement du sport en Côte d'Ivoire, de l'environnement au Bénin et en Gambie. Ces taxes sont régies uniquement par les législations nationales, ce qui pourrait expliquer qu'elles varient beaucoup d'un pays à l'autre. Certaines sont appliquées uniquement aux produits du tabac. D'autres, en revanche, sont quasi-générales en ce sens qu'elles sont supportées par un grand nombre de marchandises comme les prélèvements pour l'assurance santé nationale au Ghana, ou les centimes additionnels en Guinée.

Au Nigéria et au Sénégal, les taxes spéciales sur les produits du tabac sont applicables uniquement lorsque ces produits sont importés en dehors de la zone CEDEAO. Les niveaux de ces taxes sont relativement élevés : de l'ordre de 20% au Sénégal, et de 50% ou 100% au Nigéria, selon le type de produit du tabac. Dans tous les cas, seuls les tabacs manufacturés sont concernés. L'objectif visé à travers ces surtaxes semble être de protéger ou de favoriser indirectement l'industrie locale de tabac, surtout lorsqu'on sait que le Nigéria et le Sénégal sont les plus grands producteurs de tabac manufacturé dans la sous-région.

2.2 L'efficacité des taxes dans la CEDEAO et les défis de changement

Nous allons, dans cette section, analyser l'efficacité de la structure et des niveaux de taxe à la lumière de la revue de littérature faite dans la section 1. Un point sur la structure actuelle de marché de l'industrie du tabac pourrait aider à comprendre la situation actuelle et à mieux analyser les défis auxquels les pays de l'Afrique de l'Ouest feront face dans une perspective de réforme fiscale.

2.2.1 La structure de marché du tabac en Afrique de l'Ouest

La structure de marché du tabac y présente des situations différentes dans chacun des cinq pays où est implantée l'industrie du tabac. Le Nigéria produisant plus de 52% des cigarettes manufacturés de la sous-région a un marché dominé par un monopole. Cette firme vise à faire du Nigéria un pôle régional de production de cigarettes devant alimenter les marchés de tous les pays de la sous-région (notamment les pays de la CEDEAO et les autres pays voisins tels que le Cameroun et la République Centrafricaine), en plus de l'immense marché intérieur nigérian. C'est dans cette perspective que, durant la dernière décennie, elle a accru ses investissements au Nigéria et a progressivement suspendu ses activités de production dans plusieurs pays voisins, notamment au Cameroun, au Bénin et au Ghana. Le second pays producteur de cigarettes est le Sénégal (25% de la production dans la sous-région), où une firme assurant 75% de la production domine une seconde depuis 2009.

Le marché de la Côte d'Ivoire, d'où proviennent 11% de la production sous-régionale, compte deux grands producteurs avec une firme dominant le marché à hauteur de plus de 90% des parts de marché. Au Burkina Faso, trois producteurs se partagent le marché qui représente 6% de la production totale de cigarettes ouest africaines. Au Mali, une firme dominante s'accapare 75% du marché et le reste est couvert par deux autres firmes. Quant au Cap-Vert, la production, l'importation et la distribution sont assurées par un monopole étatique qui bénéficie d'un contrat d'exclusivité. La plupart de ces manufactures de tabac sont des filiales de deux grandes multinationales : British American Tobacco et Philip Morris International.

Dans les autres pays où il n'existe pas de manufactures de tabac, le marché est composé de deux ou trois grands importateurs, à l'exception de la Gambie où ils sont six. La distribution des parts de marché entre importateurs est assez similaire à celle des manufactures de tabac, avec généralement, une entreprise fortement dominante.

2.2.2 L'efficacité des taxes

Le problème de la structure des taxes

Le choix des pays de la CEDEAO portant sur la taxe *ad valorem* peut être expliqué par plusieurs raisons. Premièrement, dans un contexte international, le choix de la taxe *ad valorem* peut s'expliquer par la facilité de coordination qu'elle permet dans le cadre d'une directive communautaire, comme le souligne Hamilton (2008).

