

# Peut-on contrer l'obésité en taxant les boissons sucrées?

par David Gratzer, avec la collaboration de Jasmin Guénette



Environ un adulte canadien sur quatre est obèse et ce pourcentage ne cesse de grimper. Chaque année, l'obésité entraîne des coûts évitables de soins de santé à hauteur de plusieurs milliards de dollars pour les gouvernements, les contribuables, les employeurs et les familles. Pour renverser cette tendance, plusieurs groupes et individus qui agissent au nom de la santé publique, dont l'Association médicale de l'Ontario, ont proposé divers modèles de taxation et de réglementation des aliments sucrés et gras<sup>1</sup>. Parmi ceux-ci figure une taxe sur les boissons sucrées qui s'appliquerait aux boissons gazeuses et à d'autres boissons comprenant des sucres ajoutés.

Bien que la consommation par habitant de boissons gazeuses ait diminué de 32 % au Canada entre 1999 et 2011 (voir Figure 1), ils croient qu'une telle mesure permettrait de réduire l'obésité en éloignant encore davantage les consommateurs de ces boissons.

Au début de 2012, un porte-parole de la ministre fédérale de la Santé, Leona Aglukkaq, a rejeté l'idée d'une taxe pancanadienne sur les boissons sucrées<sup>2</sup>. Malgré cela, selon un sondage de l'Agence de la santé publique du Canada dévoilé cette année, 40 % des Canadiens l'appuieraient si les fonds recueillis étaient consacrés à la lutte contre l'obésité chez les enfants<sup>3</sup>. A-t-on des preuves de l'efficacité d'une telle taxe?

Les partisans d'une taxe sur les boissons gazeuses suggèrent habituellement une taxe d'accise, imposée directement aux manufacturiers et aux grossistes de boissons sucrées. Dans un article fréquemment cité publié en 2009 dans le *New England Journal of Medicine*, le Dr. Kelly Brownell et d'autres partisans d'une taxe soutiennent qu'une taxe d'accise serait « plus simple à administrer » qu'une taxe imposée sur le prix de détail<sup>4</sup>. Cette dernière serait moins efficace parce qu'elle ne ferait qu'augmenter le coût pour le consommateur, après que celui-ci a pris la décision d'acheter.

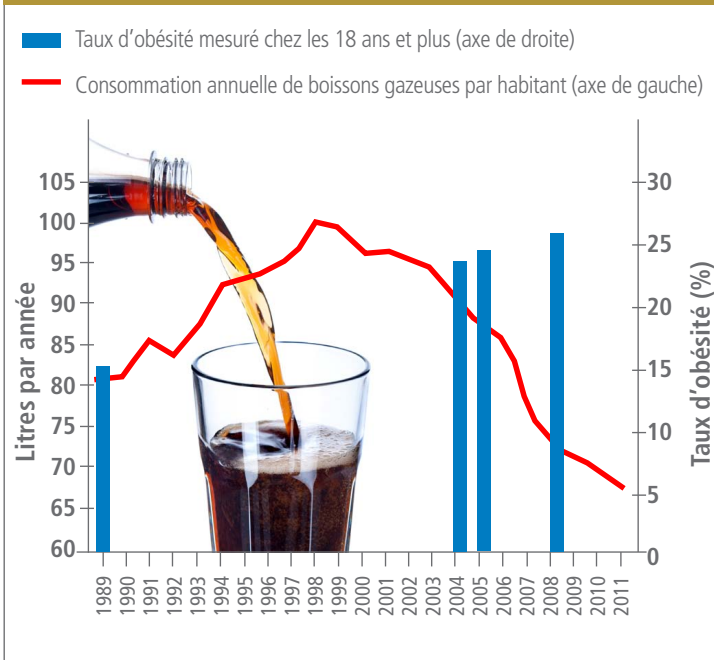
Pour qu'une telle taxe puisse avoir un effet, une augmentation du prix est censée mener à une réduction appréciable de la quantité de boisson demandée par les consommateurs, qui à son tour *doit* entraîner une perte de poids généralisée au sein de la population. Cette hypothèse est au cœur de l'argumentation des partisans d'une taxe sur les boissons sucrées. Le Dr. Brownell prévoit qu'une modeste taxe permettrait de réduire l'ingestion nette de calories aux États-Unis « d'un minimum de 20 kcal [calories] par personne par jour ». Une étude du ministère américain de l'Agriculture prévoit une perte moyenne de poids d'environ quatre livres sur une période d'un an par la mise en place d'une taxe de 20 % sur les boissons sucrées<sup>5</sup>. Selon une estimation faite en 2012 par la revue *Health Affairs*, une taxe plus modeste pourrait mener à suffisamment de perte de poids pour prolonger la vie de 26 000 personnes sur une période de dix ans<sup>6</sup>.

