



Fiscalité comportementale : le vin va-t-il être taxé en France ?

La fiscalité comportementale est-elle efficace pour régler les problèmes de Santé Publique, notamment en direction des populations vulnérables ?

Quelles conséquences économiques pour la filière vitivinicole : 7,6 milliards d'euros d'excédent commercial en 2012 / plus de 500 000 emplois directs et indirects ?

Quelle conséquence pour l'image du vin? Comment expliquer un paradoxe : le vin, produit noble « Made in France », serait pénalisé pour des raisons de santé dans son propre pays mais promu et exporté à l'étranger?

**Déclaration de Joël Forgeau, Président de Vin & Société :
Fiscalité comportementale le miroir aux alouettes !**

Douce France.... Notre pays est la 1^{ère} destination touristique mondiale avec plus de 81 millions de visiteurs étrangers* accueillis en 2011, un record ! Près de 5 millions d'entre eux en ont profité pour aller à la découverte des vignobles de nos régions et sont repartis naturellement avec quelques précieuses bouteilles de vin, petits concentrés de l'image de la France qu'ils sont fiers de partager en famille ou entre amis à leur retour. Le vin, si désirable à leurs yeux et emblématique de notre culture, est une richesse qu'ils se réapproprient.

Distingué dans le cadre du repas gastronomique à la française reconnu au patrimoine immatériel de l'Humanité par l'Unesco en 2010, le vin s'exporte également, moins que l'aéronautique mais plus que le luxe et la cosmétique, générant 7,6 milliards d'euros d'excédent commercial en 2012.

Prochainement, la Mission d'évaluation et de contrôle de la sécurité sociale (Mecss) du Sénat va réaliser un rapport consacré à la fiscalité comportementale. Objectif affiché : évaluer l'intérêt de recourir à la fiscalité pour influencer les comportements à risque en matière de Santé Publique. Si cette mission devait établir un lien entre santé et taxation, elle stigmatiserait alors l'image du vin, et donc un peu celle de la France... Car enfin, quel message adresserions-nous au-delà de nos frontières ? Et dans l'hexagone ? La France, premier producteur mondial de vin, taxerait chez elle un produit millénaire au motif qu'il est mauvais pour la santé ? Aucune distinction, le vin serait dangereux même dans le cadre d'une consommation mesurée ?

La filière vitivinicole est particulièrement attentive aux enjeux de Santé Publique. Depuis des années déjà, elle s'est engagée en faveur d'une consommation modérée et de plaisir et souhaite un dialogue sincère avec les pouvoirs publics. Il faut en effet mettre des mots sur les maux : on ne peut que regretter les ravages de la consommation excessive et de l'alcoolisme qui nuisent d'abord aux hommes mais aussi à l'image du produit. La taxation est-elle la solution ?

A cet égard, nos voisins européens nous montrent les écueils à éviter : la Suède, le Danemark et la Finlande ont augmenté les taxes sur les boissons alcoolisées mais malheureusement les buveurs excessifs ont été parfaitement insensibles à la hausse du prix. En réalité, celle-ci entraîne même un report de consommation vers des produits de qualité inférieure, illicites ou addictifs. Plus près de nous, l'Angleterre fait cohabiter taxation élevée et binge drinking. Rien de très convaincant. A contrario en Espagne, les boissons alcoolisées sont moins taxées et la consommation per capita y est 20% plus faible qu'en France et en Angleterre.

Le rapport OMS Europe de mars 2012 livre par ailleurs une analyse tout à fait intéressante : toutes les consommations d'alcool n'ont pas les mêmes conséquences. Tout dépend de ce qui est consommé, et de quelle façon. En clair, la question des moments et des lieux de consommation est pointée car lorsqu'on parle de consommation, il faut naturellement prendre en compte le mode de consommation et le niveau d'éducation...

Les Français l'ont bien compris, ils privilégient de plus en plus la qualité à la quantité. Ils boivent moins et mieux avec une consommation occasionnelle et de plaisir : 70% des Français sont des consommateurs occasionnels de vin et 3 Français sur 4 associent le vin à la convivialité et au partage.**

En réalité, la politique de type nordique : taxation forte, disponibilité réduite et restrictions publicitaires ne réduit pas les méfaits d'une consommation excessive. On le voit clairement, l'application de la fiscalité comportementale est en décalage avec l'évolution des modes de consommation de notre pays et taxerait chaque Français dès le premier verre. L'approche sanitaire ne peut donc être traitée sous le seul angle fiscal : injuste pour les consommateurs occasionnels et modérés dont le nombre est en constante augmentation, cette stratégie est inefficace en matière de santé publique.

Pour sa part, la filière vitivinicole est convaincue que seule l'éducation, la valorisation d'une consommation modérée et de plaisir, et surtout la mise en œuvre de programmes ciblés sur les populations vulnérables devraient être des priorités, discutées par toutes les parties prenantes.

Dans le dernier baromètre Ifop « les Français et le vin »**, 89% des personnes interrogées pensaient qu'une nouvelle taxe sur le vin serait motivée par des raisons financières, l'État cherchant de nouvelles recettes dans un contexte économique difficile, contre seulement 11% qui considéraient que ce serait dans un réel objectif de Santé Publique.

Ne lâchons pas la proie pour l'ombre. La filière vitivinicole appelle de ses vœux un véritable espace de concertation et de dialogue !

Joël Forgeau / Président de Vin & Société

<http://www.vinetsociete.fr/>

**Source : Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCI)*

***Source : Baromètre « Les Français et le vin » Ifop 2012*

Contact Presse Vin & Société

Valérie Fuchs

06 62 49 64 85 - 01 43 67 94 38

vafuchs@wanadoo.fr



VIN & SOCIÉTÉ

LE VIN,
ET SI ON EN PRENAIT
TOUTE LA MESURE

A propos de Vin & Société :

Constituée en association de loi 1091 en 2004 et opérationnelle depuis 2007, Vin & Société est l'unique structure qui fédère et représente l'ensemble des acteurs de la filière vitivinicole française : production, négoce et interprofessions. Avec 29 membres, 7 organisations nationales, 22 organisations professionnelles régionales, Vin & Société a pour objectif de transmettre les valeurs du vin, de défendre ses atouts socioéconomiques, d'être un laboratoire d'idées nouvelles pour le vin et de promouvoir une consommation qualitative, conforme aux repères de l'OMS (1 jour d'abstinence par semaine, 2 verres maximum par jour pour une femme, 3 verres maximum par jour pour un homme, 4 verres maximum pour une occasion festive).