

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion
Département des Sciences Économiques



Mémoire

En vue de l'obtention du diplôme de
Master en Sciences ÉCONOMIQUES
Option : Économie Appliquée et Ingénierie Financière

Thème:

**Étude de l'effet de substitution des tabacs locaux avec les tabacs importés :
Le fumeur algérien est-il un consommateur rationnel ?**

Préparé par :

- AIT ELHADJ Sofiane
- BEN SAADIA Meliha

Dirigé par :

- Mme KENDI Nabila
- Mr HIDRA Younes

Date de soutenance :

Jury :

Président : FOU DI. B

Examineur : DERMEL. A

Année Universitaire : 2015-2016

Remerciements

Au terme de ce travail, nous tenons à exprimer nos vifs remerciements à notre encadreur, *M^r HIDRA Younes*, pour son accompagnement tout le long de ce travail. Et de même, à témoigner toute notre gratitude et nos remerciements à *M^{me} HIDRA-KENDI Nabila* pour ses conseils avisés, ses corrections et l'aide dont elle nous a fait part.

On voudrait également témoigner toute notre gratitude à tous ceux qui nous ont apporté leurs aides pour mener à terme ce travail.

Dédicaces

*À mes très chers parents,
À mon frère et mes sœurs,
À tous mes amis.*

Sofiane.

*À mes très chers parents,
À mon mari,
À tous ma famille et mes amis.*

Meliha.

Sommaire

INTRODUCTION GENERALE

CHAPITRE I : LA RATIONALITÉ D'UN CONSOMMATEUR

I.1. LE CRITERE DE RATIONALITE CHEZ UN CONSOMMATEUR

I.2. L'ELASTICITE D'UN PRODUIT

I.3. LA SUBSTITUTION D'UN PRODUIT

I.4. LA CONTRAINTE BUDGETAIRE

CHAPITRE II : LA RATIONALITÉ D'UN FUMEUR

II.1. NOTIONS LIÉES AU TABAC

II.2. LA RATIONALITÉ ET LA DÉPENDANCE D'UN FUMEUR

II.3. L'ÉLASTICITÉ DU TABAC

CHAPITRE III : RATIONALITE DU FUMEUR ALGERIEN : ETUDE PAR ENQUETE DANS LA WILAYA DE BEJAÏA

III.1. CALCUL DE L'ELASTICITE DU TABAC

III.2. ENQUÊTE AUPRÈS DES FUMEURS DE LA WILAYA DE BEJAIA

CONCLUSION GENERALE

Liste des abréviations

C.E.S	Centre d'Économie de la Sorbonne
CAE	Conseil d'analyse économique
CREST	Centre de recherche de l'INSEE
CO	Monoxyde de carbone
Dt	Demande de tabac
€	Euro (monnaie européenne)
EB	Ensemble budgétaire
EC	Ensemble de consommation
E	Élasticité
Ec	Élasticité prix croisée
ep	Élasticité prix
e/r	Élasticité de la demande par rapport au revenu
ed/P	Élasticité de la demande par rapport au prix
OMS	Organisation mondiale de la santé
Pt	Prix du tabac
Px	Prix d'un bien X
Py	Prix d'un bien Y
R	Revenu
SNTA	Société Nationale du Tabac et Allumettes
STAEM	SOCIETE DES TABACS ALGERO-EMIRATIE SPA
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
U	Utilité

