

BOUE Céline  
CIPRIANO Marion  
COMTE Aude  
FREMONT Anne-Sophie  
KOUITRA Hafida

rendu le 4 avril 2005

<p style="text-align: center;"><b>LE JUSTE PRIX DES ALIMENTS</b> ou le prix à payer pour bien manger...</p>
---

Tuteur : RASTOIN Jean-Louis

### **Résumé**

Alors que les dépenses pour l'alimentation diminuent en part relative dans le budget des ménages depuis plusieurs décennies, on assiste à une augmentation impressionnante des maladies liées à un mauvais régime alimentaire. Un sondage que nous avons réalisé montre pourtant que les consommateurs sont conscients de l'impact de leur alimentation sur leur santé. Une alimentation de meilleure qualité semble donc nécessaire. Sachant qu'un consommateur regarde en priorité le prix des aliments, modifier celui-ci influencera ses achats. Une proposition de l'OMS, approuvée pas le Sénat français, serait de taxer les produits trop gras, sucrés, salés. Cette taxe pourrait être redistribuée pour le développement de programmes de santé, ou aux différents acteurs de la filière agroalimentaire afin d'encourager une production de qualité. Cette idée est cependant très controversée, par les consommateurs, qui y voient une taxe supplémentaire, entravant leur liberté à choisir sa manière de s'alimenter, et par les industriels pouvant être pénalisés dans leur production.

## Introduction

Depuis 1950, on constate d'importants changements dans le comportement alimentaire des Français et des habitants des pays développés en général : les repas de famille à heures régulières ont tendance à se faire de plus en plus rares au profit du fast-food et du grignotage entre les repas, quand des repas entiers ne sont pas supprimés. Ces phénomènes s'accompagnent d'une surconsommation en lipides, sucres, sels....

Parallèlement à cela, on note une baisse constante de la part du budget des ménages allouée à la nourriture, qui passe de 33% en 1960 à 18% en 2000. D'un autre côté, les dépenses de santé, qui représentaient 6% des dépenses des ménages en 1960, en représentaient 13% en 2000. (d'après Rastoin JL (7)).

Ces changements de comportement alimentaire ainsi que le trop peu d'exercice physique provoquent en effet le développement de maladies chroniques non transmissibles comme l'obésité, le diabète de type 2 (ie non insulinodépendant), les maladies cardio-vasculaires, les cancers du tube digestif. L'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) en vient maintenant à qualifier l'obésité d'épidémie.

Ce phénomène est particulièrement développé aux Etats-Unis, où 64% de la population est en surpoids ou obèse, selon les Centres de contrôle et de prévention des maladies (CDC) qui fondent leur chiffre publié en 2003 sur des statistiques arrêtées en 1999 (1). On y recense de plus 300 000 morts par an à cause de l'obésité. En France et en Europe, on observe (bien qu'avec quelques années de décalage) la même évolution. En France, 16% des adolescents sont en surpoids, et ce pourcentage est en constante hausse.

La recrudescence de ces maladies entraîne l'augmentation des dépenses de santé ainsi qu'un malaise social. En France, on estime à 10 milliards d'euro les dépenses liées au traitement de l'obésité et des maladies associées. Aux Etats-Unis, le département de la Santé estime le coût économique direct et indirect de l'obésité, dû aux maladies qu'elle favorise (maladies cardio-vasculaires, diabète, cancer), à 120 milliards de dollars par an en 2003 (1).

Le problème est d'autant plus complexe que le nombre d'acteurs est important. Les premiers concernés sont le ministère de la santé, ainsi que les organismes publics de santé (Sécurité Sociale en France, National Health Service au Royaume-Uni...). Mais les maladies citées étant dues à une mauvaise alimentation, c'est également toute la filière agroalimentaire et ses acteurs qui sont concernée (sans oublier les consommateurs). De nombreux autres groupes de personnes sont aussi impliqués, nous pouvons citer le corps médical, les organismes publics chargés des politiques sur l'alimentation, l'agriculture, le sport, l'éducation, les média...

Cette multitude d'acteurs rend le problème délicat à traiter, les différents acteurs n'ayant forcément pas les mêmes intérêts.

Afin de réduire les maladies liées à une mauvaise alimentation, il faudrait diminuer la consommation d'aliments trop riches en sucres (boissons gazeuses aromatisées...), en graisses (hamburgers...) et autres substances en quantités nocives pour la santé. On peut pour cela agir sur l'ensemble de la filière agroalimentaire afin de favoriser le développement de produits « sains », ou alors jouer sur le comportement des consommateurs. Ce dernier est fortement déterminé par le prix des aliments qui constitue ainsi une bonne variable d'action pour modifier leur comportement alimentaire.