Deuxièmement, avec la structure de marché des industries de tabac dans la sous-région, les pays où sont implantées les manufactures ont un intérêt à protéger leurs industries qui fabriquent généralement des produits de qualité économiques face aux multinationales favorables aux marques de haute gamme. La pratique de ces manufactures consiste généralement à fabriquer localement les marques économiques et importer les marques de classe supérieure. Comme nous l'avons vu dans la section 1 pour les pays d'Europe méditerranéenne, le choix de la taxe *ad valorem* pourrait ainsi se justifier par une dynamique de protection des firmes locales.

Ce choix qui permet une protection des firmes locales et facilite la coordination, est-il pour autant efficace ?

L'industrie du tabac réagit à la configuration des taxes par la différenciation des produits dans certains pays, aboutissant à un continuum de prix allant jusqu'à 16 niveaux de prix en Guinée compris entre 0,17 \$US à 0,80 \$US, 10 niveaux compris entre 0,43 \$US et 1,75 \$US au Bénin, 10 en Guinée Bissau compris entre 0,32\$US et 1,1 \$US et sept compris entre 0,19\$US et 1,20 \$US au Niger. La plupart de ces multiples prix portent sur les gammes inférieures de cigarettes. En Guinée, 11 des 16 prix pratiqués portent sur des

cigarettes de catégorie économique et au Bénin les prix pratiqués sur cette catégorie sont au nombre six parmi les 10 (CRES, 2013).

Cette différenciation des prix fait que certains pays comme le Burkina Faso, le Sénégal, le Mali, la Côte d'Ivoire et la Guinée pratiquent des taux de taxes différenciés selon les catégories de cigarettes (Tableau). Avec une telle pratique, il n'est pas exclu que l'industrie du tabac change certaines catégories de cigarettes selon l'évolution de la taxation. Par exemple, en 2010, Philip Moris a fait passer au Sénégal la marque Marlboro de la catégorie premium à la catégorie moyenne pour passer d'un taux de taxe de 45% à un taux de 20%. Ce déclassement a eu pour conséquence une baisse du prix de 1,16\$US à 0,77 \$US, une diminution des droits d'accise de 0,31 \$US à 0,16 \$US par paquet, et de la fiscalité totale payée de 0,48 \$US par paquet à 0,21 \$US par paquet de 20 cigarettes. Cela témoigne de la guerre de prix que les firmes nouvellement installées peuvent mettre en place (IARC, 2011).

En effet, Phillip Moris s'installait en 2007 sur un marché longtemps contrôlé par un monopole dont la gamme de produits est fortement composée de cigarettes de catégorie économique. Avec cet exemple, l'industrie du tabac profite de l'inefficacité du système de taxation sénégalais. En effet, dans la différenciation des taux de taxes, le Sénégal applique le plus grand taux aux cigarettes de luxe dont le volume de vente est moins important, alors qu'une taxation plus importante des marques économiques garantirait des recettes fiscales plus consistantes et stables, compte tenu de l'inélasticité de la demande sur ce segment de marché.

L'inefficacité de la base de taxation

La base de taxation des produits du tabac dans la CEDEAO est constituée du prix sortie-usine déclarée par l'industrie du tabac ou du prix frontière déclaré par l'importateur. Or, l'ensemble des modèles que nous avons mobilisés dans la revue de la littérature partent d'une maximisation de profit avec une taxe appliquée sur le prix consommateur, quelle que soit la structure de marché. Les prédictions sont faites sur cette base et la plupart des pays du monde appliquent la taxe sur ce prix consommateur final.

La conséquence de cette base de taxation est une faiblesse des niveaux de prix et une faible part des taxes dans le prix de vente. En effet, alors que la part des taxes dans le prix de vente au détail des paquets de cigarettes excède 60% dans les pays à revenus élevés, seule la Gambie, parmi les pays de l'espace CEDEAO dépasse ce taux, avec 62%. En dehors de la Sierra Léone, tous les 13 autres pays ont un pourcentage de taxe dans le prix de vente du paquet de cigarette qui ne dépasse pas 40%.

