**QUEL POUVOIR DETIENT L’INDUSTRIE DU TABAC SUR LE MARCHE DES CIGARETTES AU SENEGAL ?**

La Communauté économique des Etats de l’Afrique de l’Ouest (CEDEAO) a adopté en décembre 2017 une nouvelle directive sur la fiscalité des produits du tabac dont les dispositions devront permettre une réduction de la consommation à travers une augmentation des prix de vente des cigarettes. Cependant, le succès d’une telle réforme dépendra du pouvoir de marché de l’industrie du tabac, c’est-à-dire sa capacité à décider ou non de répercuter les hausses de taxes sur le prix de vente. Afin d’éclairer la prise de décision politique sur ce pouvoir que peut détenir l’industrie du tabac, le CRES a mené une recherche pour mesurer ce pouvoir de marché de l’industrie du tabac au Sénégal et analyser les possibilité d’entente des deux manufactures produisant les cigarettes.

Le pouvoir de marché est mesuré en se référant à la situation où les entreprises sont en concurrence, c'est-à-dire que leur nombre est si élevé que chacune ne gagne qu’un profit restreint. Dans ce cas, elles répercutent sur le prix de vente final toute variation de leurs coûts de fabrication pour ne pas réduire leurs marges bénéficiaires peu élevées. Lorsque les variations de coûts ne se traduisent pas par des variations de prix, c’est qu’elles ont préféré réduire leurs marges bénéficiaires.

Trois principaux résultats sont issus de cette recherche. Tout d’abord, si on compare les deux manufactures de tabac que sont la MTOA et Philip Morris à des entreprises qui évoluent sur un marché de concurrence, on constate qu’elles ont un pouvoir de marché. En effet, si la MTOA désire augmenter la demande de ses produits de 1%, elle peut le faire en réduisant son prix de plus de 11% tout en maintenant son profit au niveau qu’aurait obtenue une entreprise en concurrence. Quant à Phillip Morris, elle a la possibilité d’augmenter son prix de 6% et de connaître une augmentation de sa demande de 1%. Mais ces pouvoirs de marchés apparaissent relativement faibles.

Le pouvoir de marché apparait différent selon que la manufacture produit des cigarettes de luxe ou qu’elle produit des cigarettes économiques. Philip Morris produisant des cigarettes de luxe voit sa demande augmenter lorsque son prix augmente alors que c’est l’inverse pour la MTOA qui produit des cigarettes économiques.

Les résultats montrent aussi qu’aucune d’elles n’a intérêt à faire une entente pour fixer les prix. En effet, si on compare les résultats obtenus sous l’hypothèse d’une entente à celle obtenues sans entente, on constate que la MTOA, qui avait la capacité de baisser son niveau de prix jusqu’à 11% lorsque la demande varie de 1%, ne pourra faire baisser ce prix que de 4%. Quant à Philip Morris, l’entente ne lui permet que 3% de baisse de prix pour ne pas subir de baisse de profit lorsque la demande diminue de 1%, alors qu’elle avait la possibilité d’augmenter son prix suite à une baisse de la demande.

Il ressort de ces résultats que l’Etat du Sénégal doit pouvoir utiliser les taxes pour augmenter les prix. Si la manufacture est en face d’une forte augmentation des taxes, elle sera contrainte de les répercuter sur le prix de vente. Le deuxième résultat implique que si les taux de taxe appliqués aux cigarettes sont différenciés en fonction de leur catégorie, leurs conséquences seront différentes en termes d’augmentation des prix. Des taxes plus faibles sur les cigarettes économiques donnent des possibilités réelles à l’industrie de ne pas répercuter leur hausse sur les prix de vente.