

„HELP –Pentru o viață fără tutun” Taxa pe produsele din tutun în UE 28/02/2006

Politica de taxe rămâne modalitatea cea mai eficientă și cea mai durabilă de reducere a consumului, însă efectul său de descurajare a scăzut ca urmare a existenței mărcilor mai ieftine, a politicii țărilor care aplică taxe reduse, a intensificării comerțului peste hotare, a taxelor mai mici pentru țigările rulate manual de consumator, a traficului cu țigări și a comerțului de contrabandă.

Comunitatea Europeană are o istorie de peste 30 de ani în reglementarea taxelor pe produsele din tutun. Chiar dacă s-au înregistrat progrese în ceea ce privește armonizarea taxelor pe tutun la nivelul UE, problema care persistă este diferența considerabilă a prețului și a taxelor pe produsele din tutun între țările Uniunii Europene.

De exemplu,

- În ianuarie 2006, prețul unui pachet de țigări al unei mărci renumite pe plan internațional variază de la 1,07 euro în Letonia la aproximativ 7,50 euro în Regatul Unit.
- În iulie 2005, procentul taxelor pe țigări pentru cea mai populară categorie de preț variază de la 60% în Letonia la 80% în Franța (1).

Potrivit Băncii Mondiale, **creșterile de preț** sunt cele mai eficiente și mai descurajatoare, în special pentru tineri și pentru alte categorii cu venituri mici, care sunt nevoiți să țină cont în mare măsură de preț. **O creștere a prețului cu 10% reduce consumul cu aproximativ 4% în țările cu venituri mari** (2). Prețul influențează atât începerea cât și renunțarea la fumat. În special în cazul fumătorilor actuali, efectul unei creșteri permanente a prețului va fi mai pronunțat pe termen lung decât pe termen scurt, deoarece o persoană dependentă de nicotină are nevoie de o perioadă mai lungă de timp pentru a-și schimba obiceiul.

Prețul țigărilor a crescut vertiginos în mai multe țări europene, cum ar fi Franța, Germania și Olanda. **Impactul creat de creșterea prețului poate fi ilustrat prin exemplul Franței. Numărul fumătorilor în Franța a scăzut cu 12% din 1999 până în 2003.** Un număr din ce în ce mai mare de fumători și-au exprimat dorința de a renunța, iar în 2003, prețul a devenit motivul principal pentru care fumătorii doreau să renunțe la fumat (comparativ cu locul patru pe care-l ocupa în 1999) (3).

În timp ce s-a demonstrat că taxele mai mari determină reducerea consumului, efectul creșterii taxelor asupra prevalenței fumatului a fost diminuat de următorii factori:

1. Țigările rulate manual ca substitut pentru țigările din pachete.

În majoritatea țărilor Uniunii Europene, taxa pe tutunul rulat manual este mai mică decât pe țigări. Creșterea prețului țigărilor ar putea duce la alternativa de a fuma țigări rulate manual. Vânzările de tutun rulat manual, de exemplu, au crescut cu 12% în 2004 în Franța (4). Taxa pe tutunul rulat manual trebuie să fie egală cu taxa pe țigări pentru a preveni substituția lor cu acest tip de produse din tutun.

2. Creșterea cumpărării țigărilor peste graniță, în țările învecinate, unde acestea sunt mai ieftine.

Efectul creșterii prețului poate fi afectat de intensificarea cumpărării țigărilor peste graniță, în țările unde prețul lor este mai mic. De exemplu, finlandezii își cumpără țigările mai ales în Estonia. S-a calculat că numărul anual de ălătoria din Finlanda în Estonia în acest scop este de 2,5 milioane. Vânzările de țigări în Luxemburg (cu o populație de aproximativ 450 000 de persoane) au crescut ca urmare a creșterii taxelor pe țigări în țările învecinate (de la 5,6 miliarde de țigări în 2003 la 6,5 miliarde de țigări vândute în 2004).(5)

3. Lansarea mărcilor de țigări ieftine și cu preț redus.

Mărcile cu preț redus au câștigat o cotă de piață de aproximativ 10% în Belgia (6) și în Regatul Unit în 2004 (7). Mărcile cu preț redus fac țigările mai accesibile și pot duce la concurența prețului. Concurența mărcilor cu preț redus în 2005 a determinat scăderea prețului la mărcile internaționale importante de țigări în Ungaria și Belgia.