Index des tableaux

<u>Tableau N° 01</u> : Exemple numérique de substitution parfaite de deux biens	13
<u>Tableau N° 02</u> : Exemple chiffré des biens complémentaires	13
<u>Tableau 03</u> : Le rapport entre la variation du volume des ventes estimé en tabac à fumer de la SNTA et la variation de l'IPC des produits tabagiques locaux de 2000 à 2009	38
<u>Tableau N° 4</u> : Le rapport entre la variation des ventes des cigarettes de la SNTA et la variation de l'IPC des produits tabagiques locaux de 2010 à 2015	42
<u>Tableau N° 5</u> : rapport entre la variation de la demande estimée du tabac local et la variation du revenu annuel de 2000 à 2009.	44
<u>Tableau N° 6</u> : rapport entre la variation des ventes du tabac de SNTA et la variation du salaire moyen de mois de mai de 2010 à 2015.....	47
<u>Tableau N° 7</u> : le rapport entre les importations du tabac est l'IPC du tabac importé de 2000 à 2009.....	48
<u>Tableau N° 8</u> : l'élasticité croisée demande de tabac importé et le prix du tabac local de 2010 à 2015	50
<u>Tableau N° 9</u> : Répartition des enquêtés par sexe, Tranche d'âge, Situation familiale et Niveau d'instruction.....	58
<u>Tableau N° 10</u> : Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs statuts professionnels....	59
<u>Tableau N° 11</u> : Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs revenus mensuels.....	60
<u>Tableau N° 12</u> : répartition des enquêtés selon la tranche d'âge et le type de tabagisme.....	60
<u>Tableau N° 13</u> : la répartition des enquêtés selon le type de tabagisme et le revenu mensuel	61
<u>Tableau N° 14</u> : La répartition des enquêtes selon le revenu mensuel et selon la forme d'achat du tabac	62
<u>Tableau N° 15</u> : la répartition des enquêtées selon la Situation familiale et selon le type de tabagisme	63

<u>Tableau N° 16:</u> La répartition des enquêtés selon leur Tranche d'âge et selon les Dépenses quotidiennes consacrées à l'achat de cigarettes	63
<u>Tableau N° 17:</u> la répartition des enquêtes selon la tranche d'âge et selon l'évolution de la consommation du tabac dans le temps	64
<u>Tableau N° 18:</u> la répartition des enquêtés selon le revenu mensuel et selon évolutions de la consommation du tabac	65
<u>Tableau N° 19:</u> répartition des enquêtes selon le revenu éventuel et les dépenses consacrées à l'achat de cigarette	66
<u>Tableau N° 20:</u> la repartitions des enquêtes selon le revenu et selon la réaction des enquêtés face à l'augmentation dernière des prix du tabac local	67
<u>Tableau N° 21:</u> le classement des marques du tabac local et importé consommées par les enquêtes	68
<u>Tableau N° 22:</u> la répartition des enquêtés selon les raisons de consommer les marques locales/importées	69
<u>Tableau N° 23:</u> La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à abandonner une marque	69
<u>Tableau N° 24:</u> la répartition des enquêtés selon les sentiments donner par le tabac.....	70
<u>Tableau N° 25:</u> La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à fumer.....	71
<u>Tableau n° 26:</u> la repartitions des enquêtés selon le regret d'avoir commencé un jour fumé ..	71

Index des figures

<u>Figure N° 01 :</u> L'effet de substitution de A et B.....	12
<u>Figure N° 02 :</u> La courbe d'indifférence de biens neutres	14
<u>Figure N° 03 :</u> les courbes d'indifférences du consommateur	15
<u>Figure N° 04 :</u> les courbes d'indifférences du consommateur	15
<u>Figure N° 05 :</u> la courbe d'indifférence concave d'un consommateur	16
<u>Figure N° 06 :</u> Représentation graphique de la contrainte budgétaire	17
<u>Figure N° 07 :</u> Représentation graphique l'ensemble des possibilités de consommation	18
<u>Figure N° 08 :</u> Représentation graphique la pente de la contrainte budgétaire.....	19
<u>Figure N° 09 :</u> Effets d'une variation du prix et du revenu sur la contrainte budgétaire	19
<u>Figure N° 10 :</u> L'effet de substitution d' a_1b_1 à a_2b_2	35
<u>Figure N° 11:</u> La variation de la demande estimée du tabac et la variation de l'IPC du tabac local	39
<u>Figure N° 12:</u> Le rapport entre la variation des ventes des cigarettes de la SNTA et la variation de l'IPC des produits tabagiques locaux de 2010 à 2015.	42
<u>Figure N° 13:</u> rapport entre la variation de la demande estimée du tabac local et la variation de revenu annuel de 2000 à 2009.	44
<u>Figure N° 14:</u> rapport entre la variation des ventes du tabac de SNTA et la variation du salaire moyen de mois de mai de 2010 a 2015.....	47
<u>Figure N° 15:</u> La variation de la production locale en comparaison avec celle importée	48
<u>Figure N° 16:</u> Répartition des enquêtés selon leurs statuts professionnels.	59
<u>Figure N° 17:</u> Répartition des enquetés selon leurs revenus mensuels.	60
<u>Figure N° 18:</u> répartition des enquêtés selon la tranche d'âge et le type de tabagisme.....	61
<u>Figure N° 19:</u> la répartition des enquêtés selon le type de tabagisme et le revenu mensuel...	62