Ces prévisions ont été contestées par d'autres scientifiques parce qu'elles sont trop larges et fondées sur des hypothèses méthodologiques faibles. Dans un article du *Lancet*, des chercheurs expliquent que les défenseurs de la santé publique surestiment habituellement la perte de poids potentielle découlant de politiques anti-obésité, parce qu'ils prennent rarement en compte le fait que le métabolisme des personnes s'ajustera à la suite d'une



Cette Note économique a été préparée par le Dr. David Gratzer, médecin, auteur et chercheur associé à l'IEDM en collaboration avec Jasmin Guénette, vice-président de l'IEDM.

**Figure 1**  
Consommation de boissons gazeuses et  
taux d'obésité au Canada (1989 à 2011)



Sources: Statistique Canada, CANSIM, Tableau 002-0011, « Aliments disponibles au Canada », 2012. Agence de santé publique du Canada, « Obésité au Canada », 2011, <http://www.phac-aspc.gc.ca/hp-ps/hl-mvs/oic-oac/adult-fra.php>.

Note: Nous avons utilisé le taux d'obésité mesuré plutôt que le taux d'obésité autodéclaré, parce que ce dernier sous-estime la prévalence de l'obésité. Les données pour l'obésité mesurée sont disponibles uniquement pour ces quatre années.

diminution mineure de calories<sup>7</sup>. Les hypothèses optimistes ne sont toutefois pas le principal problème soulevé par ces scénarios.

### Une portée trop restreinte

Même si l'on présuppose une réduction sensible de la consommation de boissons gazeuses et d'autres boissons sucrées à la suite d'une hausse de prix, taxer les boissons sucrées comporte plusieurs inconvénients qui en font une politique peu judicieuse. Le premier est la portée excessivement restreinte d'une telle taxe.

Les critiques citent souvent une étude américaine d'une façon qui surestime la part du problème qu'on peut attribuer aux boissons sucrées. Par exemple, on trouve sur le site Web d'une organisation canadienne contre les boissons sucrées l'affirmation selon laquelle « une étude de 2004 révèle que les boissons gazeuses constituent la plus importante source de calories aux États-Unis<sup>8</sup> ». Cette affirmation est fautive.

En fait, l'étude en question était une enquête nationale sur la santé et la nutrition, le National Health and Nutrition Examination Survey (NHANES). Les données pour l'enquête de

2003-2004 ainsi que les rapports subséquents ont montré que les boissons gazeuses ne sont qu'un seul des nombreux éléments dommageables pour la santé, lorsque consommés en trop grandes quantités, dans la diète américaine. Les desserts à base de céréales et d'amidon, les produits de boulangerie, ainsi que le poulet et les plats contenant des produits de volaille comptaient tous dans les données de 2005-2006 du NHANES pour une portion plus importante des calories ingérées que les boissons gazeuses, les boissons énergisantes et les boissons sportives combinées. Cette dernière catégorie comptait pour 5,3 % de l'ingestion totale de calories<sup>9</sup>. Selon une étude distincte sur les changements dans les habitudes alimentaires, manger moins de croustilles ou de pommes de terre était associé à une perte de poids plus importante que réduire de façon similaire sa consommation de boissons gazeuses<sup>10</sup>.

**En taxant la fabrication de toutes les boissons sucrées, on viserait également les boissons non gazéifiées, y compris les laits aromatisés, les thés sucrés, les frappés aux fruits et d'autres jus qui sont par ailleurs bons pour la santé.**

Les Canadiens pour leur part obtiennent moins de 2,5 % de leurs calories à partir des boissons gazeuses<sup>11</sup>. Dans la plupart des catégories d'âge et de genre, les adultes canadiens consomment plus de café et de bière que de boissons gazeuses<sup>12</sup>. Un grand café avec deux crèmes et deux sucres acheté chez Tim Hortons contient 270 calories, alors que le même café avec trois crèmes et trois sucres en contient 405. Le populaire cappuccino glacé de la chaîne va même procurer jusqu'à 470 calories dans un grand format avec de la crème. Par comparaison, une bouteille de 591 ml (une quantité qui équivaut à un grand café) de Coca-Cola ne contient que 260 calories<sup>13</sup>.

