

Lausanne / Berne, le 21 février 2006

Débat du Conseil aux Etats du 6 mars 2006

**Loi fédérale sur l'imposition de la bière (05.071)**

## **Les spécialistes de la dépendance soutiennent une augmentation de l'impôt sur la bière au profit de la protection de la jeunesse et de la santé!**

- **Une imposition forte de la bière fait baisser la consommation d'alcool au bénéfice de la protection de la jeunesse et de la santé et génère des recettes supplémentaires pour la caisse fédérale.**
- **Réduire l'impôt sur la bière, ainsi que le propose la Commission de l'économie et des redevances (CER), revient à priver la caisse fédérale de 20 millions de francs et à faire augmenter encore la consommation d'alcool.**

### **Les arguments:**

Un garçon sur cinq et une fille sur dix se retrouvent complètement ivres plusieurs fois pas mois. La bière joue un rôle capital dans ces ivresses. La nouvelle loi fédérale sur l'imposition de la bière peut influencer la consommation de bière par les jeunes par le biais des prix.

L'échelonnement du taux d'imposition des différentes sortes de bière inclut déjà le principe de la protection de la jeunesse et de la santé. Or si l'on entend vraiment veiller à protéger la jeunesse et la santé, il convient de fixer les taux d'imposition suffisamment haut pour qu'une bouteille de boisson sucrée sans alcool soit nettement moins chère qu'une bouteille de bière de même contenance.

#### **Personnes de contact:**

Michel Graf, directeur ISPA, 021 321 29 79, e-mail: mgraf@sfa-ispa.ch

Jean-Félix Savary, secrétaire général du GREAT, 024 420 22 61, e-mail: jf.savary@great-aria.ch

**L'Institut suisse de prévention de l'alcoolisme et autres toxicomanies (ISPA),  
le Fachverband Sucht et le GREAT**

**vous demandent en conséquence d'adopter les modifications suivantes (en italique):**

**Changement 1 à apporter à la loi fédérale :**

L'augmentation du taux de l'impôt à fr. 168.80 représente une augmentation d'à peine 50 centimes du prix de la bouteille de bière (3 dl). Seule une augmentation de cet ordre permet d'avoir une incidence sur la consommation.

art. 11 al. 1 Taux de l'impôt:

<sup>1</sup>L'impôt se monte à :

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| a. jusqu'à 10,0 degrés Plato (bière légère)                            | fr. 16.88 par hectolitre;  |
| b. à partir de 10,1 degrés Plato<br>(bière normale, spéciale et forte) | fr. 168.80 par hectolitre. |

**Changement 2 à apporter à la loi fédérale :**

Cet amendement permet d'empêcher dans le futur la vente à bon marché des bières prémélangées, qui par leur côté sucré sont attractives pour les jeunes et pourraient remplacer les alcopops. Ainsi, la charge d'imposition serait égale à celle des alcopops.

art. 11 al. 2 Taux de l'impôt:

<sup>2</sup>*Pour les boissons mélangées contenant de la bière, titrant à plus de 2,5 pour cent, contenant au moins 50 grammes de sucre par litre (calculé en sucre inverti) ou édulcorées de façon correspondante et qui arrivent sur le marché prêtes à la consommation en bouteilles, dans d'autres contenants ou à la pression, le taux de fr. 116.- par litre d'alcool s'applique. Le Conseil fédéral peut procéder à une adaptation du taux d'imposition à celui des boissons distillées sucrées.*

**Changement 3 à apporter à la loi fédérale :**

Un tel amendement permet au Conseil fédéral de réagir vite et efficacement en faveur de la protection de la jeunesse et de la santé face aux nouvelles tendances du marché.

