

Quelle est l'efficacité de la taxation des boissons sucrées ?

Auteur : *Esteban Gorostiaga Ayestarán*

Traduction : *Réseau Canopé*

Les boissons sucrées sont la principale source de consommation de sucres ajoutés dans de nombreux pays industrialisés ; elles sont associées à l'obésité et à de nombreuses autres maladies particulièrement dans les populations économiquement les plus défavorisées⁴.

Par exemple, on constate que le poids et les risques de développer un diabète chez les adultes qui boivent une à deux boissons sucrées, ou plus, par jour (de 330 à 770 millilitres/j) augmentent davantage que chez ceux qui en consomment entre 300 et 600ml par mois⁴.

On a aussi constaté récemment que les adultes qui consomment plus de boissons sucrées et des jus de fruits « pur jus » (représentant ensemble plus de 5% du total des calories journalières), ont un plus grand risque de mourir d'une maladie cardiovasculaire³.

Cela veut dire que, par exemple, pour une personne sédentaire de 75kg qui dépense environ 2000 calories par jour, ces 5% de calories quotidiennes (100kcal) équivaldraient à 240ml de coca cola classique, ou 210 ml de pur jus de fruit, ou 380 ml de Powerade.

Si cette même personne se met à faire de l'exercice physique 3 fois par semaine, et dépense 2400 Kcal par jour, ces 5% de calories quotidiennes (120 kcal) équivaldraient à 290 ml de Coca Cola classique, ou 205 ml de pur jus d'orange, ou 450 ml de Powerade.

On a constaté que les enfants qui boivent plus de boissons sucrées ont un risque supérieur de 55% de devenir obèses ou en surpoids⁴. Finalement, et heureusement, on a pu constater que les personnes qui diminuent de façon importante la consommation de ces boissons réduisent leur poids⁴.

Plusieurs pays dans le monde augmentent les taxes sur les boissons sucrées pour essayer de faire décroître l'épidémie d'obésité qui affecte gravement la santé et le bien-être de la population de tous âges⁵.

Ces pays ont augmenté la taxation de ces produits en espérant que cela entraînerait la baisse des ventes de boissons sucrées, et améliorerait la santé de la population.

Jusqu'il y a peu, on n'avait pas mesuré l'effet produit par cette augmentation des taxes sur la consommation de boissons sucrées. Cependant, différentes études ont été publiées récemment, qui montrent des résultats intéressants.

Une plus forte taxation de ces boissons sucrées fait diminuer leur consommation.

Dans une recherche qui vient d'être publiée dans la prestigieuse revue scientifique JAMA, sous la direction de Christina Roberto, du département d'Éthique Médicale et Politique de Santé de l'Université de Pennsylvanie (Etats Unis), ont été étudiés les effets produits par l'augmentation des taxes sur les boissons sucrées (équivalent à 45 centimes d'euros par litre), sur le prix et les ventes de ces boissons⁷.

La taxation est entrée en vigueur au 1^{er} février 2017 à Philadelphie, seconde ville nord-américaine à avoir augmenté ces taxes.

Les chercheurs ont comparé les changements de prix et d'habitudes de consommation des boissons sucrées entre 2016 (avant la hausse des taxes) et 2017 (après la hausse des taxes), dans près de 300 établissements où étaient vendues ces boissons, dans la ville de Philadelphie.

Ils ont également étudié l'évolution des prix et des ventes dans plusieurs établissements de la ville de Baltimore, située à 170km de Philadelphie, ville qui n'avait pas subi la taxation des boissons sucrées.

Les résultats de l'étude montrent que, comparés aux prix pratiqués à Baltimore en 2017, les prix de vente publics des boissons sucrées à Philadelphie ont augmenté, en fonction du lieu de vente, d'environ 21 à 48 centimes le litre (de 43% à 104% du montant de la taxe). Cela indique que les producteurs et les distributeurs ont transféré sur le consommateur une partie ou la totalité de l'augmentation. A Philadelphie, cette augmentation s'est accompagnée d'une diminution de 38% du volume des ventes des boissons sucrées durant l'année 2017, tandis qu'à Baltimore, on a observé une baisse de seulement 2%.

D'autres études réalisées dans d'autres pays ou d'autres villes comme par exemple Mexico ou Berkeley, ont également enregistré une diminution des ventes des boissons sucrées consécutivement à l'augmentation des taxes. La baisse des ventes et de la consommation de ces boissons est d'autant plus importante que la hausse des taxes est forte^{1, 2, 6, 8}.

Comment sont utilisés les fonds récoltés grâce aux taxes sur les boissons sucrées ?

Dans les villes des Etats Unis qui ont augmenté la taxation sur les boissons sucrées, l'argent récolté a été utilisé pour améliorer l'aide à la collectivité, comme par exemple, l'augmentation du nombre de familles pouvant accéder gratuitement aux garderies, l'amélioration des soins médicaux dans les écoles ainsi que l'augmentation du nombre et l'aménagement de jardins publics, de centres de loisirs et de bibliothèques, la création de bons d'achat gratuits pour de la nourriture saine (fruits et légumes), la création de programmes de prévention de l'obésité infantile dans les écoles et les lycées⁵. Ces programmes se concentrent particulièrement sur la population la plus touchée par l'obésité (la plus défavorisée).

Comment l'industrie des boissons sucrées réagit-elle ?