Nous allons tout d'abord étudier les motivations du consommateur pour l'achat d'un produit : prix, perception de la qualité, influence sur la santé etc. Ceci nous amènera à nous interroger sur la formation d'un prix alimentaire au sein de la filière agroalimentaire. Enfin, nous discuterons des différentes solutions proposées afin de réduire les problèmes de santé publique liés à l'alimentation.

## **Première partie : Comportement du consommateur face à l'offre alimentaire (santé, prix, qualité) et évolution des prix**

### Le comportement alimentaire des consommateurs est complexe

Le consommateur recherche principalement le prix le plus bas avec, selon différents facteurs, une place plus importante pour la qualité. La plupart recherche le meilleur rapport qualité/prix. Cependant, à côté de cette tendance générale, de nombreux paramètres entrent en compte.

Tout d'abord, la classe socio-politique et le budget alloué à la nourriture restreignent parfois le choix. En effet, une personne ayant des difficultés d'argent accordera beaucoup d'importance au prix,

privilégiant en général des produits de moins bonne qualité en comparaison avec ceux qu'achètera une personne aisée qui peut se permettre de se soucier un peu plus de la qualité. Cependant, on peut même arriver à des aberrations : pour certains, un prix élevé devient gage de qualité. Par conséquent certains vendeurs n'hésitent pas à augmenter le prix de leur produit tels que les boissons alcoolisées pour que l'acheteur y voit un gage de qualité et achète plutôt leur produit. Cela se fait surtout sur des produits demandant beaucoup de main d'œuvre ou un grand savoir faire.

Au facteur principal que nous avons évoqué, c'est à dire le rapport qualité/prix, peuvent se rajouter des différences dues à l'âge ou aux convictions de chacun. Ces différences se traduisent par une orientation vers certains produits.

Afin de mieux comprendre les motivations des consommateurs, nous avons réalisé une petite enquête sous forme de questionnaire orienté vers le prix des différents aliments et leurs impact sur la santé.

106 personnes du campus de l'INRA-ENSAM ont répondu à ce questionnaire dont une grande majorité d'étudiants (68%). On peut voir nettement que le consommateur juge le prix des aliments non transformés juste (+ de 67%) alors qu'il juge trop cher les aliments transformés (71%). D'autre part, les particularités des produits pour lesquelles le consommateur est prêt à payer plus cher sont principalement l'origine du produit et son mode de fabrication (+ de 50% pour des produits issus de l'agriculture biologique ou répondant à des normes de traçabilité), la praticité et l'originalité viennent ensuite avec environ 23%.

Des études à plus grande échelle confirment également ces orientations ainsi que d'autres particularités recherchées (14). On peut citer les produits allégés ou les produits misant sur la praticité et la rapidité qui sont adaptés à un certain mode de vie. 25% des Français achètent régulièrement de produits allégés. Cette consommation n'est associée à un régime alimentaire pour excès de poids que pour la moitié d'entre eux. Les produits allégés s'installent dans les habitudes de consommation des Français.

