



Arbeitsgemeinschaft
Tabakprävention Schweiz

Association suisse pour
la prévention du tabagisme

Associazione svizzera per
la prevenzione del tabagismo



Le vrai prix d'un paquet de cigarettes en Suisse

Fiche d'information

Quel est le prix d'un paquet de cigarettes en Suisse ? Souvent on dit que les cigarettes en Suisse sont chères et citant seulement les plus les plus élevés possibles. Dans cette analyse nous avons voulons démontrer que le vrai prix d'un paquet est bien inférieur aux croyances communes : moins de CHF 7,00.

Le vrai prix d'un paquet de cigarettes en Suisse et le mythe du prix cher

Quel est le prix d'un paquet de cigarettes en Suisse ? La question peut paraître simple, voire banale, et on pourrait s'attendre que la réponse le soit tout autant. Or, il n'en est rien. Pourtant, mieux comprendre quel est le prix réel d'un paquet de cigarette en Suisse est important. Trop souvent, de nombreuses personnes ont l'impression que les cigarettes sont chères, et cela fait le jeu de l'industrie du tabac qui se bat depuis toujours contre toute taxation de ces produits. Une taxation forte et efficace, aiderait beaucoup de personnes à arrêter de fumer, donc moins de ventes, et réduirait les profits d'une industrie qui a les marges bénéficiaires les plus élevées au monde.

Les prix le plus souvent utilisés pour établir des comparaisons sont des prix élevés de marques « premium », mais il ne s'agit pas de prix moyens. De plus, surtout en établissant des comparaisons internationales, les prix devraient encore tenir compte des niveaux de vie et des pouvoirs d'achats. Ces derniers éléments sont particulièrement élevés dans notre pays, rendant les prix réellement pratiqués particulièrement bon marché chez nous.

Estimer le coût d'un paquet de cigarettes en Suisse s'avère bien plus complexe de ce qu'on ne pourrait croire. Le prix se compose de la part qui va au producteur et de la taxation. Dans l'analyse qui suit nous avons essayé de rassembler tous les éléments de réponse à cette question. Notre réponse dans sa version simple est : **le plus souvent moins de CHF 7,00**. Non seulement une marque officielle de Coop porte le nom de son prix, soit « 5,50 », mais les cigarettes achetées dans les aéroports ont des prix moyens autour des CHF 5,00, avec les prix les plus bas à CHF 4,30.

Le « prix de référence » de l'Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières (OFDF)

Depuis des années, l'Office fédéral de la douane et de la sécurité des frontières OFDF (il s'appelait Administration fédérale des douanes (AFD) jusqu'au 31 décembre 2021) utilise une infographie pour illustrer les taux d'imposition des paquets de cigarettes. Comme base de cette infographie elle indique le prix d'un paquet de cigarettes de la « classe de prix la plus vendue ». En 2021, le prix pour un tel paquet, souvent repris comme prix de référence, était de CHF 8,80, alors que l'année précédente le même graphique indiquait CHF 8,60. Pourquoi cette augmentation (rappelons que les taxes sur les cigarettes n'augmentent plus d'un centime depuis 2013, à cause du blocage de la part du parlement) ? Nous ne savons pas à quoi correspond cette « classe de prix la plus vendue ». Cette « classe » correspond à la marque la plus vendue ? Dans ce cas, quelle est la part de marché de cette marque (5%, 10%, 20%) ? Fait-il vraiment de sens de se référer à une marque spécifique ? Pourquoi adopter ce prix de référence

plutôt qu'un prix moyen en nous expliquant clairement la méthode utilisée pour le calculer ? L'OFDF ne nous donne, sur son site, aucune explication sur les raisons de ce choix. Une infographie sympathique est certes utile, mais elle ne suffit pas pour remplacer des explications et des analyses plus complètes.



Image 1 : Part d'impôt sur la « classe » de prix la plus vendue.ⁱ

Si on cherche sur internet, on trouve de nombreux sites de comparaison internationaux qui adoptent le plus souvent comme marque de référence un paquet de Marlboro rouge. Les Marlboro rouge sont une marque dominante et disponible pratiquement dans tous les pays du monde, chose qui en fait le candidat idéal pour une comparaison des prix. Ces cigarettes peuvent coûter en Suisse, selon les villes et les modes d'achats, jusqu'à CHF 9. Or, utiliser ce prix est faux, car il s'agit justement d'un prix maximal, même s'il est souvent indiqué à tort comme prix moyen.ⁱⁱ Il semble en tout cas assez bien correspondre au prix adopté par l'OFDF comme « classe de prix la plus vendue ».