<u>Figure N° 20:</u> la répartition des enquêtées selon la Situation familiale et selon le type de tabagisme.....	63
<u>Figure N° 21:</u> la répartition des enquêtés selon le revenu mensuel et selon évolutions de la consommation du tabac	65
<u>Figure N° 22:</u> la repartions des enquêtes selon la tranche d'âge et selon la réaction des enquêtés face à l'augmentation dernière des prix du tabac	67
<u>Figure N° 23:</u> Classement des marques du tabac local et importé consommées par les enquêtés	68
<u>Figure N° 24:</u> la répartition des enquêtés selon les raisons de consommer les marques locales/importées	69
<u>Figure N° 25:</u> La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à abandonner une marque	69
<u>Figure N° 26:</u> la répartition des enquêté selon les sentiments donner par le tabac	70
<u>Figure N° 27:</u> La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à fumer	71
<u>Figure n° 28:</u> la repartions des enquêtés selon le regret d'avoir commencé un jour fumé	71

INTRODUCTION GÉNÉRALE

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Fumer est un plaisir qui ne souffre d'aucune inhibition. Les Algériens sont de grands consommateurs davantage que les habitants de certains pays développés, malgré l'impact financier sur les dépenses et l'assurance sociale.¹

En Algérie, le marché des cigarettes est un marché porteur, il affiche une croissance annuelle de 3,4 % jusqu'en 2015², selon les données d'Euromonitor. D'une valeur estimée à 2,345 milliards de dollars en 2015 contre 1,968 millions en 2010, le marché du détail algérien ne cesse de progresser malgré l'augmentation de certaines taxes.

Il est à noter qu'en Algérie, les tabacs importés sont relativement plus chers que les tabacs locaux et cet écart de prix entre ces deux tabacs ne cesse d'augmenter étant dû aux taxes y correspondantes. Mais, depuis 2009, les prix des tabacs locaux ne cessent d'augmenter, poussant ainsi, les consommateurs à substituer éventuellement leur tabac consommé à cause de son renchérissement.

A cet égard et selon la théorie néoclassique du consommateur rationnel, un fumeur rationnel est celui qui satisfait au mieux son bien-être ; il maximise sa satisfaction à moindre coût. Ainsi, ce fumeur substitue son tabac consommé si son prix augmente avec un autre tabac bon marché. Est-il le cas en Algérie ? Ainsi, la problématique qui se pose dans ce contexte est la suivante : **A cause de leur renchérissement progressif, les tabacs locaux sont-ils substitués par les tabacs importés ?**

Cette question appelle une autre série de questions :

- ✓ Les prix des tabacs locaux augmentent-ils plus vite que les tabacs importés ?
- ✓ Les fumeurs algériens sont-ils sensibles aux variations des prix du tabac ?
- ✓ Existe-t-il un effet de substitution entre les tabacs importés et les tabacs locaux ?

¹ Chérif Bennaceur, ÉCONOME: Consommation annuelle de tabac en Algérie, un marché de plus de 2 milliards de dollars, article du journal Soir d'Algérie, paru le 2 avril 2012, In <http://www.lesoirdalgerie.com/articles/2012/04/02/article.php?sid=132369&cid=27> , consulté le 10 novembre 2015

² Eurominutor International LTD, www.eurominutor.com, consulté le 10 novembre 2015

- ✓ Le revenu joue-t-il un rôle important pour expliquer le comportement de rationalité chez les fumeurs enquêtés ?
- ✓ Quels sont les facteurs qui expliquent la rationalité chez les fumeurs enquêtés ?

Afin de tenter de répondre à notre problématique, il est nécessaire de baser notre réflexion sur les hypothèses suivantes :

- Nous supposons que les fumeurs algériens substituent leur tabac consommé si le prix de ce dernier augmente avec un autre tabac bon marché.
- Il semble que le revenu joue un rôle important pour expliquer le comportement de rationalité chez les fumeurs enquêtés.
- Nous supposons que la rationalité chez les fumeurs est relative, elle dépend de leur situation sociale, personnelle et professionnelle.

