

Cette présentation a été effectuée le 9 décembre 2015, au cours de la journée « Faut-il protéger les gens contre eux-mêmes » dans le cadre des 19<sup>es</sup> Journées annuelles de santé publique (JASP 2015). L'ensemble des présentations est disponible sur le site Web des JASP à la section *Archives* au : <http://jasp.inspq.qc.ca>.

*Faut-il protéger les gens contre eux-mêmes ?*  
19<sup>es</sup> journées annuelles de santé publique  
8 et 9 décembre 2015, Montréal

# TAXATION DES BOISSONS SUCRÉES

**Yann Le Bodo, M.Sc.**

*Doctorant en santé communautaire, Université Laval*  
*Professionnel de recherche, Plateforme d'évaluation en prévention de l'obésité*



## Introduction

- TAXE NUTRITIONNELLE

Small Taxes on Soft Drinks and Snack Foods to Promote Health

Michael F. Jacobson, PhD, and Kelly D. Brownell, PhD

*Am J Public Health. 2000 Jun;90(6) [1]*

- TAXE SUR LES BOISSONS SUCRÉES (BS)\*

\*désignant généralement les boissons contenant des sucres ajoutés

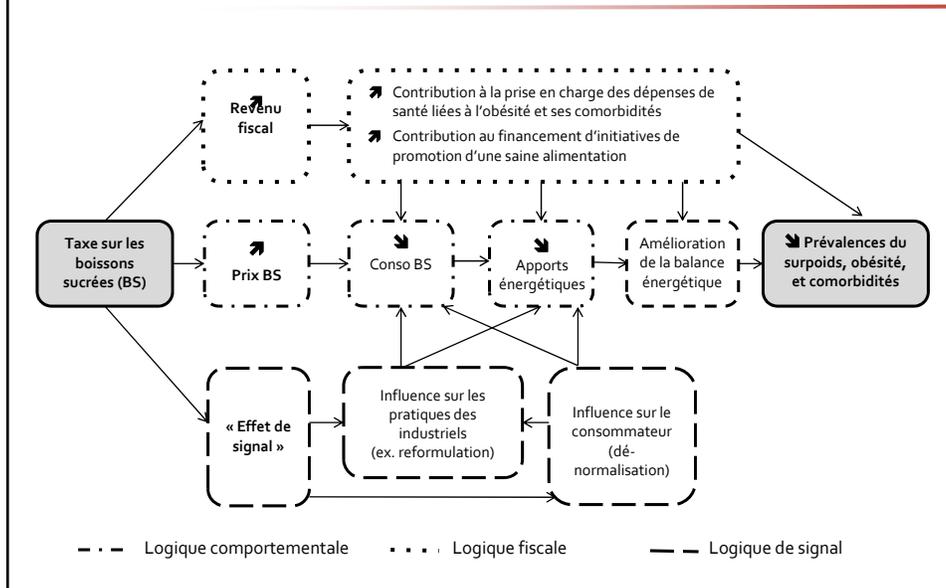
HEALTH POLICY REPORT

The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages

Kelly D. Brownell, Ph.D., Thomas Farley, M.D., M.P.H., Walter C. Willett, M.D., Dr.P.H., Barry M. Popkin, Ph.D., Frank J. Chaloupka, Ph.D., Joseph W. Thompson, M.D., M.P.H., and David S. Ludwig, M.D., Ph.D.

*N Engl J Med. 2009 Oct 15;361(16) [2]*

## Logiques de santé publique [3]



## Logiques économiques [2,4]

- **Défaillance du marché** : le coût économique et social de l'obésité associé aux boissons sucrées (externalités) n'est pas supporté par les consommateurs

➡ Taxe « pigouvienne » dans une logique assurantielle privée

- **Défaillance d'appréciation des risques** associés aux boissons sucrées (notamment chez les jeunes):