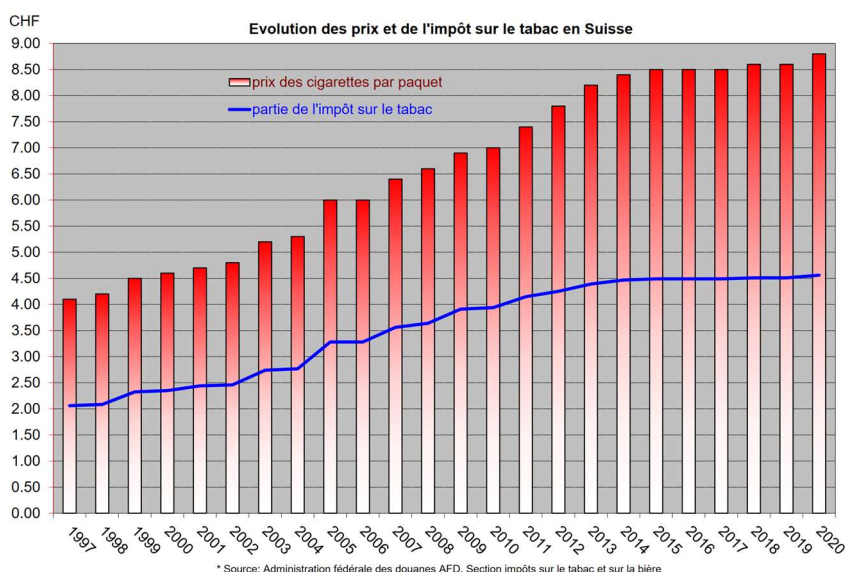


Image 2 : Evolution des prix et de l'impôt sur le tabac en Suisse, Administration fédérale des douanesⁱⁱⁱ

D'après le graphique qui précède, le prix aurait augmenté de CHF 0,60 entre 2013 (année de la dernière augmentation de cts 10 de taxation) et 2020. Cela signifie que cette augmentation de prix a entièrement profité à l'industrie.

En 2020, 9'306 millions de cigarettes ont été vendues, cela équivaut à 465 millions de paquets, car un paquet doit contenir 20 pièces selon la loi. Il s'agit là d'une première augmentation de la quantité de cigarettes vendue depuis plus de dix ans et d'une augmentation de 4% par rapport aux ventes de 2019.^{iv} Si on retient le prix de CHF 8,80, la vente de ces paquets aurait dû dégager une somme de 4'094'640'000 CHF, dont le 51,8% aurait alimenté l'impôt sur le tabac, soit 2'121'024'000, mais l'OFDF déclare ailleurs avoir encaissé 2'031 millions^v, soit 90 millions de francs de moins. Par ailleurs, remarquons encore que l'impôt sur le tabac n'est pas encaissé que sur les cigarettes, mais, même si avec des taux de taxation nettement inférieurs, aussi sur le tabac en vrac, les cigares, les HTP, etc. Il paraît donc clair que le prix moyen de vente est de loin inférieur au prix de référence adopté par l'OFDF.

L'OFDF aurait en main tous les éléments pour calculer un prix moyen. Elle connaît les prix de chaque marque, car les producteurs doivent déclarer le prix pour de chaque produit pour l'année suivante, et elle dispose également des quantités vendues pour chaque marque, car tout cela doit être déclaré afin d'encaisser l'impôt. Si on publie le nombre de chaque marque de voiture vendues en Suisse chaque année, on ne voit pas en quoi publier les quantités exactes vendues pour chaque marque de cigarettes serait préjudiciable aux intérêts commerciaux des industries cigarettières. Mais l'OFDF ne met à disposition aucune de ces données. Ce manque d'informations détaillées ne contribue pas à la transparence du système.

Le 4 novembre 2021, dans un communiqué de presse, l'OFDF souligne que les exportations de cigarettes suisses ont chuté de 53% en volume depuis 2010, passant de 42,5 milliards de pièces en 2010 à 19,9 milliards de pièces en 2020. Avec moins de mise en évidence, le communiqué mentionne également que les importations ont augmenté entre 2010 et 2020 de 15% passant de 838,7 à 966,0 millions de pièces. Or, les exportations correspondent à un transfert d'unités de productions à l'étranger, mais n'ont aucune importance par rapport à la consommation nationale. Cependant, les importations viennent nourrir la consommation locale. Le communiqué précise que c'est surtout l'Allemagne et la Pologne qui ont dominé les marchés d'importation en 2020, avec une part cumulée de 716 millions de cigarettes. Toutefois, nous aimerions savoir quelles marques et types de cigarettes sont ainsi importées, mais ces informations manquent également.^{vi}

Est-ce que les cigarettes suisses sont-elles chères en Suisse et quel devrait être le vrai prix d'un paquet ?

Souvent on entend le refrain des fumeurs se plaignant que les prix d'un paquet en Suisse est cher, très cher ! On se souvient d'un temps « meilleur » quand tout coûtait tellement moins cher. Nous avons tous des souvenirs, plus ou moins précis, qu'autrefois on payait CHF 1 pour une tasse de café, alors qu'aujourd'hui il faut déboursé facilement CHF 4 ou 5. Si en partie il est vrai que les prix, en termes nominales, ont augmenté, cela ne signifie pas pour autant qu'aujourd'hui les produits soient plus chers qu'autrefois en termes réels. Même les non-fumeurs pensent, très à tort, que les cigarettes Suisse sont très chères : une personne non-fumeuse à qui nous avons récemment posé la question hésitait entre CHF 12 et 15.