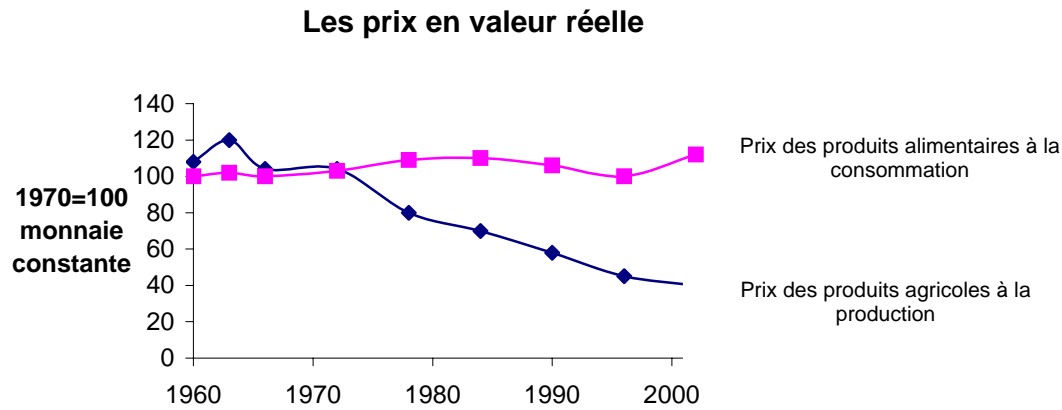
D'autres personnes privilégient les « produits bio » par intérêts environnementaux ou de santé. Plus d'un Français sur trois (44%) en a consommé régulièrement en 2004 contre 37% en 2003. Ces denrées ont une image positive auprès de la plupart des Français (84%). Ils apprécient particulièrement des produits « sains et naturels », « cultivés de façon naturelle », « sans produits chimiques ». La consommation de ces produits a significativement augmenté, 42% des personnes interrogées déclarant avoir acheté des aliments bio au cours des quatre dernières semaines contre 33% en 2003 à la même période. Selon différentes études menées en France, la santé est la principale motivation des acheteurs suivie par la qualité gustative puis les préoccupations environnementales. Dans le questionnaire que nous avons élaboré, on peut remarquer que 100% des personnes interrogées sont conscientes de l'impact de l'alimentation sur notre santé alors que seulement 41% d'entre eux sont très influencés par la composition du produit lors de l'achat, 45% sont peu influencés et 14% y sont indifférents ! De plus, le consentement à payer plus cher pour des aliments dits « bon pour la santé » reste limité : moins de 5% sont prêts à payer plus de 10% en plus, environ 62% sont prêts à payer entre 1 et 10% en plus et 31% ne sont pas prêts à payer 1% en plus. Cet intérêt pour la santé peut également se traduire par une orientation plus particulière vers les produits de terroirs répondant aux normes de traçabilité de peur des poisons modernes. Il semble que le consommateur ait besoin d'être rassuré. Paradoxalement il semble aussi qu'il soit devenu infidèle d'où une place non négligeable pour l'innovation et la variété pouvant ainsi régler ces problèmes. Dans ces orientations particulières on peut signaler le rôle prépondérant de la publicité (l'agroalimentaire est le plus gros annonceur multimédia) qui incite à l'achat d'un produit nouveau en le promouvant de manière attractive et ce en sortant les arguments de la praticité et de l'authenticité à la fois. Toutes ces tendances se traduisent par des investissements différents et sont souvent accompagnées de prix élevés.

Etant le dernier maillon de la chaîne agroalimentaire, le consommateur a un rôle très important dans la fixation du prix des aliments dans la mesure où il fait le choix d'acheter ou non un produit. En effet si un produit ne lui convient pas, pour n'importe quelle raison, il ne l'achètera pas. Si ce comportement se retrouve chez un grand nombre de consommateurs, l'agriculteur (dans le cas d'une vente directe) ou les industriels auront intérêt à revoir leur système de production et leur offre de produits sous peine de faillite. Au contraire, si un produit est très sollicité par les consommateurs, les acteurs pourront augmenter le prix sans forcément en diminuer la consommation, ce qui est d'autant plus vrai pour les produits rares difficilement trouvables sur le marché.

On a vu que le comportement du consommateur était complexe et qu'il était difficile de faire des généralités sur les habitudes alimentaires de celui-ci puisqu'une multitude de facteurs entrent en

compte. Malgré cela, des tendances se font sentir et on peut conclure que les consommateurs sont conscients de l'importance de l'alimentation sur la santé sans pour autant être très regardant sur la composition de celle-ci. Ils croient globalement que les aliments sont de plus en plus chers. Qu'en est-il vraiment de l'évolution des prix depuis les trente dernières années?

### Evolution du prix des aliments



D'après Bourgeois L, Patry O, Pouch T, *L'Agriculture en chiffre*, novembre 2004 (2)

Les prix des aliments augmentent légèrement en valeur réelle alors que les prix des produits agricoles ont baissé de moitié depuis vingt-cinq ans (2). En effet, les évolutions de longue période sont très claires ; d'après l'INSEE alors que dans les années 70 l'évolution du prix des produits agricoles à la production étaient confondus avec l'évolution du prix des produits alimentaires à la consommation, aujourd'hui, la différence est nette et ce en défaveur des prix agricoles à la production. Cette forte divergence n'a pas toujours été perçue de façon aussi caricaturale par les acteurs concernés. Dans les années 70 par exemple, les prix des produits agricoles ont augmenté en monnaie courante mais comme il y avait une forte inflation, cela se traduisait par une importante baisse des prix en valeur réelle.

Depuis la réforme de la PAC en 1992 corrélée avec l'allongement de la filière (plus d'industries et de services), à l'inverse, les prix agricoles à la production ont diminué en monnaie courante pour de nombreux produits. Mais puisque l'inflation a fortement diminué cela n'a pas provoqué un rythme de baisse des prix en valeur réelle mais au contraire leur stabilisation voire leur augmentation ce qui n'a pas avantagé les consommateurs. On assiste même depuis quelques années à une hausse des prix des produits alimentaires plus rapide que la moyenne de l'ensemble des produits sur le marché. Ainsi, il est clair que la part du produit agricole dans le prix du produit final a tendance à régresser. Le secteur agricole se trouve très touché par cette évolution des prix. Nous le verrons en explicitant la distribution des parts du prix d'un aliment acheté entre les différents acteurs de la filière agroalimentaire. Nous chercherons à présenter la filière agroalimentaire en détaillant les différents acteurs ainsi que leurs rôles respectifs et leurs interactions éventuelles afin d'expliquer l'évolution de la baisse des prix à la production mais surtout l'augmentation des prix alimentaires à la consommation.

