



PROJET DE RECHERCHE SUR LA TAXATION DU TABAC EN AFRIQUE DE L'OUEST « DES SOLUTIONS FISCALES POUR UNE REDUCTION OPTIMALE DU TABAGISME EN AFRIQUE DE L'OUEST »



DÉTERMINANTS DE LA DEMANDE ET DE LA DURÉE DE CONSOMMATION DU TABAC : APPLICATION AU SÉNÉGAL ET AU NIGÉRIA

*Théophile T. AZOMAHOU
Racky BALDE
Abdoulaye DIAGNE
Papa Yona MANE
Ibrahima S. KABA*

INTRODUCTION

L'usage du tabac a des conséquences désastreuses sur la santé, à travers le cancer et les maladies cardiovasculaires qu'il engendre. Fumer cause 40% des décès liés au cancer et 9% des décès liés aux maladies cardio-vasculaires dans la région CEDEAO. Selon l'Organisation Mondiale de la Santé, le tabac est la cause de plus de sept millions de décès par an. Les dépenses inhérentes à sa consommation représentent 6% à 15% des dépenses totales de santé dans les pays développés. Pour les jeunes, son usage est associé à un risque d'abus d'autres types de drogue. Afin de combattre les ravages causés par la consommation de tabac, un cadre général de suivi du contrôle a été initié par l'OMS. En 2005, le Sénégal et le Nigéria ont ratifié cet accord. Différents indicateurs de suivi ont été introduits dans l'optique d'évaluer les progrès réalisés par chaque pays. Ce cadre de contrôle du tabac est connu sous l'acronyme MPOWER (Monitor, Protect, Offer, Warn, Enforce, and Raise). Les principaux points de ce cadre sont la surveillance de la consommation, la protection des individus, la prévention sur les effets nocifs, l'interdiction de la publicité et une augmentation accrue des prix grâce à une plus forte taxation.

En dépit de l'évidence sur l'effectivité d'une augmentation du prix sur la demande de tabac, rares sont les études qui portent sur l'Afrique, particulièrement l'Afrique de l'Ouest. Et cette insuffisance de travaux est d'autant plus marquante quand il s'agit des déterminants de la durée de la consommation du tabac. Dans un contexte d'une population grandissante dont plus de 60% est composée de jeunes, il est primordial d'avoir une meilleure connaissance des facteurs qui affectent la consommation de tabac. Cette étude contribue à cet effort de recherche. Nous étudions les déterminants de la demande et de la durée de consommation du tabac au Sénégal et au Nigéria. Dans ce contexte, une attention particulière est portée sur l'effet du prix. La présente note de politique rend compte des principaux résultats qui découlent de cette étude.

DONNÉES

La source primaire des données est le Global Adult Tobacco Survey (GATS), une enquête initiée par l'Organisation Mondiale de la Santé au Sénégal et au Nigéria. Cette enquête utilise une méthodologie globale standardisée et collecte des informations substantielles au Sénégal et au Nigéria. Les personnes interrogées sont

âgées de 15 ans et plus. L'enquête sur le Sénégal conduite en 2015 contient 4343 individus alors que celle sur le Nigéria conduite en 2012 contient 9705 individus. Au Sénégal, l'échantillon est aléatoire, stratifié et tiré à 3 degrés. L'unité primaire de sondage pour l'enquête GATS est le District de Recensement (DR) tel que défini

ni au Quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat, de l'Agriculture et de l'Élevage (RGPHAE) de 2013. Au Nigéria, un échantillon géographiquement stratifié en plusieurs étapes a été collectée. Les questions sont globalement regroupées dans neuf grandes catégories: caractéristiques socio-économiques

des individus, consommation de tabac, consommation de tabac sans fumée, cessation, tabagisme passif, cigarettes manufacturées, média, connaissances, attitudes et perceptions.

Les questions sur les informations socio-économiques concernent l'âge, le genre, le groupe ethnique, la religion, le niveau d'éducation, la situation matrimoniale, l'emploi et les dotations en actifs du ménage. Des informations additionnelles sont aussi collectées sur le type de tabac utilisé. Pour les consommateurs présents, l'enquête renseigne sur l'âge auquel ils ont commencé à fumer, leur consommation journalière et hebdomadaire de chaque type de tabac. Pour les consommateurs passés, l'enquête informe aussi sur l'âge auquel ils ont commencé à fumer ainsi que la durée de sevrage tabagique. Dans le cas du tabac sans fumée, l'information disponible concerne la consommation présente et passée du tabac et la fréquence hebdomadaire de cette consommation au Sénégal. Pour le Nigeria, l'enquête donne des informations sur l'âge auquel les individus ont commencé à fumer ainsi que les raisons pour lesquelles ils ont arrêté. Pour la consommation de cigarette d'occasion, l'enquête informe sur l'exposition au tabac à la maison, sur le lieu de travail, dans un bâtiment gouvernemental, dans les transports publics, à l'école et dans d'autres places publiques. En ce qui concerne le prix, l'information disponible concerne seulement le tabac manufacturé, et inclut la quantité du dernier achat, l'argent dépensé pour cet achat ainsi que la marque de cigarette achetée. Un des derniers ensembles

de questions fournies par l'enquête concerne l'exposition au média, comme les dangers du tabagisme ainsi que les publicités faisant la promotion de la consommation de cigarettes.