Il faut aussi prendre en considération le fait que les taxes sur les cigarettes n'augmentent pas en Suisse depuis de nombreuses années. La dernière augmentation ayant eu lieu en 2013, pour une maigre somme de CHF 0,10. Depuis, plus rien, car le parlement a refusé la compétence au Conseil fédéral de les augmenter de nouveau. Il y a eu pourtant des augmentations des prix depuis 2013, comme déjà indiqué, mais qui ont profité uniquement aux fabricants de cigarettes.

Confrontons les prix suisses à ceux d'autres pays. Comme en Suisse, dans aucun autre pays il y a un prix unique de référence, mais c'est pourtant bien avec un prix de référence artificiel qu'il faut procéder, sinon l'analyse serait trop complexe. Ainsi au niveau international, nous sommes pratiquement obligés de faire recours à la Marlboro rouge comme marque de référence. Mais cela n'aboutit en réalité qu'à comparer exactement cela : une seule marque à son prix le plus élevé, et non pas les prix d'ensemble des différents marchés. Pour une démarche plus approfondie, il faudrait inclure aussi un prix moyen, un prix médian, les prix d'entrée du marché, etc. Tout en tenant compte de ces limitations, nous nous plions tout de

même à l'exercice de la Marlboro rouge, première marque à avoir utilisé de l'ammoniac comme additif dès 1965, afin de véhiculer la nicotine de manière plus rapide au cerveau.^{vii}

Ce sont les pays du nord de l'Europe où les cigarettes coutent le plus cher grâce à une fiscalité plus importante.

Pays	Monnaie locale	CHF
UK	12.73 £	16.10
Irlande	15 €	15.64
Norvège	140 kr	14.43
France	10 €	10.90
Pays Bas	8.32 €	8.95
Belgique	8 €	8.60
Finlande	7.8 €	8.40
Suisse ^{viii}	8.10 CHF	8.10
Danemark	55 DKK	7.95
Allemagne	7.20 €	7.75
Suède	66 SEK	6.97
Italie	6 €	6.46
Autriche	5.5 €	5.92
Luxembourg	5.35 €	5.76
Espagne	5 €	5.38
Portugal	5 €	5.38

Tableau 1 : Tableau de comparaison des prix pour un paquet de Marlboro rouge dans différents pays européens.

Pour composer ce tableau nous avons cherché sur internet (fin juillet 2021) pour chaque pays les prix actuels des soi-disant marques de référence, en général donc un paquet de 20 cigarettes Marlboro rouge. Cela comporte, une fois de plus comme limitation, que la marque en question est relativement chère et que dans chaque pays il est toujours possible d'acheter d'autres marques bien moins chères. Remarquons qu'en Suisse on peut effectivement acheter un paquet de Marlboro rouge à un prix bien inférieur au prix de référence de CHF 8,80 retenu par l'ADF !

Le résultat de ce tableau nous fournit des prix en francs, mais encore aucune pondération par rapport au coût de la vie. Afin de tenter une comparaison des prix par rapport au coût de la vie, nous pouvons essayer d'appliquer le Big mac Index, qui se base sur le principe de la purchasing power parity (ppp). Même si la méthode n'est pas absolue, elle permet de donner une bonne indication. Si on applique ainsi le Big Mac Index Converter à un paquet de cigarettes irlandais qui coûte €15, le même paquet devrait

coûter en Suisse CHF 21,67. Pour le paquet de cigarette anglais, le même calcul indique que l'équivalent suisse devrait être de CHF 23,71.^{ix}

La tendance dans plusieurs pays qui possèdent des politiques de santé publique complètes et cohérentes dans la lutte contre le tabagisme va vers une augmentation régulière des prix. La France poursuit un chemin de hausse des taxes avec le prix des marques de référence, par exemple Marlboro, y dépassent désormais les €10, avec une dernière augmentation de €0.50 en novembre 2020 et on discute déjà d'ultérieures augmentations. Aux Pays-Bas les cigarettes coûtent autour des €8.20 et leur prix devrait passer d'ici 2023 à €10. Une récente étude de l'Université de Maastricht a montré qu'un paquet devrait coûter €12 pour induire une baisse de consommation du 10% et que le 50% des fumeuses et fumeurs quitteraient seulement si le prix devait les €60.^x

Les pays qui sont de vrais modèles de santé publique pour la lutte contre le tabagisme sont l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Dans ces pays, des politiques avancées et comprenant de mesures multiples sont en place et une taxation forte est un élément central de ces politiques. En Australie un paquet coûte actuellement AU\$44 soit CHF 29,88 et en Nouvelle Zélande un paquet de Marlboro rouge coûte aujourd'hui NZ\$ 36.90, soit CHF 24.13.