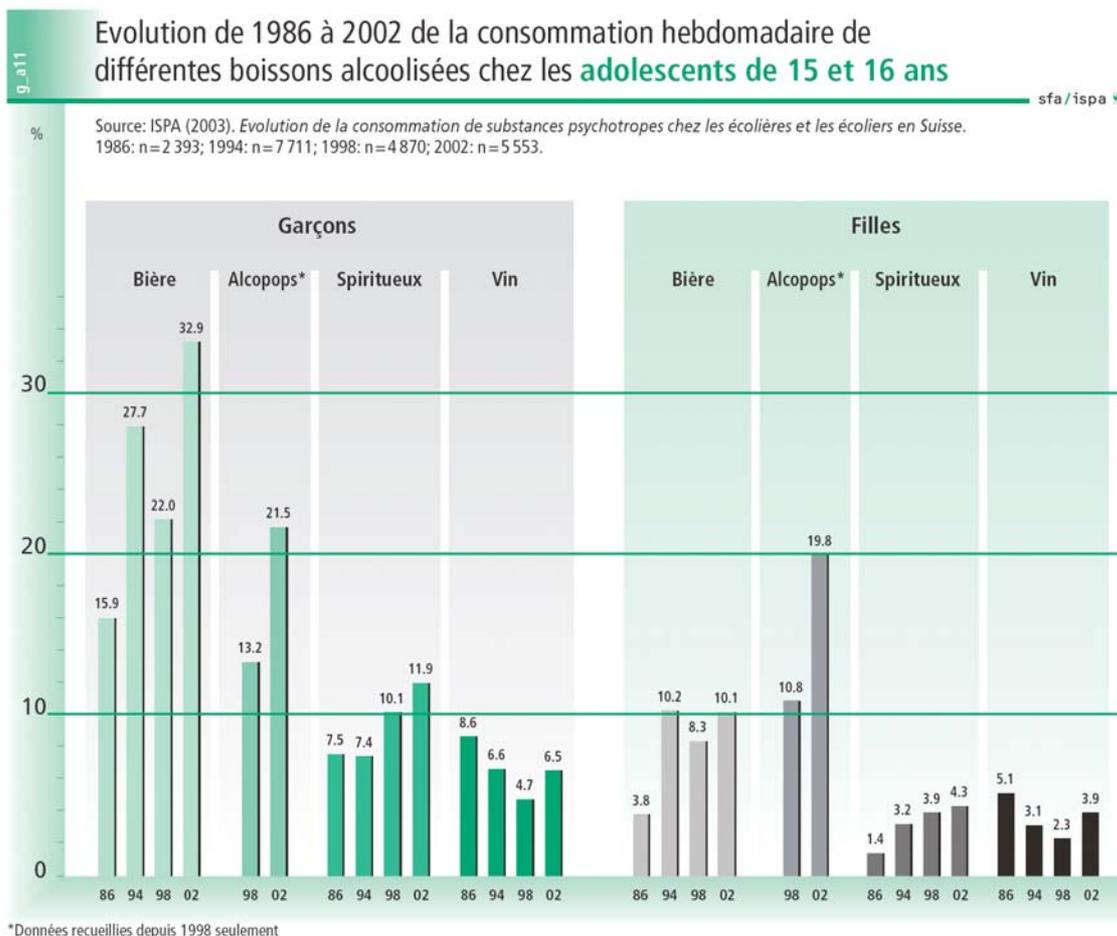
Art. 12 al. 1 Adaptation du taux de l'impôt:

<sup>1</sup>Le Conseil fédéral peut

- adapter le taux de l'impôt au renchérissement si l'indice suisse des prix à la consommation a augmenté de 5% depuis l'entrée en vigueur de la présente loi ou le dernier ajustement ou
- augmenter le taux de l'impôt adopté au moment de l'entrée en vigueur de la présente loi pour répondre aux besoins en matière de protection de la jeunesse et de la santé.*

## Les jeunes, grands consommateurs de bière

Au cours des dernières années, la consommation d'alcool des écoliers et des écolières a connu une augmentation drastique. Or, la bière joue un rôle important dans cette hausse de la consommation.