4. Metodele inventive stabilite de companiile producătoare de țigări.

Pentru a evita o a treia scumpire a pachetului de țigări într-un interval de 18 luni în Germania, producătorul de țigări lider de pe piața germană a redus în septembrie 2005 numărul de țigări dintr-un pachet de la 19 la 17 (8). În ciuda creșterii taxelor cu 10%, prețul unui pachet de țigări a scăzut, dând fumătorilor falsa impresie că prețul nu s-a modificat aproape deloc.

5. Creșterea numărului de țigări contrafăcute și riscul traficului cu țigări.

Un fenomen nou în Europa îl reprezintă comerțul cu țigări contrafăcute. În Marea Britanie, între 25 și 30% din piața ilegală de țigări în 2003 era constituită din țigări contrafăcute (9). Este dificil de estimat valoarea comerțului cu țigări contrafăcute, dar este sigur faptul că, în unele țări membre ale UE, cota de piață a țigărilor contrafăcute este în creștere.

6. Lacune juridice precum „batoanele” și „țigările individuale” germane.

În al treilea trimestru al anului 2005, vânzările totale din industria țigărilor în Germania au scăzut cu 13% față de anul precedent. Recentele creșteri de preț au reprezentat principala sursă a scăderii consumului de țigări și a cre

șterii vânzării altor produse din tutun, cum ar fi „țigările individuale” și „batoanele” (pentru care taxa este mult mai favorabilă). Companiile producătoare de tutun din Germania au vândut tutunul gata rulat, cu taxă mult mai mică (cunoscut sub denumirea de „batoane” sau „țigări individuale”) și tuburile din hârtie pentru acestea la jumătate din prețul obișnuit al țigărilor, profitând astfel de lacuna legislației germane privind taxa pe produsele din tutun. La 10 noiembrie 2005, Curtea Europeană de Justiție a decis că această lacună este ilegală și că tutunul gata rulat trebuie clasificat împreună cu alte țigări și, prin urmare, trebuie să fie supus acelorași taxe (10).

SURSE

- (1) Comisia Europeană, Tabelele privind accizele, Partea a III-a Tutun fabricat, iulie 2005.
- (2) Banca Mondială. Controlul tutunului pe scurt, Washington DC, 2003, www.worldbank.org/tobacco
- (3) Inpes, Tabac, l'offensive: 1.8 million de fumeurs en moins. Comunicat de presă, 1 februarie 2004, Paris. http://www.inpes.sante.fr/.../synthese_tabac.pdf
- (4) Vânzările de tutun rulat manual în Franța au fost de 7861 tone în 2004 sau cu 12,4% mai mult decât în 2003. Sursa: Revue de tabacs, Le marché français du tabac en 2004, februarie 2005, pagina 6.
- (5) Vânzările de țigări în Luxemburg au fost de 4,777 milioane de țigări în 2001, 5,788 milioane în 2002, 5,618 milioane în 2003, 6,475 milioane în 2004 și 5,204 milioane în 2005. Sursa: UEBL.
- (6) Sursa: Retail 29 ianuarie 2005, pagina 29.
- (7) Sursa: Action on smoking and Health (ASH), Londra, Regatul Unit.
- (8) Un pachet de 19 țigări aparținând uneia dintre cele mai importante mărci din Germania a costat 4 euro în august 2005, iar în septembrie 2005, un pachet cu 17 țigări a costat 3,80 euro. Prețul unei țigări a crescut, însă nu și prețul unui pachet.
- (9) Sursa: Vamă și accize, Londra, Regatul Unit.
- (10) <http://curia.eu.int/>

CONTACT

DI. Niall DOLOGHAN

Kestrel Worldcom
+44/20 85 43 22 99

COMENTARII

Obiectivul campaniei „HELP –Pentru o viață fără tutun” inițiată de Comisia Europeană, este de a convinge oamenii să nu înceapă să fumeze sau să renunțe la fumat, prin derularea unei campanii televizate, difuzată în cele 25 de state membre UE și prin diverse activități promoționale.

Ca parte componentă a noii campanii împotriva fumatului, „HELP –Pentru o viață fără tutun”, inițiată de Comisia Europeană, comunicatele de presă sunt publicate în mod regulat, pentru a oferi informații relevante privind sănătatea, cu scopul de a sprijini, a extinde și a promova inițiativele campaniei „HELP”.

Comunicatele de presă, dosarele de presă, sigla și imaginile campaniei „HELP” pot fi descărcate de pe site-ul: www.help-eu.com.

„Punctele de vedere exprimate nu trebuie considerate în niciun caz ca poziția oficială a Comisiei Europene”. Informații suplimentare cu referințe la lucrări științifice pot fi obținute la cerere.