Des prix bon marché et des rabais un peu partout

En Suisse, aux points de vente, il y a des marques qui sont toujours moins chères que les marques plus connues ou de référence. Ainsi, Coop vend des marques propres, en particulier la série de cigarettes Bay. Il s'agit d'un produit développé par Coop est qui s'adresse spécifiquement à un public jeune, comme cela a été ouvertement exprimé par l'agence de communication qui a développé le marketing de ce produit, avec un marketing très important sur les points de vente.^{xi} Les différentes cigarettes Bay portent toutes des noms de plages tropicales connues : Malibu, Bora Bora, Waikiki, Bondi Beach, etc. soit des noms bien connus par la jeunesse et qui font rêver de vacances exotiques et de surf. Les paquets de cette marque coûtent CHF 6,95 (CHF 7,40 pour une variante un peu plus chère).



Image 3 : Cigarettes Coop de la marque Bay (sur internet et publicité sur les lieux de vente)

Mais encore plus choquant est un autre produit de Coop, qui est apparemment le paquet le moins chère sur le marché actuellement. Il s'agit de la marque « 5.50 », dont le nom du paquet indique exactement le prix. Cette marque, très visible sur les rayons près des caisses car elle adopte un code visuel très simple avec une écriture à grand caractères jaunes sur fonds noir, semble cibler les catégories à revenus plus faible. Il s'agit donc d'une cigarette bonne marché pour les pauvres ! Comme pendant de ces cigarettes, Coop commercialise aussi de grosses boites de tabac en vrac dont le nom est « 17.95 » et qui adoptent la même présentation graphique noir et jaune.



Image 4 : Marque d'entrée de gamme « 5,50 » de Coop et boîte de tabac en vrac « 17,95 »

La stratégie de Coop est ici d'occuper le marché avec des produits d'appels qui se positionnent toute en bas de la gamme des prix. Les profits sur ces produits sont probablement minimes, mais les clients qui reviennent vont acheter des produits plus chers dès qu'ils ont un peu plus d'argent dans la poche. Aux points de vente, en plus de produits aux prix de base bas, il y a constamment des actions. Coop vend très souvent une ou deux marques avec un rabais de 50% clairement indiqué par un autocollant orange vif très bien visible. Dans l'exemple qui suit nous voyons que le 20 avril 2021 on trouvait deux marques à

50% : les Bay Zigaretten Makena Natural weiss Filter Stange, d'habitude vendues à CHF 7,40, donc vendue ici à CHF 3,70, ainsi que les Gauloises Zigaretten Disque Bleu Filter Soft Stange, d'habitude vendues à CHF 9,60, donc vendues ici à CHF 4,80. Dans l'image de droite, prise le 17 août 2021, nous retrouvons les Gauloises Zigaretten Disque Bleu Filter Soft Stange à côté des cigarillos Al Capone (Al Capone Pockets Filters, 10 pièces), normalement vendu à CHF 5,20, et donc vendu à 50% à seulement CHF 2,60. Nous n'avons pas la possibilité de conduire une surveillance systématique de cette pratique de rabais de 50% sur les points de ventes, mais à chaque passage dans une Coop nous avons remarqué au minimum une marque avec son autocollant orange 50%. Nous pensons donc que derrière cette pratique il est possible de penser que se trouve une véritable stratégie de marketing de la part de Coop.



Image 5 : rabais de 50%, Coop, Brunmattstrasse Berne, 20 avril 2021 (gauche) et le 17 août 2021 (droite)

Denner ou Migrolino sont tous les deux des filiales du géant suisse de la distribution Migros. Si Migros prétend encore se conformer aux positions éthiques de son fondateur en ne vendant ni alcool ni tabac, ses filiales ne se gênent pas de faire exactement le contraire. En particulier Denner est une habituée des rabais, souvent associé avec des événements festifs. Denner vend souvent en de telles occasions des marques connues, en particulier Parisiennes, avec des rabais importants. L'exemple du 30 juillet 2021, en lien avec la fête nationale suisse du 1^{er} août, présente ainsi des box de 10 paquets à CHF 74 ou lieu de CHF 82.



Image 6 : Publicité parue le Blick du 30.07.2021 exploitant l'occasion de la fête nationale suisse.

Prix bas sur internet : le nouveau site web de k kiosk

Surtout en lien avec la crise du Covid 19 et le confinement qui l'a souvent accompagné, le commerce en ligne avec livraison à domicile s'est beaucoup développé. Cela semble être aussi le cas pour le tabac et la nicotine. En avril 2021, k kiosk, entreprise qui gère déjà de nombreux points de ventes (gares, stations à essence, etc.) a lancé un nouveau site internet qui clame offrir plus de 1000 produits du tabac et de la nicotine.