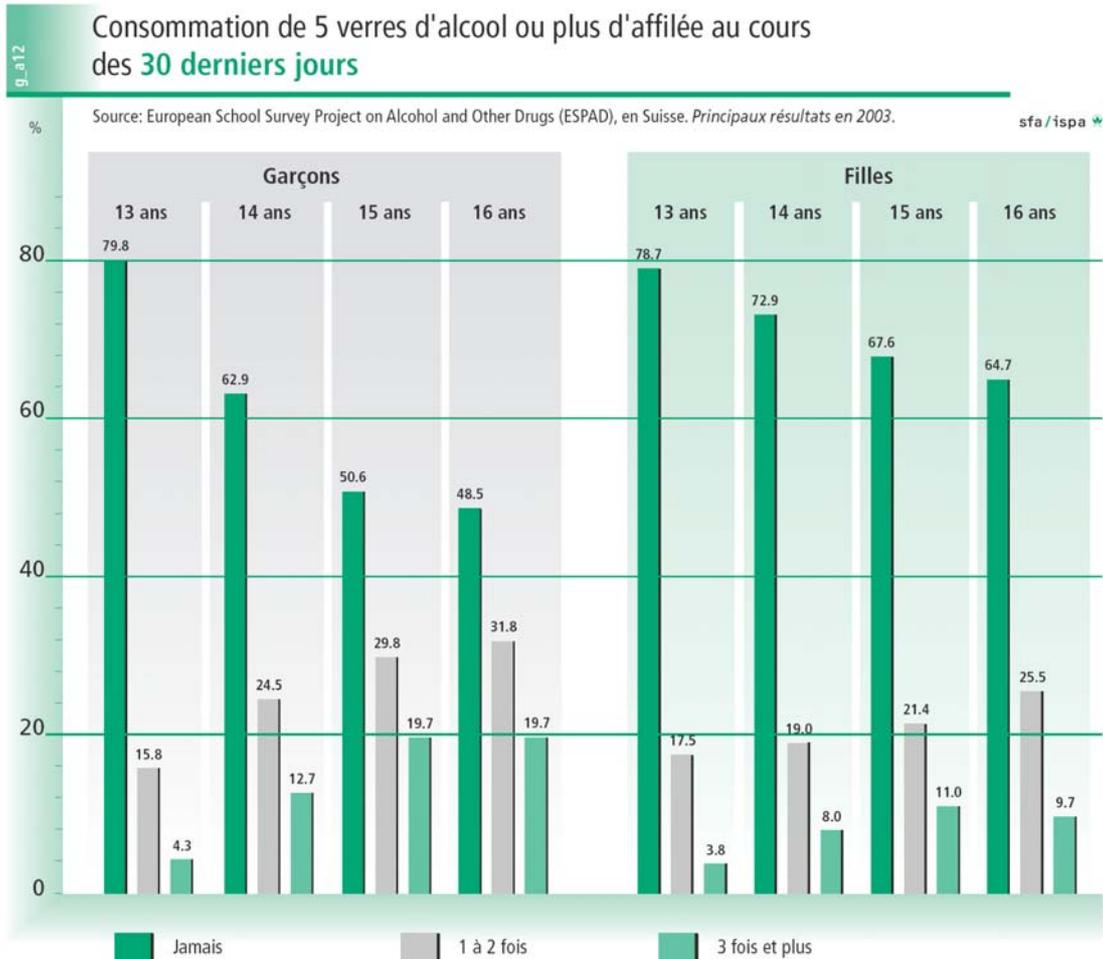


- Depuis l'augmentation de 300 pour cent de la taxe spéciale sur les alcopops à partir du 1<sup>er</sup> février 2004, la bière est devenue la boisson alcoolique préférée tant des écolières que des écoliers.
- En 2002, 40.5% des écoliers de 15 à 16 ans et 26% des écolières du même âge buvaient de l'alcool au moins une fois par semaine.
- Alors qu'en 1986, 16% des écoliers buvaient de la bière une ou plusieurs fois par semaine, ils sont déjà 33% en 2002.

En Suisse, les jeunes entrent en contact avec l'alcool très tôt. 80% des ados de 13 ans ont ainsi bu de l'alcool une fois déjà, ce taux passant à 94% à 16 ans. Il est vrai que, dans la plupart des cas, ils n'ont fait que d'y goûter. Il n'empêche que près de 10% des ados de 13 ans ont déjà consommé de l'alcool à 40 reprises ou plus. En comparaison internationale, la Suisse se situe toujours, avec 9 litres d'alcool pur par habitant, dans le peloton de tête des pays où la consommation d'alcool est élevée.

## Les ados sont de plus en plus nombreux à s'enivrer

Du point de vue de la politique de la santé, c'est la manière de boire et non pas la consommation globale ou moyenne qui est déterminante. En plus de l'alcoolodépendance et de la consommation chronique d'alcool, il existe en effet d'autres manières de boire qui entraînent des conséquences notables en termes de santé publique. C'est le cas de la recherche de l'ivresse, de la consommation d'alcool avant et pendant la conduite d'un véhicule ou encore pendant la grossesse.