## **Deuxième partie : Les acteurs du système agroalimentaire et leurs interactions dans la formation d'un prix**

« Le système agroalimentaire peut être défini d'une part comme l'ensemble des flux de biens et services concourant à la satisfaction des besoins alimentaires d'un groupe de consommateurs dans un espace géographique donnée, d'autre part comme un réseau interdépendant d'acteurs (entreprise, institution financière, organisation publique, consommateurs) portant les-dits flux. »(8)

## Les acteurs de la filière

### *Les agriculteurs*

Le revenu agricole moyen par actif en France a fortement diminué (-3.7%) en 2004 en dépit de récoltes abondantes et de bonne qualité. Depuis la sécheresse de l'été 2003, les volumes des productions végétales ont fortement augmenté. Mais les prix auxquels les agriculteurs français vendent leurs produits fléchissent sous la pression des groupes alimentaires. L'explication réside dans le fait que de volumineuses récoltes, sur lesquelles sont théoriquement calculés les prix, ne sont pas forcément synonymes de ventes importantes dans la même année.

Des prix justes pour les produits agricoles doivent être accessibles aux consommateurs et rémunérateurs pour les producteurs. Ces prix doivent refléter les coûts d'exploitation mais également les coûts réels dus au respect de l'environnement et des normes de qualité en vigueur. L'un des principes sur lequel la PAC se fonde est la solidarité des consommateurs avec les producteurs ; c'est-à-dire un prix intégrant les coûts réels et permettant aux producteurs de vivre de la vente de leurs produits et non des seules subventions. Les agriculteurs réagissent à la demande du marché s'ils sont assurés que celle-ci ne sera pas indûment bouleversée par des interventions des pouvoirs publics qui interfèrent avec les schémas normaux de l'offre et de la demande.

Les coûts augmentent pour les agriculteurs : hausse des matières premières (céréales..) résultant de la faiblesse des récoltes 2003 et flambée des cours du pétrole qui alourdit la facture énergétique des agriculteurs.

Dans les pays développés, beaucoup d'agriculteurs se soucient moins de satisfaire les besoins des consommateurs que de répondre aux demandes des transformateurs. Il existe ainsi une tendance de plus en plus nette à la conclusion de contrats directs entre les exploitants et les transformateurs ou les négociants. Ces contrats directs limitent la liberté du producteur d'exploiter la demande du marché en échange de prix et de volumes de vente garantis. La production agricole émane d'un secteur généralement considéré comme « atomisé » (les prix sont administrés par la PAC mais cela tend à diminuer), alors qu'en aval, on assiste à un mouvement de concentration au sein des industries de transformation et de distribution.

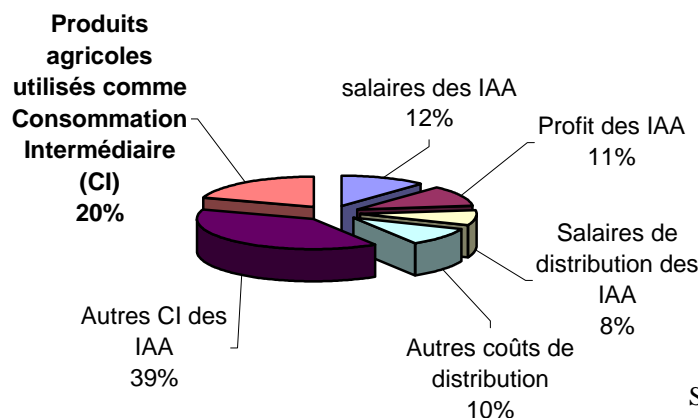
### *Les industries agroalimentaires (IAA)*

L'IAA est une activité de transformation des matières premières et de biotechnologie des produits alimentaires. C'est le premier secteur de l'industrie mondiale.

Cet acteur est très puissant car on estime que 90 % des produits agricoles sont transformés avant d'être vendus au consommateur (7). Cette évolution est basée sur l'industrialisation des modèles de consommation qui entraîne une forte augmentation de la consommation des produits agro-industriels au détriment des produits frais.