Sur le site en ligne de k kiosk on peut acheter des emballages de 10, 20 ou 40 paquets de cigarettes, et plus la quantité est importante plus le prix est bas. Partant du principe qu'on achète en ligne des quantités plus importantes, nous avons calculé les prix moyens d'un paquet de cigarettes prenant les emballages moins chers, soit de 40 paquets. Cette comparaison nous fournit un prix moyen de CHF 7,41. Pour la Marlboro Red, elle est en vente à CHF 9 pour un paquet seul sur le site web de k kiosk. En réalité personne n'achète un seul paquet en ligne et le site encourage à acheter en plus grosse quantité : si on achète 3 cartouches, soit 30 paquets (600 cigarettes), le prix total est de CHF 243 mais le prix par paquet tombe à CHF 8,10. En réalité, k kiosk vend aussi la Marlboro Red Swiss Edition à un prix unitaire de CHF 7,74 (si on achète trois cartouches), mais on ne sait pas bien en quoi elle diffère avec la Marlboro Red « normale », à CHF 8,10. Ces différentes « éditions spéciales » de Marlboro nous semblent surtout des opérations de marketing pour garder les consommateurs dépendant à la cigarette championne de l'utilisation d'ammoniaque. La cigarette contenue dans les différents paquets est la même, ce n'est que l'emballage qui change, suivant une stratégie de marketing très basique.^{xii}

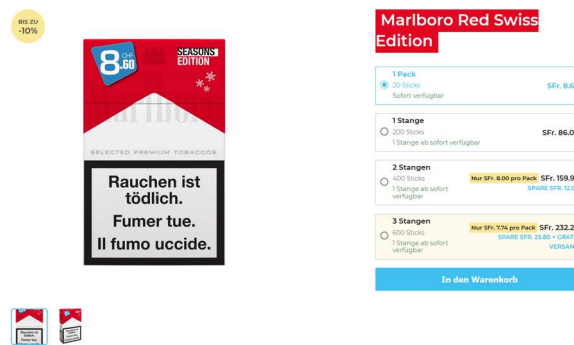


Image 7 : k kiosk.ch, capture d'écran du 08.12.2021

Coop dispose aussi d'un site de vente en ligne, mais jusqu'à présent les prix semblent être les mêmes que ceux pratiqués dans les magasins. Le commerce en ligne a pris un essor très important depuis le début de la crise liée au Covid. Il y a eu une véritable explosion des sites de ventes en ligne pour des produits tels que les snus ou les cigarettes électroniques. Pour les cigarettes classiques cela semble avoir été moins le cas, mis à part l'exception de taille qui est le site de k kiosk.

Le marché des Duty free shop : évasion fiscale mais légale

Il y a un monde de magasins parallèles où les produits les plus dangereux, soit les cigarettes et les alcools forts, sont vendue en masse et hors taxes. Il s'agit principalement des magasins Duty Free dans les aéroports, mais il y a aussi certaines zones spéciales de frontière, comme la commune de Samnaun aux Grisons. Notre position est claire : si nous pouvons comprendre que vendre de l'essence hors taxes peut avoir un sens pour les habitants de Samnaun, débiter de véritables montagnes de cigarettes et alcools forts devrait y être interdit, car cela contourne l'idée de la taxation de ces produits, est contraire à tout effort de santé publique et ne s'agit en fait que d'un moyen pour remplir les poches de quelques commerçants.



Image 8 : Hotel Post, Samnaun, image prise du site même de l'hôtel. Les cigarettes duty-free sont clairement disposées à côté des peluches et des jouets pour enfants. (Image prise du site le 08.12.2021)

Les duty-free des aéroports suisses

C'est dans les aéroports où les magasins duty-free vendent les volumes les plus importants de produits du tabac. Bien que nous n'ayons pas de données statistiques sur ces ventes, il suffit de passer dans un aéroport pour croiser, comme premier emplacement, incontournable, voir obligé, après avoir effectué les contrôles de sécurité, celui du tabac, avec des empilements de cigarettes, bien visibles et illuminés, à des prix imbattables avant de passer par les rayons pour les alcools et finalement le chocolat et produits divers. Tout est fait pour que le passager soit forcé de passer dans la zone cigarettes et alcools, et il est inévitable de remarquer les prix : il s'agit d'une planification du marketing sur les lieux de vente qui est soigneusement étudiée. Arrêtez-vous quelques instants, lors de votre prochain voyage en avion, pour observer ces lieux (qualité et disposition des présentoirs, illumination intense et soigneusement étudiée) et les personnes qui y passent en repartant avec parfois de nombreuses cartouches de cigarettes.

Particularité des aéroports suisses, il y a des duty-free au départ comme au retour. Toutefois, ces magasins, qui sont bien dans les mêmes aéroports, ne vendent pas toujours exactement les mêmes produits et il y a des subtiles différences, surtout sur la taille des emballages. Dans la zone de départ, immédiatement après les contrôles de sécurité, vous êtes obligés de passer au milieu des présentoirs des cigarettes, brillamment illuminés,



Image 9 : Duty free shop (départs, à gauche, arrivés à droite), Juillet-Août 2021

Partout dans le rayon cigarettes des indications très visibles soulignent « *Save up to 45% vs. Downtown* ». Ces produits ne sont pas taxés, donc ils ne rentrent pas dans les statistiques officielles de l'Administration fédérale. Certains vont prétendre que ce sont surtout des étrangers qui achètent en quittant notre pays. Si cela est en partie vrai, il s'agit pourtant d'un argument assez hypocrite. Les Suisses peuvent tout autant en acheter dans les Duty free des pays à partir desquels ils reviennent en Suisse, d'autre part, souvent à l'arrivée en Suisse, avant de passer la douane, on repasse par un Duty free et on peut acheter de nouveau. C'est seulement dans les aéroports suisses que nous rencontrons de telles duty-free lors du retour au pays. En revenant en Suisse, c'est aussi un parcours obligé qui force tous les passagers à passer dans une zone Duty Free, mais qui n'est pas la même qu'au départ et qui ne vend pas tout à fait les mêmes produits. Aucun chiffre officiel n'est disponible pour les ventes en Duty free, et encore moins sur les différentes ventes pour les Duty free au départ et au retour en Suisse. Nous avons donc eu recours à une méthodologie empirique et nous avons effectué un examen des prix des cigarettes au Duty free de l'aéroport de Zurich le 18 juillet 2021 pour ce qui est de la zone de départ et le 6 août 2021 pour la zone de retour.