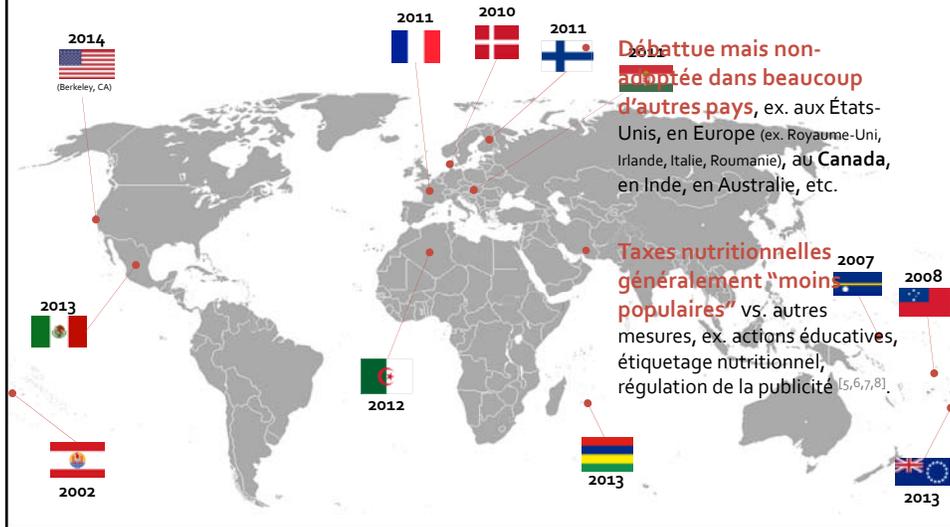
- par manque d'information
- du fait de biais cognitifs
- du fait d'une incohérence temporelle entre consommation et risques associés

➡ Taxe « comportementale » dans une logique paternaliste

➡ Articulation fréquente avec une perspective de santé publique

## Une politique publique parfois adoptée, souvent rejetée

- Quelques cas de "taxe soda" <sup>[3]</sup>



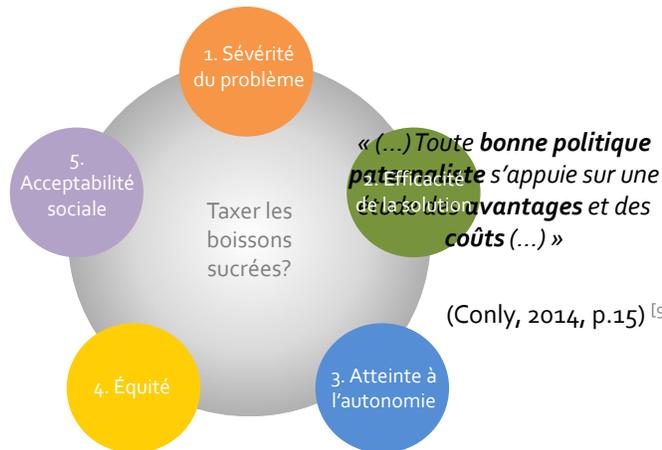
## Une diversité d'arguments ANTI- et PRO-taxe

- Enquête d'opinion en ligne aux États-Unis (50.000 adultes, janvier-mars 2011) <sup>[8]</sup>

### Arguments ANTI-TAXE les plus populaires

- Mesure **arbitraire** vs. autres aliments « non sains » (60%)
- **Mesure de poche** pour combler des déficits (58%)
- **Intrusion du gouvernement** dans la vie des gens (54%)
- La **majeure** partie des américains y sont opposés (53%)
- Mesure touchant les **plus pauvres** (51%)

## Y-a-t-il suffisamment de « bonnes raisons » ?



Sources: [9, 10, 11, 12, 13]



### 1 Sévérité du problème ?

#### Consommation excessive de boissons sucrées et santé

- Liens avérés avec le **diabète de type 2** [14] et la **santé bucco-dentaire** [15]
- Liens avec le **poids** (amplitude et durée des effets à préciser) [16]
- Faible **valeur nutritive** [17]

#### Tendances de consommation préoccupantes au Canada

- Contribution des boissons sucrées aux **apports énergétiques quotidiens** en hausse (+37 Kcal entre 1976 et 2007) [18]
- **3 à 8%** des **apports énergétiques quotidiens** des **jeunes** de 1-18 ans [19]

#### Des boissons faisant l'objet d'un marketing intensif [20,21,22,23]

Offre très diversifiée, portions moyennes en hausse, distribution très large, promotion importante (notamment envers les jeunes), prix très attractifs

#### Néanmoins tenir compte du fait que...

- C'est surtout la **consommation excessive** et **régulière** qui est à décourager [24]
- Les **maladies chroniques** sont **multifactorielles**: il n'est pas question d'agir seulement sur les sodas [25]