Un examen (5) au niveau agrégé des corrélations entre les prix à la production des produits agricoles et les prix de consommations des produits agroalimentaires révèle que l'impact des fluctuations des produits agricoles sur les prix payés par les consommateurs est très atténué. Cela s'explique par le fait que les prix agricoles ont une faible influence sur les prix alimentaires du fait de la faible part des consommations intermédiaires agricoles. En effet celles-ci ne représentent plus que 20 % du prix final comme nous le montre ce graphique.

Formation du prix à la consommation des produits agroalimentaires transformés



Source : Anna Lipchitz  
d'après l'INSEE, 2005 (5)

Ainsi, une diminution des prix agricoles réduirait le coût de production relatif aux produits agricoles utilisés comme consommation intermédiaire. En second lieu, le coût des consommations intermédiaires provenant des IAA diminuerait aussi. Une diminution de 10% des produits agricoles permettrait de ne diminuer que de 2.3% les prix à la consommation, (2% dû à la diminution du coût direct des produits agricoles et 0.3% provenant d'une baisse des prix des IAA intermédiaires). Cependant, il est à noter que l'ampleur de la transmission des prix agricoles aux prix alimentaires dépend fortement du secteur concerné. Elle est élevée dans le secteur de la volaille et des fruits et légumes, mais plutôt faible pour les viandes bovines, porcines et le lait.

De plus, les grandes firmes multinationales sont dotées d'une vision stratégique qui leur permet de mieux résister à la pression de la Grande Distribution (GD), alors que les PME (Petites et Moyennes Entreprises), les TPE (Très Petites Entreprises) et les exploitations agricoles sont dans l'incapacité d'anticiper les évolutions du marché et de développer des actions collectives (9).

La GD, en situation d'hyper concurrence pour les prix, contraint fortement les IAA et ceci se répercute tout au long de la chaîne. L'objectif est donc de réduire les coûts via deux méthodes :

1. La diminution des coûts fixes unitaires.
2. La maîtrise des coûts variables par l'abaissement du coût d'achat des matières premières et des autres consommations intermédiaires.

### *La Grande Distribution*

L'acteur dominant de la filière agroalimentaire est la Grande Distribution (GD) majoritairement composée de groupes appartenant à des multinationales ce qui fait de ces entreprises des acteurs puissants.

Le concept de la grande surface est une idée consécutive à l'urbanisation de plus en plus importante dans les années d'après guerre (aujourd'hui en France, 75 % de la population est urbaine !) répondant ainsi à une forte demande de produits frais et transformés en pleine ville! Aujourd'hui, en Europe, la GD contrôle 50% à 90% du commerce de détail, ce qui témoigne de sa puissance (9).

La GD a plusieurs effets en amont de la filière, elle induit le schéma productif (automatisation, informatisation en vue d'un gain de productivité) ainsi que la normalisation des produits (contrôle qualité), modèles économiques devenus incontournables dans le milieu commercial.

La GD a ainsi amélioré la compétitivité de la filière tout en profitant de celle-ci pour améliorer ses bénéfices. Comment cet acteur fixe-t-il ses prix de vente?

Les bénéfices sont principalement dus à deux marges (10):

- Marge Avant : le commerçant achète un produit à un prix P et le revend à un prix  $P(1+X\%)$ . X correspond à la marge empochée par la GD, c'est le principe même du commerce.
- Marge Arrière : Concept inventé par les grands distributeurs français et qui se trouve aujourd'hui au cœur de toutes les controverses. La marge arrière est constituée de budgets reversés par les fournisseurs aux grands distributeurs généralement en fin d'année. Ces budgets ont théoriquement pour raison d'être une rémunération par le fournisseur de la dynamique commerciale que lui apporte l'enseigne ; ces budgets sont sensés répondre à des progressions de chiffres d'affaire, des opérations promotionnelles conjointes et de la mise en valeur en rayon...

Afin d'être compétitifs et de répondre à la concurrence, les grandes enseignes avaient tendance à faire baisser leurs prix d'achats contraignant ainsi les producteurs (dans le cas de fruits et légumes frais) à vendre à des prix peu, voire pas du tout rentables. Mais l'accord du 17 Juin 2004 a mis en place un système de plafonnement des marges qui assure un gain minimum aux producteurs.

Le dernier acteur et non des moindres est l'Etat qui joue un rôle à tous les niveaux de la filière. Il donne des subventions aux agriculteurs, impose des normes aux IAA et à la GD. Mais économiquement parlant, ce qui interfère avec le prix des aliments, c'est la TVA (19.6%) directement reversée à l'état.