En termes de calories par volume, ces trois boissons vendues chez Tim Hortons sont donc plus sucrées qu'une bouteille de Coca-Cola. Toutefois, seulement une – le cappuccino glacé – serait vraisemblablement taxée selon le modèle de la taxe d'accise, parce que le sucre et la crème sont ajoutés au point de vente dans le cas des autres (voir Tableau 1).

Une autre raison qui incite les militants à concentrer leurs attaques sur les boissons gazeuses et les boissons sucrées est qu'ils sont une source importante de sucre *ajouté*, c'est-à-dire d'édulcorants raffinés contenant des calories qui sont ajoutés aux aliments et aux boissons durant la transformation et la préparation. L'obésité n'est cependant pas causée par le « sucre ajouté » ou par les « calories vides ». Ces termes créent une fautive impression. Par exemple, 400 calories obtenues en

**Tableau 1**

Les calories ne sont pas toutes égales  
Exemple d'incohérence dans l'application d'une taxe d'accise

TAXÉ	TAXÉ	NON TAXÉ	NON TAXÉ
Bouteille de 591 ml de Coca-Cola	Grand cappuccino glacé avec crème de Tim Hortons	Grand café avec deux crèmes et deux sucres de Tim Hortons	Grand café avec trois crèmes et trois sucres de Tim Hortons
260 calories	470 calories	270 calories	405 calories
			

mangeant une pizza « sans sucre ajouté » pourraient bien être moins bonnes pour la santé que les mêmes calories obtenues en buvant une grosse bouteille de boisson gazeuse, étant donné que la pizza est riche en sodium et en gras solides.

### Une cible mouvante

Un autre inconvénient est que même si l'on souhaite élargir la portée de la taxe, il serait difficile de cibler les bonnes catégories de boissons.

En taxant la fabrication de toutes les boissons sucrées – la solution préférée de la plupart des partisans d'une telle taxe – on viserait également les boissons non gazéifiées, y compris les laits aromatisés, les thés sucrés, les frappés aux fruits et d'autres jus qui sont par ailleurs bons pour la santé tels que le jus de canneberge. Les boissons qui contiennent des nutriments essentiels (incluant le calcium, la vitamine C et la vitamine E) seraient taxées. Le législateur pourrait éviter ce dilemme en taxant uniquement les boissons gazéifiées, mais cela laisserait de côté plusieurs sources de calories.

La Ville de New York a vécu ce dilemme en s'attaquant à un problème connexe : la réglementation de la taille des portions. Telle que rédigée, la nouvelle réglementation, qui interdit toute portion de 16 onces liquides et plus de boisson contenant du sucre ajouté, a plusieurs effets imprévus, dont le côté arbitraire de la définition de ce qui est sucré. La règle considère comme « sucrée » toute boisson qui contient plus de 25 calories par portion de 8 onces.

Comme l'explique le cofondateur des boissons Honest Tea<sup>14</sup>, le produit le plus populaire de la compagnie est son thé biologique Honey Green Tea, qui contient 35 calories par portion de

8 onces dans une bouteille de 16,9 onces. Ce format a été choisi parce qu'il était standard chez les embouteilleurs voisins. Honest Tea a maintenant le choix entre retirer son thé du marché new-yorkais, ou réaménager son système de production et de distribution de façon à vendre des bouteilles un peu plus petites, tout cela parce que son produit est plus sucré qu'une limite arbitrairement définie. D'une façon ou d'une autre, cela n'aura aucun effet sur le taux d'obésité à New York.

**Toute chose étant égale, un consommateur uniquement encouragé à ingérer moins de calories en provenance de boissons sucrées les remplacera probablement par des calories provenant d'autres boissons ou aliments.**

### La substitution calorique

Toute chose étant égale, un consommateur uniquement encouragé à ingérer moins de calories en provenance de boissons sucrées les remplacera probablement par des calories provenant d'autres boissons ou aliments. C'est ce qu'on appelle la « substitution calorique ». Les partisans d'une taxe minimisent l'importance de ce problème et leurs estimations du taux de substitution varient grandement. Le Dr. Brownell l'estimait de façon « conservatrice » à 25 % alors que certains chercheurs l'estiment à 40 %<sup>15</sup>.