2

## Efficacité d'une taxe ? (1/2)

### Le prix influence l'achat de boissons sucrées

- Des **expérimentations encourageantes** (supermarché, cafétérias, distributrices) [26,27,28]
- En conditions réelles, une **élasticité-prix de la demande** généralement évaluée entre **-0,8** et **-1,3** [3]



### Une taxe significative pourrait influencer la consommation

- Des **précédents** concluants (ex. lutte contre le **tabagisme** – attention à la comparaison) [3]

Selon les **expérimentations à grandes échelle**, une taxe significative ( $\geq 10\%$ ) sur les **boissons sucrées** tend à se répercuter (en bonne partie) sur le **prix** et est généralement suivie d'une **baisse de consommation** de boissons sucrées à court terme [3]

- **Taxes nutritionnelles** présentées comme des interventions à **très bon ratio de « cout-efficacité »** potentielle [29]



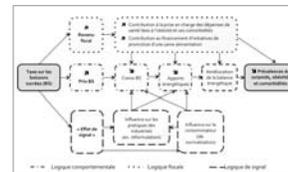
2

## Efficacité d'une taxe ? (2/2)

### Des incertitudes à prendre en compte [3]

- Possibles **effets de substitution** (effets sur les apports énergétiques et la santé difficiles à prévoir)
- Difficile de savoir si les **grands consommateurs** seront plus particulièrement atteints

➔ Advenant l'adoption d'une taxe, l'**évaluation** sera **déterminante**



**Pas de « solution miracle »** : importance de positionner la taxe **parmi d'autres mesures** à l'échelle de **l'individu** et de son **environnement** [25,30]

### Des co-bénéfices importants [3]

- **Revenus anticipés** sont généralement **collectés**
- Possibles **effets de « signal »** à explorer



### 3 Atteinte justifiée à l'autonomie ?

Éliminer une option	Interdire la vente de cigarettes, bannir les gras trans	Coercitif
Restreindre une option	Limiter l'implantation de restaurants servant de la malbouffe près des écoles, limiter le format des boissons sucrées	
Dissuader	Taxer les boissons sucrées, limiter l'offre de stationnement automobile	
Inciter	Subventionner le transport en commun	Non coercitif
Changer l'option par défaut	Offrir de la salade au lieu des frites comme accompagnement par défaut	
Rendre une option disponible	Construire des pistes cyclables, offrir des choix santé dans les aéroports publics	
Informier	Étiquetage nutritionnel obligatoire	
Ne rien faire ou surveiller	Surveiller les tendances de l'embonpoint et de l'obésité	

Évaluer le degré d'interférence avec la liberté négative à l'aide de l'échelle d'intervention du Nuffield Council on Bioethics (2007)<sup>[31]</sup>

Il y a des **débats** sur ces différents points<sup>[4,9,32,33,34,35]</sup>



### 4 Équité ?

#### Une « taxe soda » pourrait effectivement être régressive...

- Groupes au **statut socioéconomiques (SES) moins élevé** tendent à accorder une plus large part de leurs revenus à l'alimentation et à **consommer davantage** de boissons sucrées<sup>[4]</sup>
- Au Québec, **constat vérifié chez les jeunes** du secondaires, mais **pas chez les adultes**<sup>[3,36]</sup>

...mais selon les modélisations: **coûts modérés et bénéfiques partagés**<sup>[3]</sup>

**Coûts financiers moyens** associés à une taxe oscilleraient entre **6 et 28 US\$** / consommateur / an (données US / UK / AUS ; taux de taxation et méthodologies variables)

**Différentiels de contribution** financière et d'**effets** potentiels sur la consommation **selon le SES** seraient **peu élevés** (indicateurs et méthodes très variables; recherches à poursuivre)

#### Autres considérations<sup>[3]</sup>

- Importance de considérer la **progressivité du système fiscal** dans son ensemble

**L'allocation des revenus** de la taxe à des fins de **promotion de la santé** tend à **accroître son acceptabilité**



## 5 Acceptabilité sociale au Québec ?

- D'après un sondage Ipsos réalisé en 2010 (Coalition Poids, QC, CA)

77% d'opinions favorables à l'instauration d'une taxe spéciale sur les boissons sucrées si les revenus sont utilisés pour **prévenir l'obésité** et promouvoir de **saines habitudes de vie** [37]

- D'après un sondage Ipsos réalisé en 2011 (AEBGQ, QC, CA)

89% des québécois étaient d'avis que le gouvernement «devrait **informer ou sensibiliser** la population pour l'encourager à changer ses habitudes de consommation **plutôt que d'imposer une taxe supplémentaire** » [38]

Attention aux biais  
de cadrage !