### La distribution des marges au sein de la filière

Nous avons tiré le tableau suivant décrivant les différentes marges destinées aux différents acteurs de la filière agroalimentaire du Projet « Système alimentaire Mondial » présenté par Jean-Louis Rastoin (9). Il est basé sur une estimation de la répartition du prix final des biens agroalimentaires entre les différents *stakeholders* du système alimentaire à partir du tableau d'entrées-sorties de la comptabilité nationale.

#### Composition du prix final des produits des IAA – France – 1993 et 2000

Acteurs	1993	2000	Agrégation
Agriculteurs	24%	20%	
Industries hors IAA (emballages,,)	8%	9%	
Tertiaire (pub, transport,,)	10%	13%	Complexe de production alimentaire (agriculture+IAA): 1993=49% 2000=42%
IAA	25%	22%	Industrie: 1993=8% 2000=9%
Distributeurs	23%	22%	Services: 1993=44% 2000=49%
Etat (impôts et taxes nets de subventions)	11%	14%	

Source : JLR d'après INSEE, Comptes de la Nation, 2003

Ce tableau nous montre que la part du produit agricole dans le prix final a diminué depuis 1993 tandis que la part des industries hors IAA est globalement stable. De plus, la marge revenant à la GD est légèrement inférieure à celle des IAA en 1993, elles sont même égales en 2000. Le plus surprenant, c'est la progression de 3 points de la marge attribuée au secteur tertiaire de plus en plus présent dans le domaine agroalimentaire. Ce secteur est principalement représenté par la publicité, devenue incontournable pour vendre un produit, mais aussi par le transport.

La troisième colonne du tableau nous permet de nous rendre compte que les acteurs 'touchant' directement l'aliment (Agriculteurs+IAA) prennent 42% en 2000 du prix final tandis que les autres acteurs, qui sont des périphériques à l'aliment, touchent 58% dont 49% vont directement aux services. Ceci, comparé aux 44% en 1993 témoigne d'une « tertiarisation » du système alimentaire, qui a conduit à un allongement de la filière et donc une baisse des prix à la production.

Nous voyons donc que ces différents acteurs jouent un rôle crucial dans l'élaboration d'un prix, influençant donc les achats des consommateurs et, par conséquent, leur santé. Ils ont donc un rôle à jouer dans les programmes de lutte contre les maladies liées à l'alimentation.

En effet, depuis quelques années, des politiciens ainsi que des nutritionnistes et des économistes réfléchissent à des solutions éventuelles. Celles-ci peuvent être radicales et difficiles à concevoir ce qui crée des controverses au sein du corps des décideurs et des acteurs qui sont directement touchés par les mesures proposées.

### **La fat tax, une solution controversée**

#### La fat tax...

Le problème de santé publique étudié étant principalement dû à une surconsommation de produits gras et sucrés, un certain nombre d'économistes et de nutritionnistes avancent l'idée d'instaurer une taxe sur ces produits. L'OMS et ses membres ont publié un document qui pose les principes d'une lutte intégrée contre l'obésité et les maladies qui en découlent (6). Avec un but clair : « créer les conditions propices à l'application de mesures durables [...] qui, ensemble, réduiront la morbidité et la mortalité liées à une mauvaise alimentation et à la sédentarité ».

En effet, cette taxe permettrait :

- d'inciter les industriels à développer des produits moins riches en sucres, sel et graisse
- d'inciter les consommateurs à acheter des produits plus sains, en attirant leur attention sur ce problème
- d'éviter que les produits gras et sucrés soient moins chers et donc plus attractifs pour les consommateurs que des produits plus sains
- d'utiliser l'argent généré par la taxe pour agir sur différents acteurs. L'argent pourrait permettre premièrement de développer des programmes de santé : campagne de prévention, publicité préconisant une bonne alimentation, suivi des personnes obèses, programme de détection de l'obésité dès l'école primaire, sensibilisation de la population par l'éducation des enfants à l'école en leur faisant faire du sport et en leur expliquant quels sont les besoins du corps etc. Le rapport de l'OMS (6) recommande 30 minutes d'exercice physique régulier et modéré presque tous les jours de la semaine. Un autre projet serait de développer des distributeurs de produits plus sains que ceux proposés actuellement comme des fruits par exemple. Une deuxième possibilité serait de redistribuer ce bénéfice aux agriculteurs sous forme d'aide à la production d'aliment de haute qualité spécifique et à forte traçabilité tel que les « produits de terroirs », « produits issus de l'agriculture biologique », AOC (7) ou alors resserrer les exigences des cahiers des charges des agriculteurs bénéficiant de cette aide afin d'avoir des produits de bonne qualité. Troisièmement, l'argent pourrait être redistribué à tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire afin que chacun mette en place des programmes pour améliorer la qualité et obtenir des produits plus conformes aux recommandations des nutritionnistes.