Nous ne savons absolument pas quelles sont les quantités vendues dans les Duty free suisse, étant donné qu'ils échappent totalement aux statistiques des douanes

Duty free de l'aéroport de Zurich

Au Duty Free, un large rayon est dédié au tabac, toujours à côté des alcools. Le tabac vient toujours avant les alcools et si la surface pour le tabac est inférieure à celle de l'alcool c'est uniquement parce que les cigarettes prennent moins de place que les bouteilles. Autant le positionnement du rayon que l'agencement sont soigneusement étudiés afin de forcer un maximum de consommateurs à passer à côté de ces rayons et à en remarquer les produits. Il est intéressant de constater que la surface consacrée aux cigarettes dans le Duty free au retour en Suisse est plus importante que celle au départ. Les différences majeures entre les deux zones sont les tailles des emballages et la diversité des produits. Au Duty Free de départ, les cigarettes sont vendues dans des emballages de 10, 20 ou 30 paquets, ce qui correspond à 200, 400 et 600 cigarettes. Dans le Duty Free du retour on remarque une importante différence dans les emballages. En effet nous nous rencontrons de nombreux emballages de 12 paquets, souvent indiqué comme « 10+2 », totalement absents des zones de départs. Cela donne un total de 240 cigarettes. En effet, en Suisse on peut importer pour ses besoins de consommation propres au maximum 250 pièces de cigarettes ou cigares ou 250g de tabac d'autres tabacs manufacturés sans payer de droits de douanes. Il est intéressant de noter que, dans le cadre des franchises quantitatives, la limite d'âge est fixée de manière totalement arbitraire à 17 ans. Pour les pièces excédentaires, par exemple les cigarettes, il faut s'acquitter d'une taxe de CHF 0,25 par pièce, soit pour un paquet de 20 pièces de CHF 4,00.^{xiii} Les industries du tabac conditionnent donc les paquets dans des cartouches de 12 paquets afin de pousser les Suisses de retour au pays à acheter la quantité maximale possible. Mais que les cartouches soient de 10 paquets au départ ou de 12 paquets au retour, le prix unitaire par paquet reste le même, contribuant ainsi à maximiser le bénéfice du producteur.

Seulement une série de marques parmi les plus vendues (American Spirit, Camel, Chesterfield, Kent, Marlboro, Parisienne, Vogue ou Winston) vendent des emballages de 12 paquets dans les zones de retour. Toutes les autres vendent des emballages de 10 paquets. Ce type d'emballage spécial doit générer des coûts et on le limite donc aux marques qui offrent les chiffres d'affaires les plus importants. Dans les rayons, ce sont en revanche bien ces emballages à 12 paquets qui sont mis le plus en évidence, par exemple en utilisant des présentoirs spécifiques, des affiches plus voyantes, des murs entiers d'un seul produits, etc.



Image 10 : Duty free shop : cartouches de 12 paquets et prix réduits pour des cartouches de 400 ou 600 cigarettes

Sur l'étiquette près des produits, le prix est toujours indiqué autant pour la cartouche de 10 paquets ou plus, que pour un paquet individuel (même si on ne peut jamais acheter un seul paquet) afin d'aider l'acheteur à comparer le prix et le pousser donc à acheter de plus grandes quantités.

Un élément commun aux deux zones est un prix dégressif au paquet pour les quantités les plus importantes. Prenons comme exemple les cigarettes Camel. Un emballage de 10 paquets coûte CHF 52,10 (ou pour 12 paquets dans la zone retour CHF 62,50) soit un prix unitaire au paquet de CHF 5,20. Pour les emballages de 20 paquets (400 cigarettes) cela est de CHF 94,90, soit CHF 4,75 par paquet, et pour l'emballage de 30 paquets (600 cigarettes) il est de CHF 132,00, soit seulement CHF 4,40 par paquet. Plus la quantité achetée est importante, plus les prix baissent, cela dans la volonté évidente de pousser le consommateur à acheter plus et donc à fumer plus.

Les prix par paquets évoluent ainsi, pour les emballages à 200 cigarettes, entre un minimum de CHF 4,30 et un maximum de CHF 6,20. Nous avons calculés, pour ces emballages à 200 cigarettes et pour tous les prix répertoriés, un prix moyen légèrement inférieur à CHF 5,30.