Certains pays comme le Rwanda, l'Éthiopie et le Kenya sont classés dans la catégorie des pays à revenus faibles comme ceux de la CEDEAO. Ils appliquent des taux de taxes *ad valorem* assez similaires à ceux des pays de la CEDEAO. Cependant, la part du total des taxes dans le prix de vente au détail des cigarettes est plus importante dans ces pays que dans ceux de l'Afrique de l'Ouest, alors même que le nombre de taxes frappant le tabac est plus important dans les seconds que dans les premiers. Au Rwanda, avec une taxe *ad valorem* de 30%, la part des taxes dans le prix de vente atteint 50%. En Éthiopie et au Kenya où les taxes *ad valorem* sont respectivement de 27% et 36%, les parts totales des taxes dans le prix de vente atteignent respectivement 43% et 49 %.

Une autre conséquence de cette base est la perte de recettes fiscales pour l'Etat. Au Sénégal par exemple, le prix sortie-usine d'un paquet de 20 cigarettes déclaré par l'industrie du tabac était de 0,44 \$US en 2012, alors que le paquet est vendu au final à 0,97 \$US, soit plus du double (CRES, 2013). La taxe *ad valorem* est appliquée à ce prix sortie-usine majorée d'une surtaxe de 20%, soit une base de 0,53 \$US sur laquelle s'applique la taxe *ad valorem*. Avec un taux de 45%, cette taxe *ad valorem* donne finalement 0,21 \$US de recettes fiscales par paquet de cigarettes à l'État, soit 22% du prix de vente au détail. Un changement de la base, par la substitution du prix de vente hors TVA au prix sortie-usine (en supposant que le prix de vente reste inchangé), procurerait 0,32\$US de recettes fiscales, soit 32% du prix de vente au détail. Si cette taxe *ad valorem* était appliquée au prix de vente au détail, la taxe représenterait 40% du prix de vente et le total des taxes serait près de 60% du prix de vente, en tenant compte de la TVA.

Des expériences de changement de base de taxation *ad valorem* ont été menées par certains pays pour augmenter l'incidence de la fiscalité. Ross et al (2009) ont montré que le gouvernement russe avait institué en 2003 une taxe *ad valorem* dont la base de taxation était le prix en gros. L'industrie du tabac profitait de cette situation pour vendre aux distributeurs à un prix très réduit afin d'atténuer l'incidence de la taxe *ad valorem*. Une fois la taxe collectée, les distributeurs vendaient les cigarettes à un prix plus élevé et se partageaient les surprofits avec l'industrie du tabac. Pour mettre fin à cette pratique, le gouvernement décida en 2006 de changer la base de taxation en remplaçant le prix de vente en gros par le prix de vente au détail. Les pays de la CEDEAO peuvent s'inspirer de cet exemple pour rendre plus efficiente leur système de taxation.

En Gambie où le gouvernement a instauré une taxe spécifique, se positionnant ainsi en dehors de la directive CEDEAO, la taxe sur les cigarettes est passée de 5.36 \$US par kilogramme en 2006 à 5.89\$ US en 2010 sans que les prix ne soient revus à la hausse par l'industrie du tabac. Elle a plutôt introduit dans le marché une multitude de marques économiques pouvant laisser entrevoir une stratégie modifiant la qualité des produits. En

2012, le gouvernement décide de changer la base de taxation passant du poids en kilogramme à l'unité de cigarettes. Il s'en est suivi une augmentation de 72% des recettes fiscales.

2.2.3 Le problème de la répercussion des taxes

Les stratégies de répercussion des prix en Afrique de l'Ouest varient considérablement d'un pays à l'autre et suivant le segment de la demande. Sur les rares données disponibles sur les variations de prix (Cres, 2013), on peut remarquer que l'industrie des cigarettes réagit différemment selon les pays, la sensibilité de la demande et la structure de marché. Au Ghana, où le marché met en jeu une firme importatrice dominante avec plus de 87% de part de marché et une deuxième avec plus 12% de parts, le gouvernement instaure une taxe *ad valorem* de 140% en 2010 et la fait passer à 150% en 2011 pour tous les produits après une longue application de la taxe spécifique. La taxe *ad valorem* augmente ainsi de 7% entre 2010 et 2011.