Ce sont les jeunes de 15 à 24 ans qui sont les plus nombreux à boire pour s'enivrer. Parmi les 15 à 16 ans, un garçon sur cinq et une fille sur dix s'enivre ainsi au moins trois fois pas mois. Or, une consommation précoce et élevée entraîne des problèmes perceptibles immédiatement: conflits avec des amis, des amies ou des partenaires, accidents, problèmes avec la police provoqués par l'alcool.

## **La bière n'est pas vendue assez cher dans le commerce de détail**

Des études scientifiques montrent que pendant l'adolescence, les ivresses sont essentiellement dues à la bière et aux spiritueux. Aussi faut-il impérativement renforcer, dans la loi sur l'imposition de la bière, le principe de la protection de la jeunesse et de la santé qui s'applique déjà aux spiritueux dans la loi sur l'alcool.

- En Suisse, les spiritueux sont soumis à une imposition élevée, alors que l'impôt sur la bière est à l'évidence trop bas.

La législation actuelle soumet les boissons distillées à une taxe de Fr. 29.- par litre d'alcool pur, la bière n'étant soumise qu'à un impôt minimal de Fr. 5,30 par litre d'alcool pur. Il en résulte la situation absurde que dans le commerce de détail, une boisson sucrée sans alcool est vendue au même prix, voire même plus cher que la quantité identique de bière.

- Du point de vue de la politique de la santé, le montant de l'impôt sur la bière doit être fixé de manière à ce qu'une bouteille de boisson sucrée sans alcool coûte nettement moins cher qu'une même bouteille de bière.

A la Coop par exemple, une bouteille de soda (5 dl) coûte aujourd'hui Fr. 1,25, soit bien plus cher qu'une canette de bière (5 dl), que l'on trouve déjà pour 75 centimes.

## **Un impôt élevé sur la bière fait baisser la consommation**

Face à la forte consommation d'alcool chez les jeunes gens et les jeunes filles, il est urgent d'agir. Tout le monde s'accorde là-dessus. Or il est prouvé que des prix élevés constituent l'une des mesures de prévention les plus efficaces auprès des jeunes.

- Un effet incitatif de l'impôt est en principe déjà appliqué du fait de l'échelonnement du taux de l'impôt entre la bière légère, la bière normale et spéciale et la bière forte tels que le propose le Conseil fédéral dans son message sur la loi fédérale sur l'imposition de la bière. L'échelonnement de l'imposition proposé par la Commission de l'économie et des redevances du Conseil des Etats dans son rapport de majorité est cependant insignifiant et va conduire à une relance de la consommation de bière chez les mineurs.

Un effet incitatif de l'impôt de la bière ne peut toutefois déployer son efficacité qu'à la condition que le taux d'imposition soit élevé. C'est d'ailleurs le constat sur lequel se fonde la loi sur l'alcool en soumettant les spiritueux à un taux d'imposition élevé.

- Les jeunes sont extrêmement sensibles aux prix. Or, comme la bière est actuellement souvent moins chère que les boissons sucrées sans alcool, ces prix bas font de la bière une boisson attractive pour les jeunes.

Des taux d'imposition élevés entraîneront une baisse de la consommation de bière chez les jeunes. C'est pourquoi il est essentiel d'augmenter de façon importante le taux d'imposition des diverses sortes de bière, en particulier les bières supérieures à 2,5°.

## **L'efficacité d'un impôt élevé est attestée**

Un impôt élevé a fait la preuve de son efficacité. L'évolution de la consommation des alco pops en Suisse en est un exemple. Après l'augmentation de 300 pour cent de l'impôt sur ces boissons qui a ainsi passé, le 1<sup>er</sup> février 2004, de 45 centimes à Fr. 1,80 au minimum, leur consommation a fortement diminué. Auparavant, les alco pops étaient la nouvelle boisson favorite des jeunes filles de 15 et 16 ans en particulier. En même temps, la régression de la consommation d'alco pops n'a pas été accompagnée d'une augmentation automatique de la consommation des autres boissons alcooliques.