Importance d'expliquer  
les objectifs

## Conclusion

- Beaucoup de « **bonnes raisons** » d'étudier la faisabilité d'une taxe sur les boissons sucrées au Québec...
- ... mais des **incertitudes** à prendre en compte
- **Autres dimensions importantes** à considérer:
  - Faisabilité juridique
  - Potentiels effets indésirables
  - Acceptabilité politique
  - Évaluabilité
  - Etc.

**Merci de votre attention !**

[yann.lebodo@cricucpq.ulaval.ca](mailto:yann.lebodo@cricucpq.ulaval.ca)

**Merci à mes collègues pour différentes collaborations  
sur la thématique des boissons sucrées**

Philippe De Wals (PEPO)

Maude Dionne (PEPO)

Nathalie Dumas (PEPO)

Ramona Fratu (PEPO)

Michael Gandonou (PEPO)

José Massougbodji (PEPO)

Marie-Claude Paquette (INSPO / Université de Montréal)

Emmanuel Guindon (McMaster University)

Barbara von Tigerstrom (University of Saskatchewan)

Natalie Alméras (CRIUCPQ - Université Laval)

France Gagnon (TELUQ – Université du Québec)

Fabrice Étilé (INRA – École d'économie de Paris)

Groupe de travail sur les boissons sucrées (MSSS / DSP / INSPQ / PEPO / QeF)



## Références <sup>(1/4)</sup>

[1] Jacobson MF., Brownell KD. (2000). Small taxes on soft drinks and snack foods to promote health. *Am J Public Health*. 2000 Jun;90(6):854-7.

[2] Brownell, KD., Farley, T., Willett, WC., Popkin, BM., Chaloupka, FJ., Thompson, JW., Ludwig, DS. (2009). The public health and economic benefits of taxing sugar-sweetened beverages. *N Engl J Med*. 2009 Oct 15;361(16):1599-605.

[3] Le Bodo, Y., Paquette, M.C., De Wals, P. (accepté pour publication). Taxing soda for public health: a Canadian perspective. *Springer Brief in Public Health*.

[4] Étilé, F. (2012). La taxation nutritionnelle comme outil de santé publique : justifications et effets attendus. *Cahiers de Nutrition et de Diététique*. Volume 47, Issue 1, Mars 2012, 25-34.

[5] Lobstein, T, Millstone, E. (2006). Policy options for responding to obesity. Summary report of the EC-funded project to map the view of stakeholders involved in tackling obesity – the PorGrow project.

[6] Traill, B. et al. (2012). Effectiveness of policy interventions to promote healthy eating and recommendations for future action: evidence from the Eatwell project. Deliverable 5.1. [www.eatwellproject.eu](http://www.eatwellproject.eu)

[7] Rivard C, Smith D, McCann SE, Hyland A. (2012). Taxing sugar-sweetened beverages: a survey of knowledge, attitudes and behaviours. *Public Health Nutr*. 2012 Aug;15(8):1355-61.

[8] Barry CL, Niederdeppe J, Gollust SE. (2013). Taxes on sugar-sweetened beverages: results from a 2011 national public opinion survey. *Am J Prev Med*. 2013 Feb;44(2):158-63.

[9] Conly, S. (2014). Contre l'autonomie. La méthode forte pour inspirer la bonne décision (Against Autonomy. Justifying Coercive Paternalism). Presses de l'Université Laval. 280 p.