Un éditorial récent publié dans la revue JAMA indique que, malheureusement, l'industrie liée à la fabrication des boissons sucrées réagit comme a réagi l'industrie du tabac lorsqu'on a commencé à démontrer que le tabac était néfaste pour la santé. C'est-à-dire, en occultant la diffusion des effets nocifs sur la santé de l'ingestion excessive de boissons sucrées, en diffusant de faux messages qui mettent en doute les résultats des travaux scientifiques qui déconseillent la consommation excessive de ces boissons ou des produits auxquels on rajoute du sucre⁵, ou en faisant pression de différentes façons, pas toujours acceptables, sur les pouvoirs publics afin que les taxes sur les boissons sucrées n'augmentent pas.

Quel est l'organisme qui devrait encourager l'augmentation des taxes sur les boissons sucrées ?

Aux Etats Unis, la ville de Philadelphie fut l'une des premières à instituer les taxes sur les boissons sucrées.

En février 2019, sept villes aux Etats Unis avaient augmenté ces taxes⁵.

Cependant, il paraît logique de penser que l'efficacité et la sécurité du programme seront d'autant plus assurés que l'exemple viendra d'une institution plus puissante.

On pourrait ainsi éviter, en partie du moins, deux problèmes :

- 1) Eviter que les gens aillent acheter ces boissons à proximité, là où les taxes n'ont pas augmenté. Par exemple dans l'étude réalisée à Philadelphie, on a observé que la baisse des ventes de boissons sucrées dans la ville de Philadelphie au moment où les taxes ont augmenté, a été en réalité de 51%.

Cependant, comme ces taxes ont été appliquées à la seule ville de Philadelphie, on a observé que les ventes de boissons sucrées dans les environs immédiats de Philadelphie (qui n'étaient pas taxés) avaient augmenté légèrement. Par conséquent, la baisse réelle des ventes dans leur ensemble elle ne fut pas de 51% mais de 38% comme indiqué auparavant⁷.

- 2) Eviter que les groupes de pression constitutifs de l'industrie sucrière et des boissons sucrées puissent facilement faire annuler les initiatives institutionnelles visant à faire baisser le volume de leurs ventes. Par exemple, récemment, le tribunal Supérieur de Justice de Catalogne (TSJC) a accepté le recours de plusieurs associations de distribution, du commerce et de l'alimentation contre le décret de la Generalitat qui instituait le règlement de l'impôt sur les boissons sucrées - sodas, jus de fruits ou boissons énergétiques- , déclarant son annulation pour cause de vices de procédure⁹. Parmi ceux qui déposèrent le recours, on trouvait des grands patrons des secteurs de l'industrie alimentaire et des boissons (FIAB, Coca Cola ou PepsiCo), des commerces en libre-service et des supermarchés (ASEDAS et ACES), les grandes entreprises de la

distribution (ANGED qui détient El Corte Ingles ou Carrefour), celles du commerce (AECOC) et des marques de la restauration (PROMARCA). Ils faisaient valoir, entre autres motifs, que cet impôt **n'était pas justifié**, qu'il était prématuré, que des consultations préalables n'avaient pas été engagées, qu'il fragilisait la cohérence du marché -en se superposant à d'autres impôts comme la TVA- et prouvait une absence d'assise juridique.

Comme cela s'était produit avec l'industrie du tabac, il est très probable que le puissant patronat tente d'entraver toute forme de mesure institutionnelle susceptible de provoquer une baisse des ventes de leurs produits. Cependant, dans une société, c'est la santé publique qui doit primer sur les intérêts commerciaux des groupes de pression.

Pour ce faire, il semble logique de croire que plus l'Institution qui encourage ces moyens de sensibilisation à la santé (exemple de L'Union Européenne) sera grande et puissante, meilleures seront ses chances d'aller de l'avant pour le bien de la société toute entière.

Bibliographie

1. M. A. Colchero, J. Rivera-Dommarco, B. M. Popkin, and S. W. Ng. *In Mexico, Evidence Of Sustained Consumer Response Two Years After Implementing A Sugar-Sweetened Beverage Tax. Health Aff.(Millwood.)* 36 (3):564-571, 2017.
2. M. A. Colchero, J. C. Salgado, M. Unar-Munguia, M. Molina, S. Ng, and J. A. RiveraDommarco. *Changes in Prices After an Excise Tax to Sweetened Sugar Beverages Was Implemented in Mexico: Evidence from Urban Areas. PLoS.One.* 10 (12):e0144408, 2015.
3. L. J. Collin, S. Judd, M. Safford, V. Vaccarino, and J. A. Welsh. *Association of Sugary Beverage Consumption With Mortality Risk in US Adults: A Secondary Analysis of Data From the REGARDS Study. JAMA Netw.Open.* 2 (5):e193121, 2019.
4. F. B. Hu. *Resolved: there is sufficient scientific evidence that decreasing sugarsweetened beverage consumption will reduce the prevalence of obesity and obesityrelated diseases. Obes.Rev.* 14 (8):606-619, 2013.
5. K. A. Madsen, J. Krieger, and X. Morales. *Editorial.Sugar-Sweetened Beverage Taxes: Emerging Evidence on a New Public Health Policy. JAMA* 321 (18):1777-1779, 2019.
6. S. W. Ng, J. A. Rivera, B. M. Popkin, and M. A. Colchero. *Did high sugar-sweetened beverage purchasers respond differently to the excise tax on sugar-sweetened beverages in Mexico? Public Health Nutr.:*1-7, 2018.