vinetur

La hausse de 20 % de la taxe allemande sur l’alcool réduirait à peine la consommation, selon l’AOK

Le projet n’ajoute que quelques centimes aux spiritueux, sans toucher à la bière ni au vin, qui concentrent l’essentiel de la consommation.

jeudi 24 septembre 2026



Le recours prévu par l’Allemagne à des taxes d’accise liées à la santé pourrait avoir des effets très différents selon les produits, selon l’association fédérale AOK, qui estime qu’une hausse proposée de la taxe sur l’alcool aurait sans doute peu d’effet sur la consommation, car elle est trop faible et ne toucherait ni la bière ni le vin.

Dans un entretien audio publié mercredi, Oliver Huizinga, responsable de la prévention à l’association fédérale AOK, a déclaré que les taxes dites d’orientation peuvent être des outils de santé publique efficaces lorsqu’elles sont conçues pour modifier les prix ou les formulations des produits de manière significative. Il a cité les projets actuels du gouvernement fédéral sur le tabac, l’alcool et les boissons sucrées gazeuses comme un premier test pour savoir si l’Allemagne est prête à aller au-delà de ce qu’AOK décrit comme un bilan de prévention faible.

Ces commentaires interviennent après la publication de l’Indice de santé publique 2025, un rapport élaboré par AOK avec le Centre allemand de recherche sur le cancer. AOK a indiqué que cet indice, publié en décembre 2025, plaçait l’Allemagne au 17e rang sur 18 pays européens examinés. Selon l’organisation, l’Allemagne se situait en bas de classement pour les politiques de tabac, d’alcool et de nutrition, tout en obtenant de meilleurs résultats en matière d’activité physique.

Huizinga a déclaré que l’indice montrait à quel point l’Allemagne s’appuie encore sur des mesures de prévention limitées, surtout lorsqu’il s’agit d’agir sur l’environnement dans lequel les individus prennent des décisions en matière de santé. Depuis lors, a-t-il ajouté, le gouvernement fédéral a annoncé ou engagé des travaux sur plusieurs mesures fiscales visant des produits jugés nocifs pour la santé.

Il a décrit de telles taxes comme un moyen « très efficace » de réduire la consommation de produits tels que le tabac et l’alcool, en particulier chez les groupes vulnérables, dont les jeunes. Il a également déclaré que ces taxes peuvent générer des recettes qui pourraient être utilisées soit pour soutenir le système de santé, soit, de préférence, pour financer des actions de prévention.

Mais Huizinga a établi une nette distinction entre la proposition du gouvernement sur le tabac et celle sur l’alcool. Pour le tabac, a-t-il dit, le projet actuel est « plutôt bon » car il entraînerait une hausse de prix substantielle sur plusieurs années. S’il était adopté

comme prévu, a-t-il ajouté, il pourrait avoir un effet préventif significatif et pourrait même être renforcé au Parlement. Il a ajouté qu'une taxe sur le tabac plus élevée pourrait prévenir des milliers de nouveaux cas de cancer au fil du temps.

Son évaluation des taxes sur l'alcool était plus sceptique. Dans le projet du gouvernement, les taxes sur les spiritueux, le vin effervescent et les alcopops augmenteraient de 20 %. Huizinga a déclaré que cela semble important au premier abord, mais qu'en pratique cela ne se traduirait que par une faible hausse sur une boisson individuelle, d'environ quelques centimes, soit autour de cinq centimes pour un long drink. À ses yeux, ce changement passerait à peine inaperçu pour les consommateurs et aurait donc peu d'effet préventif.

Il a également critiqué la décision d'exempter la bière et le vin, qui, selon lui, représentent environ les trois quarts de la consommation d'alcool en Allemagne. Comme ces catégories resteraient en dehors de la hausse, Huizinga a déclaré que le projet actuel ne devrait pas produire d'impact pertinent sur la santé publique.

Cette distinction pourrait avoir de l'importance pour le secteur des boissons, car elle suggère que toute pression immédiate sur les prix résultant de la proposition pèserait principalement sur les spiritueux, le vin effervescent et les mélanges alcoolisés prêts à boire, tout en laissant pour l'instant hors du dispositif les producteurs de bière et de vin. Si le projet reste inchangé, l'effet probable sur la demande des consommateurs pourrait être inégal selon les boissons alcoolisées, avec une pression seulement limitée sur la consommation globale d'alcool.