L'industrie du tabac a réagi différemment suivant les segments du marché. Sur le segment des cigarettes premium, avec la faible sensibilité de la demande au prix, l'augmentation des taxes a été sur-ajustée aux prix, se traduisant par une augmentation en moyenne de plus de 36% du prix de vente de gros. Les augmentations ont été plus modérées dans les segments de la demande adressée à des franges de population plus sensibles aux prix. En effet, Les ajustements des prix des cigarettes économiques ont été plus que proportionnels pour certaines marques et moins que proportionnels pour d'autres. Mais la moyenne des variations reste plus que proportionnelle. Les catégories moyennes connaissent un sous-ajustement avec seulement 4% d'augmentation de prix.

Les marques de cigarettes de catégorie moyenne pour lesquelles les taxes ont été faiblement ajustées sont commercialisées par la firme dominante bien installée sur le marché avec les plus importantes parts du marché. En effet, la première marque correspond à 39,1% des ventes totales et la seconde à 14,9%. Quant aux forts ajustements, ils ont été effectués par les entreprises aux parts de marché plus réduites.

Dans d'autres pays, les variations de prix ont été faites dans une période où il n'y a pas eu d'augmentations de taxes. Au Sénégal, par exemple, le prix moyen des cigarettes de luxe produites localement a connu une évolution contrastée sur la période 2008-2011. Ce prix a d'abord diminué de 0,04\$ en 2009 par rapport à 2008, puis il augmente très fortement (plus 0,11\$) en 2010 et enfin il chute à nouveau en 2011 (0,03\$ de moins).

Au Cap-Vert, le marché est dominé par deux marques premiums et deux marques économiques. Les ventes de cigarettes confirment d'une part la théorie économique sur la substitution des marques économiques par les marques de haute gamme dans la

consommation au fur et à mesure que les revenus de la population augmentent (IARC, 2011). Les cigarettes de haute gamme représentent 94% des ventes contre 4% pour les cigarettes économiques. Cependant, la situation des ventes infirme d'autre part la théorie qui montre que les petites manufactures locales sont plus orientées vers la production de cigarettes économiques avec des prix faibles, comme l'ont montré Guilmor et Mckee (2004) pour les pays d'Europe Méditerranéenne.

2.2.4 Défis de la réforme fiscale

La taxation des produits du tabac dans la CEDEAO soulève plusieurs problèmes dont l'harmonisation, compte tenu des structures différentes de marché. Le Nigéria et le Cap-Vert disposent respectivement de monopole privé et public dans la production de cigarettes. Les intérêts de ces gouvernements en termes de recettes fiscales peuvent être difficilement conciliables aux intérêts des autres pays. En effet, dans la mesure où, avec un monopole, les prix sont déjà élevés, il n'est pas opportun de taxer les biens produits, car l'augmentation supplémentaire du prix se traduira par une baisse des quantités vendues donc, une baisse des recettes fiscales. Cette situation peut aussi se traduire par un chômage avec la baisse de demande d'input travail. La dominance parétienne que Sketh et Trandel (1994) ont montré peut jouer en faveur d'un maintien de la taxe *ad valorem*. En effet, si l'objectif du gouvernement est la collecte de recettes fiscales, il a tout intérêt à favoriser la taxe *ad valorem*. La possible pression de l'industrie du tabac pour le maintien de ses profits renforce cette idée. Cette situation est d'autant plus importante que l'entreprise en monopole au Nigéria fournit plus de 52% de la production disponible en Afrique de l'Ouest, donc dispose d'un pouvoir de marché considérable.

Le lien entre les variations de prix et les variations de quantités au Cap-Vert prouve bien que le monopole multi-produits fait face à une courbe de demande décroissante pour chaque produit. La forte sensibilité des consommateurs sur le segment de marché de cigarettes économiques s'est traduite par une hausse des quantités vendues de 70% entre 2009 et 2011 à la suite d'une baisse du prix de vente de 17 % en 2009. Sur le segment premium, la hausse du prix d'une des marques de 25% a montré une faible sensibilité avec une baisse de seulement 5% des ventes. Toutefois, cette baisse des ventes a entraîné la hausse de 20% de l'autre marque premium dont le prix n'a pas augmenté. Une augmentation des taxes sur les cigarettes se traduira sur ce marché par une répercussion sur les prix qui sont déjà éloignés du coût marginal de production. La question de la subvention plutôt qu'une augmentation de taxe se pose. Or, cette éventualité n'est nullement abordée dans la réforme fiscale en vue.