## **La consommation excessive d'alcool coûte cher à la société**

La consommation d'alcool peut provoquer des maladies physiques et psychiques. L'alcool peut en effet porter atteinte pratiquement à tous les organes humains. Ainsi, l'hypertension est souvent due à une consommation chronique d'alcool. De plus, l'alcool porte préjudice au fœtus. 3.9% des journées de soins dans les hôpitaux suisses et 3.4% des décès sont dus à l'alcool.

- La consommation excessive d'alcool occasionne chaque année un coût total de 6,5 milliards de francs à la charge de la société.

C'est ce qui ressort d'une étude réalisée par l'Institut de recherche économique de l'Université de Neuchâtel (Jeanrenaud, 2003).

## **Réduction de l'impôt pour les brasseries indigènes**

Une très grande partie de la bière normale est commercialisée en Suisse par des fabricants internationaux de boissons. La plupart des petites brasseries artisanales indépendantes se sont spécialisées sur des bières spéciales. Le projet du Conseil fédéral prévoit déjà pour ces brasseries une réduction de l'impôt échelonnée en fonction du volume de la production annuelle et allant jusqu'à 40 pour cent.

La baisse de l'impôt que propose la majorité de la Commission de l'économie et des redevances du Conseil des Etats entraînerait pour la Confédération un manque à gagner de l'ordre de 20 millions de francs par an. Ces millions finiraient dans les caisses des entreprises internationales de boissons.

## **Faire une chose sans négliger les autres**

Par le biais du porte-monnaie, un impôt élevé de la bière a pour but de rendre plus difficile l'initiation des jeunes à une consommation répétée d'alcool. Lorsque le prix d'achat des boissons sucrées est nettement inférieur à celui de la bière, beaucoup de filles et de garçons optent pour une canette de coca plutôt que pour une canette de bière. Un impôt élevé sur la bière permet aux jeunes de mieux résister à la pression du groupe de pairs à choisir la canette de bière.

A côté d'un impôt élevé, la prévention en matière d'alcool comprend d'autres mesures, dont par exemple:

### **Interdictions s'appliquant à la vente**

Selon l'ordonnance sur les denrées alimentaires et divers objets usuels, les boissons alcooliques ne doivent pas être remises aux enfants ni aux jeunes de moins de 16 ans (article 11). En même temps, la loi sur l'alcool interdit la vente de spiritueux et d'alcopops aux enfants et aux jeunes de moins de 18 ans (article 41).

On constate toutefois que ces interdictions ne sont pas toujours appliquées. Des achats tests effectués dans le canton de Zurich ont ainsi montré que des adolescent-e-s de moins de 16 ans pouvaient acheter de la bière, des alcopops, du vin et même de l'alcool fort dans bien des magasins ou s'en faire servir dans plusieurs restaurants.

### **Interdictions s'appliquant à la publicité**

Toute publicité sur des boissons alcooliques s'adressant spécialement aux jeunes de moins de 18 ans est interdite. Elle est notamment interdite:

- a. dans les lieux et lors de manifestations fréquentés principalement par des jeunes;
- b. dans les publications qui s'adressent principalement aux jeunes;
- c. sur les objets utilisés principalement par les jeunes;
- d. sur les objets distribués à titre gratuit aux jeunes.

(Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels, article 11)

Dans la nouvelle loi sur la radio et la télévision cependant, l'interdiction de la publicité pour le vin et la bière a été levée pour les diffuseurs privés. L'interdiction de publicité pour l'ensemble des boissons alcooliques n'est plus applicable qu'aux programmes télévisés proposés par des diffuseurs suisses et étrangers, dont les programmes sont diffusés aux niveaux national ou régional et s'adressent au public suisse (article 10).

### **Programmes de prévention**

Les programmes nationaux de prévention sont fragilisés. Dans le cadre du programme d'économie 03, l'Office fédéral de la santé publique a en effet dû faire face à des restrictions budgétaires de près de 30 millions de francs, dont la majeure partie affecte explicitement la prévention. On peut donc moins que jamais assigner la lutte contre l'alcoolisme aux seuls programmes de prévention de la Confédération amputés d'une partie de leurs moyens.

Une prévention efficace en matière d'alcool passe par un ensemble cohérent de mesures. Si l'on renonce à un impôt élevé sur la bière, on se prive du même coup d'une des mesures de prévention les plus efficaces. Négliger la protection de la jeunesse et de la santé peut coûter très cher à la société.

Rédaction: Nicolas Broccard, Berne