Huizinga a également évoqué une taxe distincte que le gouvernement devrait introduire sur les boissons sucrées à partir de 2027. Il a déclaré que la base juridique d'une nouvelle procédure législative figurait dans la loi adoptée en juillet 2025 pour stabiliser les taux de cotisation de l'assurance maladie légale. Contrairement aux taxes sur l'alcool et le tabac, a-t-il dit, l'objectif pour les boissons sucrées n'est pas principalement de rendre les produits plus chers pour les consommateurs. Il s'agirait plutôt d'inciter les fabricants à réduire la teneur en sucre.

Il a cité la taxe progressive du Royaume-Uni sur les boissons sucrées gazeuses comme modèle. Selon AOK, cette approche a entraîné une réduction substantielle des niveaux de sucre dans les boissons gazeuses, car elle a donné aux fabricants une forte incitation à reformuler leurs produits. Huizinga a déclaré que les signaux observés jusqu'ici suggèrent que le gouvernement allemand pourrait suivre la recommandation de la Commission sur le financement de la santé et adopter une conception similaire.

Dans ce cas, l'effet principal porterait probablement sur les recettes et la composition des produits plutôt que sur les prix de détail. Pour les fabricants de boissons, cela déplacerait l'attention des effets à court terme sur la demande vers d'éventuels coûts de reformulation et des changements de portefeuille, en particulier pour les boissons gazeuses à teneur plus élevée en sucre.

Le débat est aussi lié à la manière dont l'Allemagne prévoit de financer son système de santé publique. Huizinga a déclaré que la Commission sur le financement de la santé avait recommandé que les recettes de ces taxes d'orientation contribuent au système d'assurance maladie légale et soutiennent la stabilité des taux de cotisation. À ce stade, toutefois, a-t-il dit, les recettes supplémentaires tirées des taxes sur le tabac et l'alcool doivent encore aller au budget fédéral général plutôt que directement à l'assurance maladie légale.

Les recettes de la taxe sur le sucre sont traitées différemment, a-t-il dit, du moins sur le plan politique. Selon Huizinga, le gouvernement a promis que les recettes d'une taxe sur les boissons sucrées aideraient à compenser la réduction de la subvention fédérale au système d'assurance maladie. Reste à savoir si ce principe sera ensuite étendu aux taxes sur le tabac et l'alcool, ce qui pourrait faire partie du débat parlementaire.

Il a déclaré que les législateurs de la commission de la santé du Bundestag ont globalement estimé que ces fonds ne devraient pas seulement soutenir le système d'assurance, mais aussi être plus clairement liés à la promotion de la santé. Cela pourrait inclure des dépenses de prévention dans les lieux de travail, les crèches, les écoles et les communes.

Un deuxième rapport de la Commission sur le financement de la santé est attendu en décembre 2026 et portera sur des mesures à moyen et long terme visant à stabiliser le système d'assurance maladie légale en Allemagne. Huizinga a déclaré que la prévention devra jouer un rôle central dans ce débat, car, selon lui, il sera difficile de stabiliser le système dans la durée sans améliorer la santé globale de la population à mesure que le pays vieillit.

Il a déclaré qu'AOK attendait de la commission qu'elle formule des propositions fondées sur des données probantes, allant au-delà de la seule fiscalité. En particulier, il a cité les restrictions en matière de publicité et de marketing comme un domaine où l'Allemagne présente encore d'importantes lacunes. Il a déclaré que la publicité pour l'alcool reste omniprésente dans la vie quotidienne, que la promotion du tabac reste autorisée au point de vente, et que les produits alimentaires riches en sucre, en matières grasses et en sel peuvent encore être commercialisés avec des personnages de dessins animés et des cadeaux-jouets.

Huizinga a également déclaré que le mandat légal de prévention des caisses d'assurance maladie pourrait être renforcé et que les communes pourraient avoir besoin d'une obligation plus formelle de proposer des actions de prévention et de promotion de la santé. Il a fait valoir que la promotion locale de la santé échoue souvent parce que les villes et les communes ne disposent pas de leurs propres ressources financières, un problème qui, selon lui, devrait être traité si l'Allemagne veut une mise en œuvre plus large des mesures de santé publique.