Dans les autres pays, la structure de marché laisse entrevoir un conflit d'intérêt entre l'Etat et l'industrie du tabac sur le type de taxe. Les oligopoles présents ont intérêt à avoir une taxe spécifique qui donne plus de profit alors que les recettes fiscales de l'Etat sont plus importantes avec la taxe *ad valorem* (Delippalla et Keen, 1992). Vu la configuration oligopolistique du marché, la taxation optimale devrait combiner une taxe *ad valorem* avec une taxe unitaire nulle (Delippalla et Keen, 1992) ou à combiner une taxe *ad valorem* avec une taxe unitaire négative (Myles, 1994). Or la réforme fiscale que ces pays tentent de mettre en œuvre ne prévoit ni une taxe unitaire nulle, ni une taxe unitaire négative, mais plutôt une taxe positive.

La réforme entrevoit une place de plus en plus importante de la taxe spécifique dans la combinaison fiscale. Or, ce type de taxe favorise les produits de qualité supérieure plus chers. Dans ce sens, l'OMS (2013) a montré l'importance de cet aspect pour la lutte antitabac dans la mesure où les marques de prestige attirent fortement les jeunes. Ces derniers préfèrent les cigarettes chères, qui font l'objet d'un marketing plus offensif de la part des fabricants. L'extrême jeunesse de la population des pays de la CEDEAO ne militerait ainsi pas en faveur d'une taxe spécifique dans une perspective de maîtrise de la consommation.

Seul l'objectif de santé publique visant à corriger les externalités issues de la consommation des produits du tabac, et non de recettes fiscales, semble pouvoir contrecarrer l'exclusivité de la taxe *ad valorem* et favoriser le système mixte combinant les deux types de taxes. Dans ce sens, la taxe spécifique qui ne concerne pas toutes les caractéristiques du produit sera efficace pour corriger cette externalité (Keen, 1998) alors que la taxe *ad valorem* aura tendance à contrôler le pouvoir des firmes.

Conclusion

Cet article avait pour objectif d'analyser les défis qui attendent les pays de la CEDEAO dans la perspective de la réforme fiscale qu'ils mettent en œuvre sur les produits du tabac. La méthode suivie a consisté à partir d'une revue de la littérature sur l'efficacité des types de taxe selon la structure de marché, à analyser l'efficacité de la structure actuelle de taxation compte tenu de la réaction des firmes présentes sur le marché et à identifier les défis en perspective de la nouvelle réforme. L'analyse a montré une réelle inefficacité du système de taxes en place. La structure des taxes basée sur l'*ad valorem* avec des taux compris entre 15% et 45% et comme base de taxation le prix sortie-usine aboutit à un niveau faible de prix, une part de taxe dans le prix de vente très faible. L'industrie du tabac réagit à cette situation par une forte différenciation des produits, surtout de moindre qualité. Les quelques augmentations de taxes qui ont été faites dans certains pays ont confirmé les

résultats de la littérature sur le comportement des firmes sur certains segments de la demande et les ont infirmés sur d'autres segments.

Le principal défi qui attend les pays de la CEDEAO dans la perspective de la nouvelle réforme fiscale est la divergence des intérêts entre l'Etat et les firmes sur le type de taxe à mettre en œuvre. Dans les pays où règnent les monopoles, si l'objectif de l'Etat est la collecte des recettes fiscales, il n'a pas intérêt à mettre en place des taxes ; et s'il y a des taxes, l'*ad valorem* est la mieux indiquée pour le bien-être global.

Dans les autres structures de marché, l'analyse de la réaction des firmes reste ambiguë dans la mesure où les modèles présents dans la littérature partent d'une taxe *ad valorem* appliquée sur le prix de vente final, alors que la situation actuelle et la réforme à venir ont une taxation portant sur le prix sortie-usine.