## Références (2/4)

- [10] Morestin, F., Gauvin F.-P. et al. (2010). Méthodes de synthèse de connaissances sur les politiques publiques. Centre de collaboration nationale sur les politiques publiques et la santé. Rapport. Publié en ligne en septembre 2010. Consulté en Février 2012 depuis : [http://www.ccnpps.ca/184/publications.ccnpps?id\\_article=535](http://www.ccnpps.ca/184/publications.ccnpps?id_article=535)
- [11] Barnhill A, King KF. (2013). Ethical Agreement and Disagreement about Obesity Prevention Policy in the United States. *Int J Health Policy Manag.* 2013 Aug 14;1(2):117-20.
- [12] Kass N, Hecht K, Paul A, Birnbach K. (2014). Ethics and obesity prevention: ethical considerations in 3 approaches to reducing consumption of sugar-sweetened beverages. *Am J Public Health.* 2014 May;104(5):787-95.
- [13] Resnik, DB. (2014). Paternalistic Food and Beverage Policies: A Response to Conly. *Public health ethics volume 7, number 2, 2014, 170-177.*
- [14] Imamura F, O'Connor L, Ye Z, Mursu J, Hayashino Y, Bhupathiraju SN, Forouhi NG. (2015). Consumption of sugar sweetened beverages, artificially sweetened beverages, and fruit juice and incidence of type 2 diabetes: systematic review, meta-analysis, and estimation of population attributable fraction. *BMJ.* 2015 Jul 21;351:h3576.
- [15] World Health Organization (WHO). (2003). Diet, Nutrition, and the Prevention of Chronic Diseases. Report of a Joint WHO/FAO Expert Consultation. WHO Technical Report Series 916. Geneva.
- [16] Ebbeling CB. (2014). Sugar-sweetened beverages and body weight. *Curr Opin Lipidol.* 2014 Feb;25(1):1-7.
- [17] Popkin BM, Armstrong LE, Bray GM, Caballero B, Frei B, Willett WC. (2006). A new proposed guidance system for beverage consumption in the United States. *Am J Clin Nutr.* 2006 Mar;83(3):529-42.
- [18] Merchant AT, Tripathi A, Pervaiz F. (2010). Available energy from soft drinks: more than the sum of its parts. *Public Health Nutr.* 2010 Dec;13(12):1997-9.
- [19] Garriguet, D. (2008). Consommation de boissons par les enfants et les adolescents. Statistique Canada. no 82-003-XPF. Rapports sur la santé, vol. 19 no4, Décembre 2008.

## Références (3/4)

- [20] Agriculture and Agri-Food Canada. (2015). The Canadian Soft Drink Industry. Available online in March 2015 from: <http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/statistics-and-market-information/by-product-sector/processed-food-and-beverages/the-canadian-soft-drink-industry/?id=1172167862291>
- [21] Nielsen, S.J and Popkin, BM. (2004). Changes in beverage intake between 1977 and 2001. *Am J Prev Med.* 2004 Oct;27(3):205-10.
- [22] Coalition Québécoise sur la Problématique du Poids (CQPP). (2012). Les dessous du marketing des boissons sucrées : « Tome 2 - Le prix : un argument payant ». Consulté en ligne en mars 2013 depuis : <http://www.cqpp.qc.ca/fr/dossiers/boissons-sucrees/marketing>
- [23] Federal Trade Commission (FTC). (2012). A Review of Food Marketing to Children and Adolescents: follow-up report. FTC, 2012.
- [24] Le Bodo, Y, Paquette, MC, Vallières, M, Alméras, N. (2015). Is Sugar the new Tobacco? Insights from Laboratory Studies, Consumer Surveys and Public Health. *Current Obesity Reports.* March 2015, Volume 4, Issue 1, pp 111-121.
- [25] World Cancer Research Fund. (2015). Curbing global sugar consumption: Effective food policy actions to help promote healthy diets & tackle obesity (p. 20). London: World Cancer Research Fund International. Consulté à l'adresse <http://www.wcrf.org/sites/default/files/Curbing-Global-Sugar-Consumption.pdf>
- [26] Block JP, Chandra A, McManus KD, Willett WC. (2010). Point-of-purchase price and education intervention to reduce consumption of sugary soft drinks. *Am J Public Health.* 2010 Aug;100(8):1427-33.
- [27] French, SA, Hannan, PJ, Harnack, LJ, Mitchell, NR, Toomey, TL, Gerlach, A. (2010). Pricing and availability intervention in vending machines at four bus garages. *J Occup Environ Med* 2010;52(suppl 1):S29-33.
- [28] Waterlander, WE, Ni Mhurchu, C, Steenhuis, IH. (2014). Effects of a price increase on purchases of sugar sweetened beverages. Results from a randomized controlled trial. *Appetite.* 2014 Jul;78:329.