A côté des cartouches de Marlboro Red, juste à côté du prix et de manière très visible, une indication affiche en lettres majuscules « *Looking for the true taste of real tobacco ? Discover IQOS* », alors même que PMI prétend que IQOS serait un produit « alternatif » de réduction des risques ici il est vendu exactement pour ce qu'il est, soit du vrai tabac (« *real tobacco* »). Marlboro Red est la marque phare des cigarettes de PMI, c'est donc l'endroit idéal pour encourager ses consommateurs à passer à IQOS. A moins de deux mètres, un mur design présente les Heets pour IQOS, aux différents arômes. Un paquet de Heets, équivalent à un paquet de cigarettes et qui contient 20 sticks, est vendu en Suisse à CHF 8.-

(chez Denner on le trouve facilement à 6,90), et donc un emballage de 10 Heets (200 sticks) est vendu à CHF 80.-. Au Duty free un tel paquet est vendu CHF 53,40. Rappelons encore que les Heets ne sont pas aussi taxé en Suisse que les cigarettes et il s'agit du produit sur lequel PMI réalisé la marge bénéficiaire la plus élevée.^{xiv}

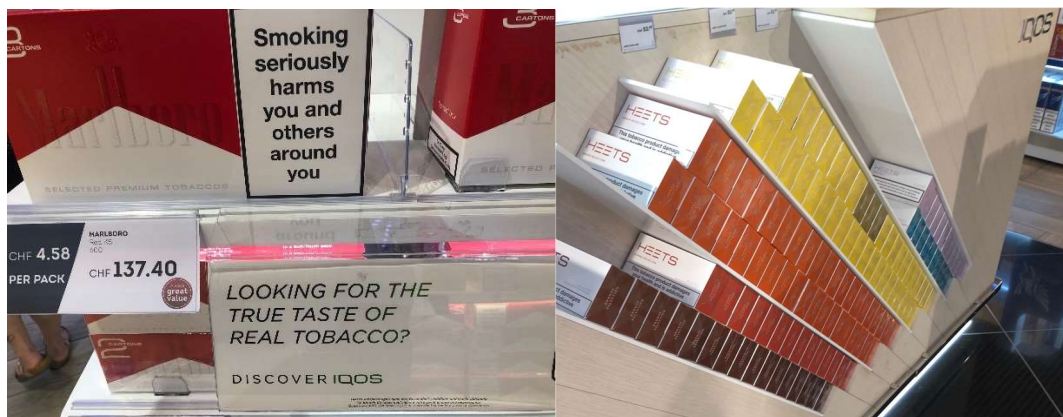


Image 11 : on pousse le consommateur à « découvrir » le « true taste of real tobacco »

Duty free : royaume du menthol et des arômes

Nous devons également signaler la présence de nombreux produits contenant du menthol sur les rayons du Duty free. Nous trouvons des produits au menthol pour des marques telles que Camel, Glamour, Kent, Marlboro, Sterling, Vogue, ou pour des produits du tabac chauffé tels que IQOS ou Glo. Le menthol rend l'inhalation plus facile facilitant le début du tabagisme ou rendant bien plus difficile l'arrêt. L'Union Européenne a interdit l'ajout du menthol depuis le 20 mai 2020, après des années d'examen et débats. Dans l'élaboration de la nouvelle Loi sur les produits du tabac (LPTab), le parlement suisse a refusé d'interdire le menthol pour s'aligner sur l'UE, ce qui n'était déjà que la version minimaliste pour réglementer les arômes artificiels. Le résultat est que les voyageurs européens passant dans les aéroports suisses peuvent acheter des produits dont la vente est interdite dans les pays de l'UE.

En plus des cigarettes classiques aromatisées au menthol, nous trouvons aussi de nombreux produits avec des capsules d'arômes (en anglais « flavour capsule cigarettes »). Il s'agit de produits arrivés d'abord sur le marché au Japon en 2007 pour gagner de nouveaux fumeurs ou rendre plus difficile l'arrêt.^{xv}



