



Panorama de presse sur les nouveaux prix de cigarettes

Rubrique : actualités - Date : lundi 27 septembre 2004

L'AFP signale que les nouveaux prix du tabac sont paru vendredi au JO ainsi que le décret instaurant un prix plancher de 0,222 euro par cigarette. L'agence qui évoque le lancement de paquets de 19, 24 et 29 cigarettes, souligne que globalement la plupart des prix des grandes marques en paquet de 20 restent inchangés mais que qu'Altadis, BAT et Altria ont choisi d'abaisser au prix plancher leurs paquets de 25 cigarettes alors que plusieurs marques en paquets de 20 qui étaient en dessous du plancher ont été relevées. D'après l'agence, la stabilité des prix s'explique par la chute actuelle des ventes (-25% sur les sept premiers mois de 2004) qui décourage les fabricants d'augmenter leurs tarifs et au contraire déclenche une guerre des prix qui les pousse à s'aligner sur le nouveau prix plancher.

Le Parisien de samedi observe que « les paquets de 19 cigarettes se multiplient ». Précisant que désormais huit marques au lieu de cinq proposeront ce type de paquets et que certains supprimeront leurs paquets de 20 une fois que ceux-ci seront écoulés, le quotidien estime que les paquets de 19 devraient prendre une place de plus en plus importante dans les rayonnages. Evoquant les paquets de 25 ou de 29 abaissés au prix plancher, le journal remarque que néanmoins les buralistes ne croient pas que la baisse des ventes sera enrayée. Dans un encart, René Le Pape président de la confédération des débitants de tabac, proteste contre les achats transfrontaliers » et souhaite que le passage en douane soit limité à « une ou deux cartouches ». Il affirme que le ministre de la santé est favorable à cette mesure de même que les douanes.

Les Echos de lundi note que « Les industriels repositionnent les prix des cigarettes » et que « certains fumeurs n'en croiront pas leurs yeux : les prix de certains paquets baissent à partir d'aujourd'hui ». Expliquant qu'il s'agit d'un « repositionnement », le journal souligne qu'en fait « la régulation des prix (&) laisse peu de marges de manSuvres et de créativité aux fabricants pour essayer d'enrayer un marché en chute de 25% en volume ».

estime en brève que « les groupes se livrent à une guerre des prix » .