



## Les buralistes font encore parler d'eux...

Rubrique : actualités - Date : mardi 2 décembre 2003

Dans son éditorial du Figaro Entreprises, Laurent Guez s'adresse aux débiteurs de tabac dont il affirme comprendre les difficultés, et il leur dit « vous avez réussi avec vos modestes moyens une campagne de lobbying d'une redoutable efficacité, un coup fumant ». Assurant que les félicitations qu'il leur adresse sont dénuées d'ironie, il ajoute « véritablement vous êtes très fort, tant pis pour la lutte contre le cancer, tant pis (&) si une hausse de 10% provoque une baisse de consommation de 3%. Vous avez su tirer profit de votre position de collecteur d'impôt. Et de votre influence supposée sur l'opinion ». Précisant que toutefois ce dernier point le « laisse rêveur », il imagine cet échange entre un buraliste et sa cliente « Madame au fait ne votez plus pour l'UMP » - « Merci Monsieur la prochaine fois je voterai à gauche ». Et de commenter « Absurde non ? Et pourtant ça a marché la majorité a eu peur de vous ».

De l'effet des taxes sur le tabac

« Pas de fumée sans fric » c'est le propos d'Esther Duflo, économiste, dans la rubrique Rebonds de Libération de lundi. Evoquant « l'argument traditionnel » selon lequel fumeurs, tabagisme passif et tabagisme des femmes enceintes représentent un coût pour la société (1,35 euros d'euro par paquet selon les études) soit moins que la taxation du tabac (3,6 euros), l'auteur note de plus qu'en raison de leur mort prématurée les fumeurs font faire des économies au système de retraite et à la sécurité sociale. Soulignant que les opposants à la hausse du prix du tabac font remarquer qu'il s'agit surtout d'une source de revenus pour l'Etat et que débiteurs et fabricants évoquent l'argument de la contrebande, l'économiste n'accorde de valeur à leurs arguments que si l'objet de la taxation est d'être source de revenu. Selon elle, « si les fumeurs étaient parfaitement rationnels le gouvernement (&) se devrait de laisser chacun décider pour lui-même, sans manipuler les prix ». Suit une analyse de la décision de fumer, avec comme point de départ le plaisir et comme ligne d'horizon la difficulté d'arrêter. L'économiste qui évoque une étude américaine montrant que « les gens au profil de fumeurs se montrent plus heureux (et ont moins de chance de fumer) quand le prix des cigarettes augmente », souligne que « l'argument a encore plus de poids si les fumeurs ne sont pas complètement conscients de ce phénomène » ainsi les jeunes qui « ont tendance à sous estimer la difficulté d'arrêter de fumer ». Pour elle cependant, la taxation « est loin d'être le seul instrument », la subvention des substituts nicotiques et l'interdiction de fumer dans les lieux publics pour les moins de 16 ans sont « le premier pas » car toutes ces mesures ont donné des résultats aux Etats-Unis. Dernière suggestion de l'auteur, pour faire des buralistes « les alliés objectifs de la lutte contre le tabagisme chez les jeunes », « le gouvernement devrait avoir le courage de les subventionner directement ».

Portrait

Dans Marianne un portrait d'Yves Bur, député UMP du Bas Rhin, « l'urgentiste des bars tabacs » chargé par JP Raffarin « d'éteindre l'incendie politique allumé par les débiteurs ». Il dit « j'ai le sentiment que les fabricants ont laissé pourrir la situation pour exaspérer les débiteurs et aveugler le gouvernement ». Précisant que les industriels qui d'habitude répercutent les hausses sur les marques les plus vendues « acceptent aujourd'hui de répartir la hausse sur la totalité de leurs produits pour rendre la pilule moins amère », l'hebdo commente « les fabricants ont gagné la bataille : le tabac n'augmentera plus pendant quatre ans. De là à penser que les débiteurs ont été manipulés & ».

### Points poste

D'après le Figaro magazine le syndicat Unsa - Postes « s'apprête à mobiliser ses troupes » pour s'opposer au « cadeau » fait aux buralistes de devenir des « antenne ponctuelles de la Poste ».

### Avertissements sanitaires sur les paquets

Dans son Journal du mois publié dans le Journal du Dimanche Philippe Sollers observe que « très vite les publicitaires ont compris ce qu'ils pouvaient tirer des inscriptions phobiques qu'on peut lire sur les paquets de cigarettes ». « Et voilà » dit-il « comment cent cartons à liseré noir s'épanouissent dans les journaux ». Il envisage pour sa part de publier sous cette forme qu' « arrêter de lire réduit les risques de maladie nerveuse et de déviations sexuelles ». « Et pourquoi pas carrément « Penser tue » ».