La politique appliquée pour les produits trop gras et trop sucrés serait alors similaire à celle appliquée actuellement pour le tabac.

La fat tax servirait dans un premier temps à dissuader les consommateurs d'acheter les produits trop chers et donc de les rediriger vers une alimentation plus saine ce qui à long terme amènerait à un changement des habitudes alimentaires. Certes, un ménage dépensera plus pour son alimentation mais ceci sera compensé par une diminution des dépenses pour la santé dans le futur. Cette réorientation nécessite des mesures parallèles telles que l'éducation des plus jeunes afin que la fat tax ne soit plus ressentie comme répressive mais comme naturelle.

#### ...une solution controversée

Cette idée est cependant loin de faire l'unanimité.

Tout d'abord, intervient le problème de définir la limite entre un aliment sain et un aliment à taxer. Ceci est du ressort de l'OMS. De plus, une bonne alimentation est avant tout une alimentation dans laquelle on mange de tout de manière équilibrée. Un produit répondant aux critères de la taxe peut être consommé en quantité raisonnable sans répercussions sur la santé (12).

Les opposants à cette idée avancent le fait que le consommateur est suffisamment responsable pour décider lui-même de ce qui est bon pour lui et que l'on n'a pas à lui dicter son comportement. En effet, une telle mesure peut être perçue comme une restriction des libertés. Il est évident que l'ensemble des citoyens-consommateurs verra d'un très mauvais œil cette décision, et que le gouvernement aura par conséquent du mal à la faire accepter. Le consommateur est déjà sujet à de nombreuses taxes et aura donc du mal à en accepter une supplémentaire, notamment sur un produit aussi commun que la nourriture. D'autres personnes ont avancé l'idée de taxer plutôt la publicité en faveur de ces produits trop gras et trop sucrés. Mc Donald's dépense en effet à lui seul 1,2 milliard de dollars par an en publicité [16], tandis que le gouvernement américain, pourtant premier concerné par le problème d'obésité, a présenté un projet de budget pour 2006 dans lequel les dépenses pour l'ensemble des programmes de santé publique contre les maladies chroniques atteindraient 841 millions de dollars, soit une baisse de 6,4% par rapport à l'année 2005 [17]. Les sommes récoltées grâce à une taxe sur la publicité serviraient là encore à financer des campagnes de santé.

Au Québec, un sondage mené par Léger Marketing (4) montre que 64 % des québécois voudraient que le gouvernement mette des messages d'avertissement sur les produits « obésinogènes » tout comme sur les paquets de cigarette.

Le Canada et la Suède ont adopté une autre stratégie. Ils suppriment des publicités à certains créneaux de la journée tel que avant et après l'école.

De plus, le contexte social entre en jeu puisque la fat tax contribuerait à créer de nouvelles inégalités, les personnes les plus aisées ayant toujours le choix.

Du point de vue des industriels produisant les aliments susceptibles d'être taxés, des répercussions sont à prévoir, notamment une diminution de leurs ventes, ce qui dans le meilleur des cas les inciterait



à revoir la composition de leurs produits en faveur d'autres plus sains. Mais cette réaction les obligerait à repenser l'ensemble de leur système de production, ce qui, économiquement et techniquement est très contraignant et difficilement envisageable. Cependant, on pourrait assister à des réactions plus négatives lourdes de conséquences sociales comme des délocalisations ou des fermetures d'entreprises. L'économie du pays appliquant la taxe sera fortement ébranlée.

De plus, au niveau international, l'instauration de cette taxe dans certains pays et non dans d'autres pourra entraîner des problèmes économiques. En effet, la concurrence deviendrait déloyale et il pourrait y avoir développement de marchés parallèles (ventes illégales).

## Conclusion

Il a été question ici de juste prix des aliments en relation avec la santé publique. Ceci dit, le problème est beaucoup plus complexe. Un prix peut sembler juste pour certaines personnes et non pour d'autres, dans un certain contexte et pas dans un autre et surtout selon les intérêts de chacun.

Qualifiée d'« épidémie mondiale », l'obésité doit être combattue, quelque soit la solution retenue. L'idée de la fat tax a pour premier objectif de faire changer les habitudes alimentaires des consommateurs. Ce défi est particulièrement dur à relever, car il nécessite une prise de conscience des consommateurs, qui devront ensuite accepter de changer leur comportement. Cette modification des mœurs demande beaucoup de temps. Il faut de plus se rendre compte que cette mesure aurait de larges répercussions sur l'ensemble de l'économie. En effet, si une part plus importante du budget des ménages est allouée à l'alimentation, ce sera au détriment d'autres secteurs tels que l'automobile, les télécommunications, l'informatique etc.