D'autres études sont plus pessimistes. L'une souligne que les effets de substitution sont tellement complexes que des taxes mal ciblées « pourraient en fait entraîner une augmentation de poids »<sup>16</sup>. Des chercheurs ont par ailleurs observé que chaque augmentation additionnelle de 1 % des taxes imposées par les États américains sur les boissons gazeuses menait « à une réduction de l'indice de masse corporelle (IMC) de 0,003 point » – une quantité négligeable<sup>17</sup>. Même une très forte hausse de taxe n'aurait donc aucun effet observable. Le problème est que la « diminution de consommation de boissons gazeuses est entièrement compensée par une consommation accrue d'autres boissons contenant beaucoup de calories »<sup>18</sup>.

### Les limites politiques

Pour réduire la consommation de boissons sucrées, une taxe doit être suffisamment élevée pour modifier le comportement, ce qui risque de la rendre politiquement moins acceptable. Le Dr. Brownell et ses collègues ont suggéré une taxe d'un cent par once de boisson sucrée. Au Canada, une telle formule aurait pour effet d'augmenter de 0,12 \$ le prix d'une cannette, soit d'environ 10 %. La plupart des observateurs considèrent qu'il faudrait augmenter le prix d'au moins 20 % pour modifier le comportement de manière significative<sup>19</sup>.

## Une taxe sur les boissons sucrées ne serait qu'un geste politiquement motivé, s'attaquant de manière arbitraire à un bouc émissaire commode.

En 2010, 60 % des électeurs de l'État de Washington ont rejeté des taxes sur les boissons gazeuses, les bonbons et l'eau en bouteille lors d'un scrutin. La réaction brutale envers la taxe de vente harmonisée en Colombie-Britannique laisse croire que les Canadiens pourraient eux aussi réagir négativement à une hausse de taxe qui, notons-le, toucherait beaucoup de gens qui ne consomment que modérément les boissons sucrées.

Des taxes plus élevées pourraient également ne pas mener aux augmentations prévues de prix pour chaque produit<sup>20</sup>. Les compagnies pourraient chercher à protéger leurs parts de marché avec des rabais, des programmes de fidélisation et d'autres types de promotions. Les gouvernements seraient alors obligés d'imposer des niveaux de prix pour éviter ce problème, ce qui soulève de nouveau la difficulté politique d'avoir à contrôler les comportements des consommateurs, des contribuables et des entreprises pour atteindre des buts incertains.

### Conclusion

Les taxes et réglementations répressives sont populaires dans les cercles associés à la santé publique, mais il existe des options plus efficaces et constructives. Des expériences britanniques et américaines ont montré que des incitations financières positives peuvent mieux réussir à motiver les gens sur le plan de l'alimentation et de la perte de poids. Nous devons également former et organiser les fournisseurs de soins de première ligne pour qu'ils aident les patients à percevoir l'obésité comme un risque médical évitable. Les défenseurs de la santé publique ont raison de demander des repas scolaires plus sains et un retour des cours réguliers d'éducation physique.

L'obésité est un problème réel. Une taxe sur les boissons sucrées ne serait toutefois qu'un geste politiquement motivé, s'attaquant de manière arbitraire à un bouc émissaire commode.

### Références

1. La Coalition québécoise sur la problématique du poids milite depuis plusieurs années pour une taxe sur les boissons gazeuses et les boissons énergisantes : <http://www.cqpp.qc.ca/>. L'Association médicale de l'Ontario a récemment proposé des taxes plus élevées et des avertissements explicites sur les aliments sans valeur nutritive : <https://www.oma.org/MediaRoom/PressReleases/Pages/ActiontoCombatObesityEpidemic.aspx>.
2. Sarah Schmidt, « Support high for junk food, soft drink tax », *Calgary Herald*, 10 janvier 2012.
3. *Ibid.*
4. Kelly D. Brownell *et al.*, « The Public Health and Economic Benefits of Taxing Sugar-Sweetened Beverages », *The New England Journal of Medicine*, vol. 361 (2009), no 16.
5. Travis Smith *et al.*, « Taxing Caloric Sweetened Beverages: Potential Effects on Beverage Consumption, Calorie Intake, and Obesity », *USDA Economic Research Service*, no 100 (juillet 2010).