Sur le plan méthodologique, notre travail est mené en trois étapes :

- D'abord, une recherche documentaire relative à notre thème à travers une consultation bibliographique contenant des revues, des articles et des supports de cours pour la recherche des notions, des concepts et des considérations théoriques relatifs à la rationalité. Il nous a été aussi indispensable de consulter le fonds documentaire de la bibliothèque de l'université de Bejaïa.
- Ensuite, nous avons procédé à une collecte de données secondaires relatives à notre thème à travers l'exploitation des sites internet nationaux et internationaux de statistiques officielles. Pour la collecte de certaines données macroéconomiques nationales, nous avons sollicité les organismes nationaux suivant : le Ministère des Finances (MF), la Société Nationale du Tabac et des Allumettes (SNTA), le Conseil National de l'Informatique et des Statistiques des Douanes (CNIS des Douanes), et l'Office National des Statistiques (ONS).
- Enfin, nous avons effectué une enquête auprès des fumeurs de la wilaya de Bejaïa, nous permettant de répondre à notre problématique d'un côté, et de nous donner des éléments de réponse, d'éclaircissement et d'explication à notre analyse de données sur l'élasticité et la substitution.

Nous tenons à signaler que par rapport à l'optique dont nous avons souhaité approfondir notre travail, la difficulté d'accès à certaines informations et données malgré leur disponibilité ou

leur non-actualisation nous a représenté un obstacle dans notre analyse microéconomique de l'individu fumeur en Algérie.

Dans le but de mener notre travail, nous l'avons organisé en trois chapitres.

Dans le chapitre premier, notre objectif est de tenter d'expliquer dans une première section les critères de rationalité d'un consommateur. Dans une deuxième section, notre objectif est de tenter d'expliquer dans quelle mesure un produit est élastique. Dans une troisième section, notre objectif est de tenter d'expliquer dans quelle mesure un produit est substituable par rapport à un autre. Enfin, dans une quatrième section, notre objectif est de tenter d'expliquer la contrainte budgétaire par rapport au consommateur.

Dans le second chapitre, notre objectif est de tenter d'expliquer dans une première section certaines notions liées au tabac afin de cerner les contours du sujet. Dans une deuxième section, notre objectif est de tenter d'expliquer dans quelle mesure un consommateur est rationnel ou dépendant quand il s'agit de tabac. Enfin, dans une troisième section, notre objectif est de tenter d'expliquer dans quelle mesure le produit du tabac est élastique en donnant un début d'éclaircissements sur les calculs à effectuer.

Le troisième chapitre est basé sur une analyse de données macroéconomiques nationales ainsi que de données primaires issues d'une enquête de terrain réalisée au niveau de la Wilaya de Bejaïa. Nous tenterons d'analyser la rationalité des fumeurs algériens, prenant un échantillon dans la wilaya de Bejaïa.

CHAPITRE I

LA RATIONALITÉ

D'UN

CONSOMMATEUR

CHAPITRE I : LA RATIONALITÉ D'UN CONSOMMATEUR

INTRODUCTION

Un comportement rationnel est généralement considéré comme une utilisation simple et cohérente des moyens dont on dispose pour faire certains choix précis. Le comportement des individus s'analyse à partir de la maximisation sous contrainte d'une fonction d'utilité. D'un côté, la théorie du consommateur essaie de répondre comment un individu se décide sur la répartition de son budget entre les différents biens et services disponibles et, d'un autre côté, à comment peut-il atteindre un maximum de satisfaction.

Dans ce chapitre nous avons pour objectif d'expliquer la rationalité d'un consommateur. La première section fera l'objectif de la définition du consommateur de point de vue juridique et économique ainsi de voir la notion de la rationalité et puis selon différentes analyses des économistes, ensuite, nous traiterons l'élasticité d'un produit, son analyse et son calcul, ceci fera l'objet de la deuxième section, dans la troisième section, nous allons aborder la substitution d'un produit et les préférences d'un consommateur et enfin dans la quatrième section, nous entamerons la contrainte budgétaire.

I.1. LE CRITÈRE DE RATIONALITÉ CHEZ UN CONSOMMATEUR

Dans cette section, nous allons nous intéresser à ce qu'est un consommateur d'un point de vue économique et juridique, puis nous allons voir la notion de rationalité selon la vision de différents économistes.