Les données révèlent différents aspects de la prévalence de l'usage du tabac dans ces pays. Les plus jeunes, représentés par la tranche d'âge 15-24, enregistrent la plus faible prévalence de la consommation de cigarettes que ce soit au Sénégal ou au Nigeria, avec respectivement 2.78% et 1.21%. Un large écart existe entre les hommes et les femmes en ce qui concerne l'usage du tabac. La prévalence de la consommation pour les femmes est de 0.42% et 0.3% au Sénégal et au Nigeria contre respectivement 13.17% et 7.66% pour les hommes. Que ce soit au Sénégal ou au Nigeria, les individus de milieu modeste ont une prévalence plus importante de l'usage du tabac comparés aux plus riches. Dans les deux pays, la prévalence est plus élevée parmi les individus sans aucune connaissance des effets nocifs de la consommation de cigarettes comparés à ceux ayant des connaissances, soit 7.64% et 6.89% contre 6.07% et 3.48% respectivement pour le Sénégal et le Nigeria. En outre, les individus exposés à une quelconque publicité ou promotion de la cigarette les 30 derniers jours avant l'enquête, enregistrent une plus grande prévalence de la consommation de cigarettes. Au Sénégal et au Nigeria, ils représentent respectivement 9.46% et 7.38% contre 5.36% et 3.45% pour ceux qui n'ont pas été exposés.

MÉTHODOLOGIE

L'analyse économétrique que nous proposons se déroule en deux parties. Dans la première partie, nous estimons l'élasticité-prix de la demande. Nous étudions aussi l'effet des facteurs sociaux économiques sur la demande de cigarettes. L'enquête GATS présente la particularité que les valeurs des quantités consommées de

cigarettes ne sont pas reportées pour les non fumeurs. Dans ce cas, la méthode à adopter doit considérer ces observations comme potentielles pour les non fumeurs.

Dans le cas où ces valeurs ne sont pas observées, mais sont potentielles, le modèle de sélection de Heckman est la plus appropriée.

RESULTATS

Au Sénégal, la consommation se révèle très élastique, avec une élasticité-prix estimée à -1.12. Ainsi, une augmentation de 10% du prix conduit à une réduction de 11.2% de la consommation de cigarettes. De manière similaire, une augmentation du prix réduit la probabilité de fumer. Au Nigeria, l'élasticité-prix estimée, bien

que d'une amplitude moindre comparée au Sénégal, conduit aussi à une baisse de 2.3% de la demande de cigarettes pour toute augmentation de 10% du prix.

Ces résultats confortent l'idée selon laquelle, l'augmentation du prix induit une baisse effective de la consommation de tabac. Nos résul-

tats montrent également une hétérogénéité de l'élasticité-prix pour différents sous-groupes de la population. Les jeunes sont particulièrement sensibles à l'augmentation du prix que ce soit au Sénégal ou au Nigéria. L'élasticité-prix estimée pour cette tranche d'âge est plus élevée que celle pour l'ensemble de la population dans les deux pays. D'autres groupes tout aussi sensibles à un accroissement des prix sont les individus avec un modeste statut socio-économique et ceux avec un faible niveau d'éducation.

En complément du prix comme outil de lutte contre l'usage du tabac, cette étude montre que d'autres instruments d'importance majeure peuvent être considérés. D'une part, l'exposition des individus à la publicité accroît leur consommation et leur propension à fumer. Ainsi, l'interdiction de la publicité ou de la promotion des produits tabagiques est décisive pour l'atteinte de l'objectif d'une baisse conséquente de la demande. D'autre part, les connaissances des individus des effets dommageables de la

consommation du tabac sur la santé les conduit à baisser leur consommation ainsi que leur participation à l'usage du tabac.

