



Espagne : le tabac part en guerre

Rubrique : actualités - Date : lundi 30 janvier 2006

LIBERATION qui rappelle que la loi antitabac entrée en vigueur en Espagne interdit notamment la vente de cigarettes ailleurs que chez les buralistes, souligne que cette interdiction vise particulièrement les « ventas » enseignes disséminées le long de la frontière qui proposent des cartouches de cigarettes à prix cassés. Affirmant que les « ventas » font de la résistance, le journal cite la propriétaire de l'un de ces magasins « le tabac représente 55% de notre chiffre d'affaire (&) On constate que la fréquentation est en baisse » et elle précise « Nous avons obtenu un délai de trois mois pour écouler nos stocks. Nous espérons que cela nous laissera le temps de négocier une loi d'exception pour les frontaliers ». Des acheteurs français affirment pour leur part « On vient faire le plein environ une fois par trimestre et on prend commande pour la famille et tous les copains. Si on ne trouve plus notre bonheur ici, on ira un peu plus loin dans les « tabaccos » réglementaire, ça restera moins cher qu'en France ». Soulignant que « les seuls à se frotter les mains sont évidemment les buralistes français » qui expliquent avoir perdu « 60% » de leur clientèle depuis 2002, le journal relève que 33 bureaux de tabac ont fermé dans les Pyrénées-Atlantiques et que certains buralistes, arrivés à l'âge de la retraite, n'arrivent même plus à vendre leur fonds. Un commerçant français juge que « certaines « ventas (...) ont fait des profits considérables » et qu'il est « normal qu'il y ait un retour de balancier » ajoutant « Il faut que le gouvernement espagnol tienne bon en attendant une harmonisation des prix ».

Espagne - « guerre des prix » de la cigarette

L'AFP affirme que Philip Morris s'est lancé dans la guerre des prix en Espagne en baissant le prix de « sa marque phare » Marlboro alors que le gouvernement venait d'augmenter les taxes. D'après l'agence, le cigarettier a pris tout le monde à contre-pied en baissant certaines de ses marques comme Marlboro et Chesterfield, très vendues dans les distributeurs automatiques et en augmentant Basic et Next, ses marques à bas prix qui ont conquis 45% de parts de marché depuis leur introduction. Soulignant que l'attitude de Philipp Morris a d'autant plus surpris qu'Altadis a adopté une politique inverse en augmentant ses prix, l'agence assure que la contre-attaque de Philipp Morris - dont le prix des marques phares se rapproche désormais de celui des marques à bas prix - a fait chuter lourdement l'action du groupe hispano français à la bourse de Madrid. L'agence qui estime « qu'à travers son coup de poker Philipp Morris a aussi et peut être engagé un bras de fer avec le gouvernement socialiste espagnol », explique que le cigarettier plaide depuis des mois pour l'introduction d'une taxe qui fixerait à deux euros minimum le prix du paquet de cigarettes, une idée défendue par la ministre de la santé et les médecins mais qui n'a pas été retenue par le ministre de l'économie.