I.1.1. Définition du consommateur

Le consommateur est généralement défini comme toute personne physique qui, en dehors du cadre de son commerce, de ses affaires ou de sa profession, passe un contrat avec un fournisseur lui-même dans l'exercice de son activité professionnelle ou commerciale.

I.1.1.1. Sur le plan juridique

Dans la notion juridique, est considérée comme consommateur toute personne qui contracte auprès d'un professionnel pour satisfaire un besoin personnel, sans lien direct avec son activité professionnelle. Cette définition n'exclut pas les personnes morales.³

I.1.1.2. Sur le plan économique

Le consommateur dans l'économie est situé en fin de la chaîne de production de biens ou services qu'il achète pour les consommer ou les utiliser pour des fins personnelles. Il est à l'extrémité du cycle économique de la production. Ainsi la définition d'un régime juridique spécifique pour le dernier échelon de la chaîne économique introduit une solution de continuité dans la relation le long de la chaîne économique.⁴

En microéconomie, le comportement du consommateur est représenté de manière très simplificatrice : son unique problème consiste à choisir le nombre d'unités de chaque bien qu'il veut acheter. Pour ce faire, il maximise une fonction numérique mesurant sa satisfaction (bien-être) appelée fonction d'utilité.

Pour simplifier la démonstration, on considère que le consommateur ne retire sa satisfaction que par la consommation de deux biens X et Y.

Sa fonction d'utilité s'écrit : $U = U(X, Y)$ avec $X > 0$ et $Y > 0$ (1)

U : mesure le niveau de satisfaction obtenue

X : la quantité consommée du bien X

Y : la quantité consommée du bien Y

Pour n biens : $U = U(Q1, Q2, Q3... Qn)$ (2)

Étant donné que X et Y les quantités consommées, ne peuvent être que positifs, des quantités négatives n'auraient donc aucune signification économique et les fonctions sont définies dans l'intervalle] 0, +∞ [.⁵

³ <http://lexinter.net/JF/consommateur.htm> consulté le 29 février 2016

⁴ Idem (<http://lexinter.net/JF/consommateur.htm>)

⁵ Jallal Berrebeh, Cours de microéconomie, Université de Carthage, Faculté des sciences économiques de Nabeul, année 2012/2013, P23.

I.1.2. Rationalité économique du consommateur

Un consommateur rationnel est un consommateur calculeur. Avant d'acheter, il regarde les prix, compare les biens et se renseigne sur les conditions du marché. Cet effort n'est pas une perte de temps. Il a pour objectif de dépenser la totalité de son argent de manière à satisfaire le maximum de besoin et à obtenir la meilleure satisfaction possible.

I.1.2.1 La rationalité : une place centrale et contestée

La référence au principe de rationalité est très générale en sciences économiques. Elle occupe une place prépondérante au cœur des modèles économiques dominants, comme le fait remarquer B. Guerrien. Selon les analyses de Smith, Ricardo et Marx : Lorsque les détenteurs de capitaux cherchent à faire des placements qui leur donnent le taux de profit le plus grand possible, ils appliquent le principe de rationalité. Il en est de même pour les capitalistes qui :⁶

* Selon **Marx**⁷, pour les capitalistes qui utilisent de nouvelles techniques dans le but d'augmenter la plus value qu'ils extraient de ceux qui travaillent pour eux.

Cependant c'est au sein du paradigme libéral que l'approche fondée sur la rationalité joue le rôle le plus important. Ainsi, l'idée de rationalité apparaît déjà :

* Chez **A. Smith**⁸. Par exemple, pour justifier le libre-échange, il fait référence au comportement individuel rationnel : " la maxime de tout chef de famille prudent est de ne jamais essayer de faire chez soi la chose qui lui coûtera moins à acheter qu'à faire. ". De même, son analyse de la main invisible ou de la division du travail reposent sur le comportement maximisation des individus.

⁶ Alain Beitone, la place de la rationalité dans les comportements économiques, corrigé de dissertation, Université d'Aix Marseille, PP 2-4

⁷ Karl Heinrich Marx est un philosophe, économiste, sociologue, essayiste, théoricien de la révolution, socialiste et communiste allemand. Il est connu pour sa conception matérialiste de l'histoire, sa description des rouages du capitalisme, et pour son activité révolutionnaire au sein du mouvement ouvrier. Il a notamment participé à l'Association internationale des travailleurs. L'ensemble des courants de pensée inspirés des travaux de Marx est désigné sous le nom de marxisme. Il a eu une grande influence sur le développement ultérieur de la sociologie. Ses travaux ont influencé de façon considérable le XXe siècle, au cours duquel de nombreux mouvements révolutionnaires se sont réclamés de sa pensée.