Dans la seconde partie de l'analyse, nous employons trois différentes spécifications pour l'étude de la durée de la consommation de cigarettes: il s'agit de spécifications paramétrique, semi-paramétrique et non paramétrique. Ces cadres nous permettent d'estimer les facteurs influençant le taux de hazard qui est la probabilité d'arrêter de fumer. Il ressort des estimations que les individus sans aucune éducation ont une probabilité moindre de cesser l'usage du tabac comparés aux individus avec un certain niveau d'éducation. Similairement, la publicité augmente la durée de la consommation de tabac et donc réduit le taux de hazard de cessation. Les connaissances des effets nocifs du tabac sur la santé accroissent de manière importante le taux de hazard de cessation. De manière analogue, la prévention à travers les médias participe à une probabilité de cessation plus importante.

RECOMMANDATIONS

Plusieurs recommandations découlent de cette analyse:

(i) Nous pouvons conclure sur l'effectivité d'un accroissement des prix sur la baisse de la quantité de cigarettes consommées et sur la participation à l'usage du tabac. L'élasticité globale estimée est de -1.12 au Sénégal et de -0.23 au Nigéria. En conséquence, toute augmentation des prix conduit à une baisse de la demande de cigarettes. L'effectivité d'un accroissement des taxes sur l'augmentation des prix et par conséquent sur la baisse de la consommation de tabac dépend entre autres des stratégies mises en oeuvre par l'industrie du tabac. L'industrie du tabac grâce à des campagnes de marketing agressives, parvient à minimiser l'effet d'une augmentation des taxes sur les prix. Ces stratégies de marketing visent le plus souvent les jeunes et les femmes qui sont de potentiels fumeurs ou les individus qui sont les plus sensibles à un accroissement des prix. Il est ainsi crucial d'implémenter et d'appliquer toute loi visant à bannir la publicité et la promotion des produits tabagiques. Ce plaidoyer a toute son importance dans un contexte où, en Afrique, la prévalence de la consommation de tabac est projetée pour aug-

menter à un taux de 39% d'ici 2030. Il existe une grande disparité en Afrique dans l'implémentation des critères de l'OMS pour une lutte efficace contre le tabagisme. Les taux d'implémentation vont de 9% en Sierra Leone à 78% au Kenya. Ainsi, il serait nécessaire d'harmoniser ces instruments dans la lutte contre le tabac afin de réduire de manière significative la consommation du tabac.

(ii) Un aspect majeur est la prévention des risques posés par la consommation de tabac sur la santé.

Les connaissances des effets préjudiciables du tabac diminuent la consommation de tabac, la participation à son usage et la durée de la consommation. Il est ainsi crucial de sensibiliser les populations aux conséquences engendrées par une telle consommation. Selon les directives de la loi anti-tabac, le Sénégal va prochainement introduire des emballages de paquet de cigarette avec des images dissuasives. L'utilisation d'un tel procédé présente l'avantage d'atteindre un plus grand nombre d'utilisateurs du tabac, particulièrement les personnes illétrées qui représentent une part im-

portante de la population. Il faut veiller à la mise en application de cette loi afin d'avoir un impact conséquent sur la consommation de tabac. L'effectivité de toute loi anti-tabac introduite dépend en grande partie du niveau d'application de la loi.

(iii) Une autre recommandation découlant de nos résultats est que les médias et réseaux sociaux représentent un formidable outil dans la lutte contre le tabac. La prévention des effets de l'usage du tabac sur la santé à travers les médias réduit de manière conséquente la durée de la consommation. Ces canaux permettent d'atteindre les zones les plus reculées en termes de sensibilisation. L'utilisation effi-

ciente de ces canaux de sensibilisation pourrait permettre au Sénégal et au Nigéria d'atteindre leurs objectifs en termes de réduction de l'usage du tabac.

(iv) En termes d'inégalités, les personnes sans aucune éducation et les individus avec un modeste statut socio-économique sont plus vulnérables à la consommation de tabac et sont plus à même d'avoir une durée de consommation plus longue. La lutte contre les inégalités en termes d'éducation et de richesse représente un levier non négligeable pour réduire de manière significative la consommation de tabac.

Le Centre de Recherche pour le Développement International (CRDI) a subventionné le Consortium pour la Recherche Economique et Sociale (CRES) pour la seconde phase de son projet de recherche sur la fiscalité des produits du tabac. Cette phase est intitulée « Des solutions fiscales pour une réduction optimale du tabagisme en Afrique de l'Ouest ». L'un des axes de cette phase avait pour objectif de faire le diagnostic de système fiscal que les pays de la CEDEAO appliquent aux produits du tabac.

CRES, Rue 10 Prolongée Cité Iba Ndiaye Djadji
Lots 1 et 2 Pyrotechnie - Dakar Sénégal CP : 12023 - BP : 7988, Dakar Médina
Tél : (221) 33 864 77 57 - (221) 33 864 73 98 - Fax : (221) 33 864 77 58
Email : cres@cres-sn.org - Information : contact@cres-sn.org
Site web : www.cres-sn.org