6. Y. Claire Wang *et al.*, « A penny-per-ounce tax on sugar-sweetened beverages would cut health and cost burdens of diabetes », *Health Affairs*, vol. 31 (2012), no 1.
7. Kevin Hall *et al.*, « Quantification of the effect of energy imbalance on bodyweight », *The Lancet*, vol. 378 (2011), no 9793.
8. « Drop the Pop » est un organisme faisant la promotion d'une réduction de la consommation des boissons gazeuses dans les territoires du Nord canadien : [www.dropthepopnw.ca](http://www.dropthepopnw.ca).
9. U.S. Department of Agriculture, U.S. Department of Health and Human Services, *Dietary Guidelines for Americans 2010*, p. 12.
10. Dariush Mazaffarian *et al.*, « Changes in Diet and Lifestyle and Long-Term Weight Gain in Women and Men », *New England Journal of Medicine*, vol. 364 (2011), no 25.
11. Voir Didier Garriguet, *Vue d'ensemble des habitudes alimentaires des Canadiens*, Statistique Canada, 2004, Tableau 4.
12. Voir Didier Garriguet, « Consommation de boissons chez les Canadiens adultes », Statistique Canada, novembre 2008.
13. Toutes les estimations du nombre de calories pour les produits Tim Hortons proviennent du calculateur nutritionnel sur le site Web de la compagnie : <http://www.timhortons.com/ca/fr/menu/nutrition-calculator.html>. Le nombre de calories est affiché sur les bouteille de 591 ml de Coca-Cola vendues au Canada.
14. Seth Goldman, « Mayor Bloomberg and Our 16.9-Ounce Tea », *The Wall Street Journal*, 22 juillet 2012.
15. Y. Claire Wang *et al.*, *op. cit.*, note 6.
16. C. Schroeter *et al.*, « Determining the impact of food price and income changes on body weight », *Journal of Health Economics*, vol. 27 (2008), no 1. L'étude évalue spécifiquement l'impact d'une taxe sur les aliments mangés à l'extérieur de la maison, une autre catégorie souvent blâmée de façon sélective comme cause de l'obésité.
17. Jason M. Fletcher *et al.*, « Can soft drink taxes reduce population weight? », *Contemporary Economic Policy*, vol. 28 (2010), no 1.
18. Jason M. Fletcher *et al.*, « The Effects of soft drink taxes on child and adolescent consumption and weight outcomes », *Journal of Public Economics*, vol. 94 (2010), p. 967.
19. Dennis Campbell, « "Fat tax" on unhealthy food must raise prices by 20% to have effect, says study », *The Guardian*, 16 mai 2012. Travis Smith *et al.* (*op. cit.*, note 5) mettent la barre à 20 % pour qu'une taxe ait un effet. Fletcher *et al.* (*op. cit.*, note 17) vont plus loin en affirmant que « même une augmentation relativement importante de 18 points de pourcentage (...) pourrait ne pas avoir d'effet substantiel sur le poids de la population. »
20. Jusqu'à récemment, la plupart des articles, comme celui de Kelly D. Brownell *et al.* (*op. cit.*, note 4), reconnaissaient la possibilité d'une opposition politique, mais ignoraient tout impact potentiel sur les prix d'une réaction en provenance du marché. Travis Smith *et al.* (*op. cit.*, note 5) ont le mérite d'avoir soulevé la possibilité d'un ajustement inattendu des prix.

1010, rue Sherbrooke O., bureau 930  
Montréal (Québec) H3A 2R7 Canada  
Téléphone : 514 273-0969  
Télécopieur : 514 273-2581  
Site Web : [www.iedm.org](http://www.iedm.org)

L'Institut économique de Montréal (IEDM) est un organisme de recherche et d'éducation indépendant, non partisan et sans but lucratif. Par ses études et ses conférences, l'IEDM alimente les débats sur les politiques publiques au Québec et au Canada en proposant des réformes créatrices de richesse et fondées sur des mécanismes de marché.

Fruit de l'initiative commune d'entrepreneurs, d'universitaires et d'économistes, l'IEDM n'accepte aucun financement gouvernemental. Les opinions émises dans cette publication ne représentent pas nécessairement celles de l'IEDM ou des membres de son conseil d'administration.

La présente publication n'implique aucunement que l'IEDM ou des membres de son conseil d'administration souhaitent l'adoption ou le rejet d'un projet de loi, quel qu'il soit.

Reproduction autorisée à des fins éducatives et non commerciales à condition de mentionner la source.

Institut économique de Montréal © 2012

Illustration : Ygreck Design graphique : Mireille Dufour