⁸ Adam Smith, Économiste écossais (Kirkcaldy 1723 - Édimbourg 1790). Auteur de l'ouvrage fondateur de l'économie politique moderne, au XVIIIe siècle, Adam Smith est le maître à penser de l'école classique, dont les principes reposent sur le libéralisme. Pour lui, la seule source de richesse, pour le peuple comme pour l'État, est le travail.

* **Le courant walrasien**⁹, comme le courant **autrichien** accroît encore la place de l'hypothèse de rationalité au sein de la construction théorique dominante. Ces approches sont, en effet, beaucoup plus radicalement individualistes que l'approche classique. Le point de départ de leur analyse est l'individu souverain¹⁰, dont l'information est parfaite, qui classe toutes les opportunités qui lui sont offertes à partir d'un calcul coût/avantage. Ce rôle central de l'hypothèse de rationalité associé à l'individualisme méthodologique est souligné par **A. Wolfelsperger**¹¹. Selon cet auteur, la réalité sociale est le produit de comportements individuels et de rationalité à chaque individu utilise des moyens adaptés aux fins qu'il poursuit

Cette même approche est présentée par **B. Guerrien**¹² en des termes très voisins : qu'est-ce qui va amener les individus " libres et égaux " à procéder à des échanges ? Le principe de maximisation. En effet, selon B. Guerrien, les agents, munis de " fonctions-objectif " mesurant un " plaisir " ou un profit, vont chercher à maximiser cet objectif, en tenant compte de leur contrainte en ressources. Ainsi, dans l'optique néo-classique, la société serait formée d'individus qui agissent en étant soumis à certaines " forces " (plaisir, profit) résultant du principe de maximisation (ou de rationalité). "

Cependant, cette conception de l'individu rationnel repose sur une séparation radicale entre les décisions économiques et le contexte social et historique, comme le montre **P. Cahuc**¹³ : " En économie, le principe de rationalité signifie que les individus agissent en utilisant au mieux les ressources dont ils disposent, compte tenu des contraintes qu'ils subissent. (...) l'individu rationnel, ou encore homo oeconomicus, est égoïste : il tient compte uniquement de son propre intérêt. Il constitue en outre une unité de décisions autonomes : son comportement

⁹ Fils de l'économiste Auguste Walras, Léon Walras est connu comme le principal fondateur de l'approche économique néoclassique. Il a été considéré par Joseph Schumpeter comme « le plus grand de tous les économistes ». Son ambition était de montrer que l'économie pouvait être une science « pure », c'est-à-dire susceptible d'analyse indépendante des préférences idéologiques de l'analyste.

¹⁰ Les individus sont une condition dans le courant Walrasien qui fait accroître la quantité ou la qualité des facteurs de production

¹¹ Alain Wolfelsperger est un économiste français, né en 1938. Il est professeur d'économie publique internationale au sein du programme doctoral de l'Institut d'Études Politiques de Paris. Il est également membre du Centre de Recherche en Théorie Économique Jean-Baptiste Say, dirigé par Pascal Salin à l'Université Paris Dauphine. Il est enfin membre du comité de rédaction de la Revue de philosophie économique et membre du comité scientifique du Journal des économistes et des études humaines.

¹² Bernard Guerrien est économiste, docteur en mathématiques, docteur en sciences économiques, et maître de conférences à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

¹³ Pierre Cahuc est un économiste français. Professeur à l'École polytechnique depuis 2007, membre du CAE (Conseil d'analyse économique), chercheur au CREST (centre de recherche de l'INSEE), au CEPR (Londres) et directeur de programme à l'Institute for the Study of Labor (IZA) (Bonn), il est aussi membre du Cercle des économistes.

n'est pas déterminé par des habitudes sociales consciemment ou inconsciemment assimilées. Son comportement est défini indépendamment de toute contrainte macro sociale. Enfin, l'individu rationnel est maximisateur, il effectue des choix qui maximisent sa satisfaction."¹⁴

D'autant plus, la rationalité individuelle doit être reliée à la rationalité du système. Dans l'optique néo-classique, cette rationalité individuelle est liée au choix d'un critère normatif, l'optimum de Pareto. Ce critère (cohérent avec l'optique individualiste) une fois retenu, on montre que tout équilibre de concurrence pure et parfaite est un optimum de Pareto. Les mécanismes du marché concurrentiel conduisent bien à l'utilisation optimale des ressources (c'est-à-dire à la maximisation de la production sous la contrainte des ressources rares).