L'objectif de santé publique reposant sur la correction des externalités pour protéger les populations, s'il est porté par les Etats au détriment de celui de recettes fiscales et de pouvoir de l'industrie du tabac, nécessite que les deux types de taxe soient combinées pour plus d'optimalité.

Références bibliographiques

- Anderson, S P., de Palma A et Kreider B. 2001. "Tax Incidence in Differentiated Product Oligopoly." *Journal of Public Economics*, 81(2): 173–92.
- Chaloupka, F.J. Wechsler, H. 1997. "Price, tobacco control policies, and smoking among young adults." *Journal of Health Economics*, 16, 359–373
- Chaloupka FJ, Peck RM, Tauras JA, *et al.* 2010. "Cigarette excise taxation: The impact of tax structure on prices, revenues, and cigarette smoking." NBER Working Paper No. 16287. August 2010 JEL No. H2, I18. doi:10.1016/S0167--7187(99)00057--0.
- Consortium pour la recherche économique et sociale (CRES). 2013. "Projet régional de recherche-action sur la taxation des produits de tabac en Afrique de l'ouest : Profils – pays des 15 pays de la CEDEAO." CRES, 2013.
- Delipalla, S. Keen, M. 1992. "The comparison between ad valorem and specific taxation under imperfect competition." *Journal of Public Economics* 49, 351 - 367.
- deBeyer, J. Lovelace, C. Yürekli, A. 2001. "Poverty and tobacco." *Tobacco Control*, 10(3), 210–211.
- Gilmore A B, Branston J R, Sweanor, D. 2010. "The case for OFSMOKE: how tobacco price regulation is needed to promote the health of markets, government revenue and the public." *Tobacco Control*, 19:423–430. doi:10.1136/ tc.2009.034470 PMID:20876078
- Hamilton S. "Excise Taxes with Multiproduct Transactions" *American Economic Review* 2008, 99:1, 458–47. "
- International Agency for Research on Cancer. 2011. "IARC Handbooks of Cancer Prevention: Tobacco Control. Volume 14. Effectiveness of Price and Tax Policies for Control of Tobaccos." *International Agency for Research on Cancer*. Lyon; 2011.
- Keen M. "The Balance between Specific and Ad Valorem Taxation." *Fiscal Studies* (1998) vol. 19, no. 1, pp. 1–37.
- Myles, G D. 2004. "Public economics." *Cambridge University Press*, 2004.
- Organisation Mondiale de la Santé. 2013. "Manuel technique De l'OMS sur l'administration des taxes prélevées sur le tabac." , OMS, Genève, 2013.
- Ross H. et Chaloupka F.J. 2006. "Economics policies for tobacco control in developing countries." *Salud Publica de Mexico*, 48(1), 113-120, 2006.
- Ross H, Shariff S, Gilmore A. "Economics of Tobacco in Russia". Paris: International Union Against Tuberculosis and Lung Disease; 2008.
- Seade, J. 1987. "Profitable Cost Increases and the Shifting of Taxation; Equilibrium Responses of Markets in Oligopoly." Warwick University, 1987.
- Skeath S.E., et Trandel G.A. 1994. "A Pareto comparison of *ad valorem* and unit taxes in noncompetitive environments." *Journal of Public Economics*, 53, 53-71
- Stern, N., 1987. "The effects of taxation price control and government contracts in oligopoly and monopolistic competition." *Journal of Public Economics* 32, 133 - 158.
- Stiglitz, J.E., 1999. "Economics of the public sector" (Norton, New York, NY).
- Suits, D.B. and Musgrave R.A., 1955; "Ad valorem and unit taxes compared". *Quarterly Journal of Economics*, 67, 598-604.

Annexe : Sources des données

Les données utilisées sont issues des profils-pays établis par le Consortium pour la Recherche Économique et Sociale (CRES) de Dakar dans le cadre du projet régional de recherche-action pour l'harmonisation de la fiscalité entre les pays de la CEDEAO. Ces profils-pays contiennent un état des lieux complet sur la consommation, la production et la fiscalité du tabac en Afrique de l'Ouest dans le but de fournir un appui scientifique et technique dans la conduite des réformes fiscales.