Image 12 : Des cigarettes au menthol en grandes quantités

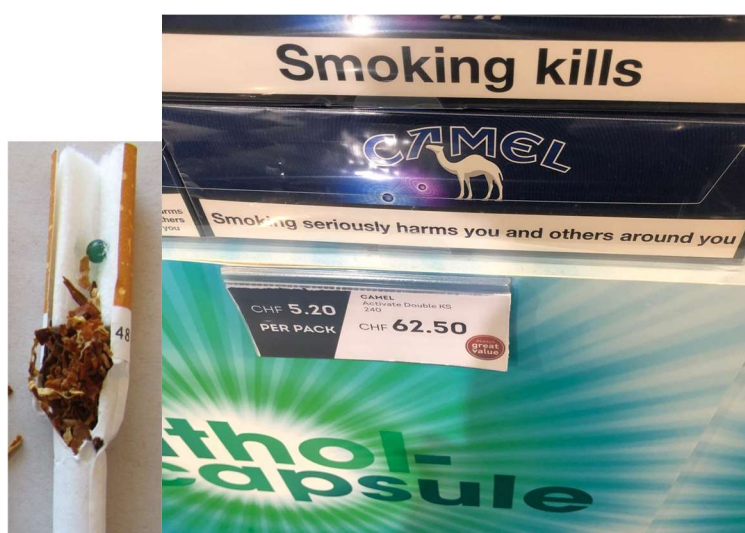


Image 13 : Les cigarettes aromatisées avec des capsules

Duty free : le fumeur paye moins, l'industrie gagne plus

Si en achetant au Duty free, les fumeurs réalisent une « épargne » allant jusqu'au 45%, comme indiqué de manière insistante sur les rayons, les industries du tabac augmentent leur marge. Un paquet de cigarette en Suisse est gravé de 59,6% de taxes. Mais aux Duty free les « rabais » consentis aux acheteurs sont en général de 45%, comme clairement affiché. Cela signifie que les industries du tabac ne répercutent pas entièrement la charge fiscale, mais gardent un 14% ou 15% de plus dans leurs poches. Il est donc évident pourquoi l'industrie défend bec et ongle les Duty free dans les aéroports.

References:

- ⁱ OFDF, <https://www.ezv.admin.ch/ezv/fr/home/infos-pour-entreprises/impots-et-redevances/importation-en-suisse/impot-sur-le-tabac/tabac---graphiques.html> (15.12.2021)
- ⁱⁱ <https://www.combien-coute.net/cigarette/suisse/> (Consulté le 30.07.2021)
- ⁱⁱⁱ <https://www.ezv.admin.ch/ezv/fr/home/infos-pour-entreprises/impots-et-redevances/importation-en-suisse/impot-sur-le-tabac/tabac---graphiques.html> , consulté le 16.01.2022)
- ^{iv} <https://www.at-schweiz.ch/fr/news-media/news?id=59&Explosion-des-ventes-de-cigarettes-en-Suisse-en-2020>
- ^v https://www.efv.admin.ch/efv/fr/home/finanzberichterstattung/bundeshaushalt_ueb/einnahmen.html
- ^{vi} Administration fédérale des douanes AFD (11/4/2021) : Les exportations de cigarettes ont chuté de moitié depuis 2010. Berne. Available online at <https://www.ezv.admin.ch/ezv/fr/home/actualites/informations-destinees-aux-medias/medienmitteilungen.msg-id-85712.html>.
- ^{vii} Stevenson, Terrell; Proctor, Robert N. (2008): The secret and soul of Marlboro: Phillip Morris and the origins, spread, and denial of nicotine freebasing. In American journal of public health 98 (7), pp. 1184–1194. DOI : 10.2105/AJPH.2007.121657.
- ^{viii} Pour la Suisse, nous avons le prix affiché sur le site www.kkiosk.ch pour un paquet de 20 cigarettes lors de l'achat d'une cartouche de 30 paquets au 31.07.2021. Le prix de base est de CHF 9 d'une boîte, mais lors de l'achat de cartouches, les prix sont inférieurs.
- ^{ix} <https://bigmacconverter.com/> Calcul effectué le 08.12.2021.
- ^x Cloé Geboers, Ce Shang, Gera E. Nagelhout, Hein de Vries, Bas van den Putte, Geoffrey T. Fong, Math J.J.M. Candel, Marc C. Willemsen (2021): Demand for Factory-Made Cigarettes and Roll-Your-Own Tobacco and Differences Between Age and Socioeconomic Groups: Findings From the International Tobacco Control Netherlands Survey. In Nicotine & Tobacco Research. DOI: 10.1093/ntr/ntab220. And <https://www.dutchnews.nl/news/2021/11/some-dutch-smokers-would-still-puff-away-at-e60-a-packet/>
- ^{xi} «Die neue Marke sollte sich mit ihrem tollen, jungen und trendigen Auftritt von anderen Brands differenzieren und sich in einem Bereich positionieren, der noch nicht besetzt ist», schreibt dazu die Werbeagentur «Kreis vier», die die Kampagne gestaltet hat. Beobachter, 19.08.2020 (<https://www.beobachter.ch/konsum/fur-dumm-verkauft/coop-pronto-keine-werbekampagne-fur-zigaretten-zielt-auf-jugendliche> Consulté le 09.09.2021)
- ^{xii} Les 5 P du marketing classique sont : Product, Price, Promotion, Place et Packaging.
- ^{xiii} <https://www.bazg.admin.ch/bazg/fr/home/infos-pour-particuliers/voyages-et-achats--franchises-quantitatives-et-franchise-valeur/importation-en-suisse/franchises-quantitatives--denrees-alimentaires--alcool-et-tabac.html> (Consulté le 16.01.2022)
- ^{xiv} Notre enquête a eu lieu en juillet 2021, avant le lancement sur le marché suisse, le 4 novembre 2022, du substitut de IQOS, soit la nouvelle ILUMA e de ses cigarettes TEREА, qui ne sont pas compatibles les vieux IQOS.
- ^{xv} Kyriakos, Christina N.; Zatoński, Mateusz Zygmunt; Filippidis, Filippos T. (2021): Flavour capsule cigarette use and perceptions: a systematic review. In *Tob Control*. DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2021-056837.