## Références (4/4)

- [29] Gortmaker SL, Swinburn BA, Levy D, Carter R, Mabry PL, Finegood DT, Huang T, Marsh T, Moodie ML. (2011). Changing the future of obesity: science, policy, and action. *Lancet*. 2011 Aug 27;378(9793):838-47.
- [30] Kansagra SM, Kennelly MO, Nonas CA, Curtis CJ, Van Wye G, Goodman A, Farley TA. (2015). Reducing Sugary Drink Consumption: New York City's Approach. *Am J Public Health*. 2015 Apr;105(4):e61-4.
- [31] CCNPPS. (2015). Résumé - Paternalisme(s), biais cognitifs et politiques publiques favorables à la santé. Présentation lors des 19es Journées annuelles de santé publique, 9 Décembre 2015, Montréal.
- [32] Marlow, ML, Shiers, AF. (2010). Would soda taxes really yield health benefits? *Regulation*, Vol. 33, No. 3, 2010.
- [33] Marlow, ML. (2013). Soda Regulation Is Not the Solution. *Journal of American Physicians and Surgeons*. Volume 18, Number 1, Spring 2013:14-6.
- [34] Lusk JL, Schroeter C. (2012). When do fat taxes increase consumer welfare? *Health Econ*. 2012 Nov;21(11):1367-74.
- [35] Lusk JL. (2014). Are sugar-sweetened beverage taxes a cost-effective means of reducing weight? *Can J Diabetes*. 2014 Feb;38(1):9-10
- [36] Camirand, H., Blanchet, C., et Pica, L. A. (2012). « Habitudes alimentaires », dans, L'Enquête québécoise sur la santé des jeunes du secondaire 2010-2011. Le visage des jeunes d'aujourd'hui : leur santé physique et leurs habitudes de vie, Tome 1, Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 71-96.
- [37] Buhler S, Raine KD, Arango M, Pellerin S, Neary NE. (2013). Building a strategy for obesity prevention one piece at a time: the case of sugar-sweetened beverage taxation. *Can J Diabetes*. 2013 Apr;37(2):97-102.
- [38] Canada NewsWire (CNW). (2013). Privilégier la sensibilisation plutôt que la taxation : la clé de la lutte contre l'obésité. 15 Mars 2013.

## Une « taxe soda » au Québec ?

### ILLUSTRATION

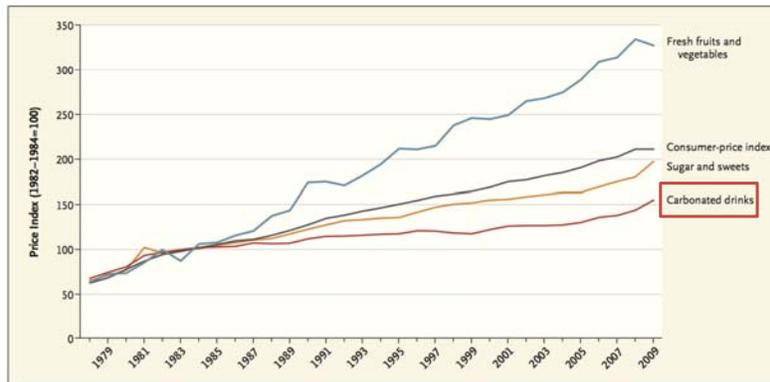
EPICERIE	
Ex. Boisson au cola (500ml)	1.75
Depot	0.05
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>1.80</b>
1.75 T.P.S. ( 5.000 )%	0.09
1.75 T.V.Q. ( 9.975 )%	0.17
<b>TOTAL</b>	<b>2.06</b>
C.CREDIT	2.06
Nombre d'articles: 1	

Prépaiement à partir d'un achat dans un supermarché de Québec

**HYPOTHÈSE**  
+ 0,17  
sous

- Jusqu'à présent, les BS n'ont **pas ou peu fait l'objet d'initiatives législatives** spécifiques en **prévention de l'obésité** au Canada (Ries & Von Tigerstrom, 2011)
- Dans la plupart des cas, elles sont déjà soumises à des **taxes de vente** aux échelles fédérale et provinciale (Von Tigerstrom, 2012)
  - **Hypothèse** d'une taxe d'accise additionnelle d'1 sou /once, **si elle se répercute** sur le prix de vente...

## Évolution du prix relatif des boissons gazeuses (ÉU)



Relative Price Changes for Fresh Fruits and Vegetables, Sugars and Sweets, and Carbonated Drinks, 1978-2009.  
Data are from the Bureau of Labor Statistics and represent the U.S. city averages for all urban consumers in January of each year.

Source: Brownell & Frieden, 2009