Selon **H. Brochier** : " La rationalité supposée des agents fonde ainsi un modèle fortement structuré, qui fait ressortir l'interdépendance des décisions économiques, qui est apte au traitement mathématique et qui permet, sous certaines conditions, une large utilisation des procédures d'optimisation ".

I.2. L'ÉLASTICITÉ D'UN PRODUIT

Ici, dans cette section, nous allons aborder l'élasticité d'un produit, voir comment on peut l'analyser et comment son calcul se fait.

I.2.1. Définition de l'élasticité

L'élasticité mesure la sensibilité d'une variable aux évolutions d'une autre variable. Cette notion provient des sciences physiques, et s'applique par exemple à une corde. Ainsi, une corde sera « élastique » si sa longueur varie à la suite de l'application d'une force de tension plus forte.¹⁵

En économie, l'élasticité est le coefficient de variation d'une variable y par rapport à la variation d'une variable x .

I.2.2 L'analyse de l'élasticité

Pour le calcul de l'élasticité, plusieurs éléments doivent être pris en considération :

- l'élasticité est un coefficient, elle n'a donc pas d'unité,

¹⁴ Pierre Cahuc, La Nouvelle microéconomie, Repères La Découverte, 1993, PP 6-7.

¹⁵ <http://lms.cours.fr/#/classe/2e/arbo/18700/opd/2233966>, consulté le 07 mars 2016

- l'élasticité est le rapport de taux de variation ; il ne faut donc pas la confondre avec le rapport des deux grandeurs (y/x) ou avec le rapport de leurs variations absolues ($\Delta y/\Delta x$),

- le signe de l'élasticité : positif ou négatif, indique si la variable « effet » varie ou non dans le même sens que la variable « cause ». En effet,

- * si les deux variables varient toutes les deux dans le même sens, l'élasticité est positive ; c'est, par exemple, généralement le cas de l'élasticité de la demande par rapport au revenu (ainsi, lorsque le revenu augmente, dans la plupart des cas, la demande augmente également),

- * si les deux variables varient en sens opposés, l'élasticité est négative ; c'est, le cas de l'élasticité de la demande par rapport au prix (ainsi, lorsque le prix augmente, dans la plupart des cas, la demande diminue).

- la valeur absolue de l'élasticité : indique si l'incidence de celle-ci est forte ou faible :

- * si la variable « effet » évolue au même taux que la variable « cause », c'est à dire si les deux variations relatives sont égales, la valeur absolue de l'élasticité est de 1,

- * si la variable « effet » évolue à un taux moindre que la variable « cause », la valeur absolue de l'élasticité est inférieure à 1,

- * si la variable « effet » évolue à un taux supérieur à la variable « cause », la valeur absolue de l'élasticité est supérieure à 1.

I.2.3. Le calcul de l'élasticité

Certaines variables économiques sont liées entre elles par un lien de causalité. Ainsi, le calcul de l'élasticité permet de calculer l'évolution de l'une en fonction de l'évolution de l'autre.

Pour mesurer l'influence de la variation d'une variable (cause) sur la variation d'une autre variable (effet), on doit effectuer le calcul suivant :

Élasticité = variation relative de l'effet / variation relative de la cause

$$\text{Élasticité} = \frac{(\text{variation absolue de l'effet} / \text{valeur initiale de l'effet})}{(\text{variation absolue de la cause} / \text{valeur initiale de la cause})} \dots\dots (3)$$

Soit, l'exemple suivant :

Si y est l'effet, c'est-à-dire la variable dépendante, et x la cause, c'est-à-dire la variable déterminante, l'élasticité de y par rapport à x se calcule de la façon suivante :

$$\text{Élasticité} = \frac{(\text{variation absolue de } y / \text{valeur initiale de } y)}{(\text{variation absolue de } x / \text{valeur initiale de } x)} \dots\dots (4)$$

Soit : élasticité = taux de variation de y / taux de variation de $x = (\Delta y/y) / (\Delta x/x)$.