Nous avons principalement traité le cas des pays développés, mais les pays en développement sont également touchés par les maladies liées à une mauvaise alimentation. En effet, les taux d'obésité sont de 34% au Brésil, de 33% en Egypte, de 24,4% au Mexique, de 50% chez les femmes des Caraïbes, et même de 12,1% dans l'Afrique subsaharienne, pourtant sujette aux famines (5). Ce paradoxe s'explique par une modification des habitudes alimentaires, au profit d'une « malbouffe » qui se mondialise, jusqu'à atteindre les bidonvilles de Rio, Dakar ou Calcutta. Par conséquent, les pays les plus pauvres, souffrent en même temps de malnutrition et des maladies graves associées à l'émergence rapide de la nouvelle épidémie d'obésité. Pour ces pays, l'alternative de la surtaxe des aliments « mauvais pour la santé » ne semble pas du tout adaptée, car une part très importante de leur budget est déjà allouée à la nourriture. Il faut donc trouver d'autres solutions pour ces pays.

## Bibliographie

1. Barollier Pascal *Surpoids et obésité changent le visage de l'Amérique*, Agence France-Presse, Washington <http://www.cyberpresse.ca/actuel/article/1,4230,4909,122003,525153.shtml>
2. Bourgeois L, Patry O, Pouch T, *L'Agriculture en chiffre*, novembre 2004
- 3 Joly Pierre benoît et Marris Claire, *Que voulons-nous manger ? Les Etats Généraux de l'alimentation : enseignement d'une expérience de mise en débat publique des politiques alimentaires*, Juillet 2002 [www.inra.fr/Internet/Directions/SED/science-gouvernance/pub/EGA-Rapport.pdf](http://www.inra.fr/Internet/Directions/SED/science-gouvernance/pub/EGA-Rapport.pdf) :
- 4 Le devoir/Léger marketing, rapport sur la *Perception des Québécoises et Québécois à l'égard de l'obésité*, avril 2004, 6 pages, <http://www.legermarketing.com/documents/spclm/040423fr.pdf>
- 5 Lipchitz Anna, *Prix à la production et à la consommation dans le secteur agroalimentaire*, Diagnostics prévisions et analyses économiques, sous la Direction générale du Trésor et de la Politique Economique, janvier 2005, n°59
- 6 OMS, 57<sup>ème</sup> assemblée mondiale de la santé à Genève, *stratégie mondiale pour l'alimentation, l'exercice physique et la santé*, mai 2002, [http://www.who.int/gb/ebwha/pdf\\_files/WHA55/fa5550.pdf](http://www.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA55/fa5550.pdf)
- 7 Rastoin J-L, *Projet de Loi de Modernisation agricole*, Agro.Montpellier / UMR Moisa, 2004, 6 pages
- 8 Rastoin J-L, *Entreprises et systèmes alimentaires*, Agropolis et ENSAM, avril 1993
- 9 Rastoin JL, *Projet « Système Alimentaire Mondial »*, Académie d'agriculture de France, Décembre 2004
- 10 William P, *Note de synthèse sur la Grande Distribution*, Les dossiers du Net, Décembre 2002, [http://www.dossiersdunet.com/imprimersans.php3?id\\_article=259](http://www.dossiersdunet.com/imprimersans.php3?id_article=259)

- 11 *Prix des fruits et légumes*, DGCCRF, Août 2004,  
[http://www.finances.gouv.fr/DGCCRF/03\\_publications/com\\_ddp/fr](http://www.finances.gouv.fr/DGCCRF/03_publications/com_ddp/fr)
- 12 [www.sante.gouv.fr](http://www.sante.gouv.fr)
- 13 [www.escp-eap.net/conferences/marketing.pdf](http://www.escp-eap.net/conferences/marketing.pdf)
- 14 [www.tns-sofres.com](http://www.tns-sofres.com)
- 15 [www.cspinet.org](http://www.cspinet.org) *Policy Options to promote nutrition and activity*, Center for Science in the Public Interest
- 16 [http://www.doctissimo.fr/html/nutrition/mag\\_2004/mag0625/nu\\_7865\\_itv\\_macdo\\_spurlock\\_03.htm](http://www.doctissimo.fr/html/nutrition/mag_2004/mag0625/nu_7865_itv_macdo_spurlock_03.htm)  
interview de Morgan Spurlock, auteur du film "Super Size Me"
- 17 <http://www.laviefinanciere.com/default.asp?DeplD=9587667&page=AffActu> : article du 05/02/05,  
*Bush va présenter lundi un projet de budget 2006 serré, sauf pour la défense*