I.2.4. Les principaux types d'élasticités

En analyse économique, on distingue essentiellement deux élasticités. Bien qu'il en existe d'autres, l'élasticité de la demande par rapport au prix, et l'élasticité de la consommation par rapport au revenu.

a. L'élasticité de la demande par rapport au prix

L'élasticité de la demande par rapport au prix mesure l'ampleur de la réaction de la demande d'un bien à la variation de son prix, c'est-à-dire :

$$e_{D/P} = \frac{\text{Taux de variation de la demande d'un bien en \%}}{\text{Taux de variation des prix de ce bien en \%}} \dots\dots (5)$$

En règle générale, la demande d'un bien étant une fonction décroissante de son prix et donc son élasticité-prix est négative ; c'est-à-dire que quand le prix augmente, la demande diminue et inversement. Mais, la valeur de l'élasticité dépend en fait du type de biens concernés. la mesure de le de l'élasticité demande permet de dresser ainsi une typologie des biens :

$|ep| < 0$: la loi de la demande.....

$|ep| = 1$: on parle d'une élasticité unitaire (iso élastique) si le prix augmente (diminue) de 1 %, la demande diminue (augmente) de 1 %.

$|ep| > 1$: on parle d'une élasticité, une faible variation du prix entraîne une variation importante de la quantité demandée.

$|ep| < 1$: la demande est inélastique, une variation importante du prix induit une faible variation de la demande (la variation de quantité demande est moins proportionnelle que la variation des prix).

b. L'élasticité de la demande par rapport au revenu

L'élasticité de la consommation par rapport au revenu mesure l'ampleur de la réaction de la consommation suite à la variation du revenu, c'est-à-dire :

$$e_{C/R} = \frac{\text{Taux de variation de la consommation en \%}}{\text{Taux de variation du revenu en \%}} \dots\dots (6)$$

D'une façon générale, la consommation étant une fonction croissante du revenu, l'élasticité-revenu est donc positive. Mais, là encore, l'élasticité-revenu diffère selon le type de biens. La mesure de l'élasticité-revenu permet de dresser ainsi une typologie des biens :

- **les biens « inférieurs » ($e_{C/R} < 0$)** : quand le revenu augmente, la consommation de ces biens diminue, car les ménages les remplacent par d'autres biens de meilleure qualité,
- **les biens « normaux » ou de premières nécessités ($0 < e_{C/R} < 1$)** : la consommation de ces biens augmente moins vite que le revenu (cas des produits alimentaires),
- **les biens « supérieurs » ($e_{C/R} > 1$)** : la consommation de ces biens augmente plus vite que le revenu (cas des loisirs).

I.3. LA SUBSTITUTION D'UN PRODUIT

Dans cette section, on va s'étaler sur l'effet de substitution d'un produit et les préférences d'un consommateur.

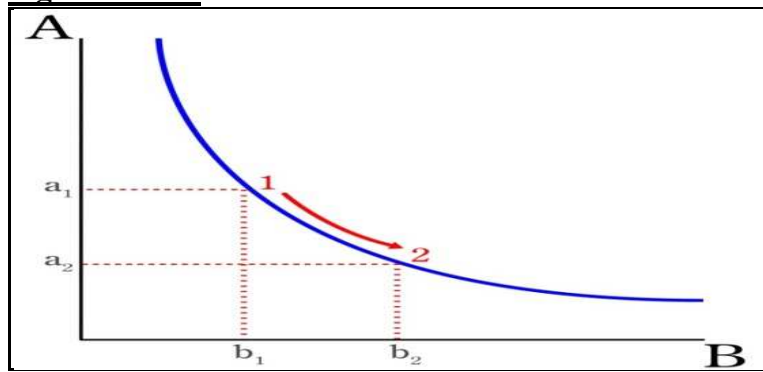
I.3.1. L'effet de substitution

La substitution est le remplacement d'un produit par un autre. Pour se faire, il faut que ce nouveau produit contente au moins autant le consommateur que le produit remplacé, compte tenu de ses goûts, du prix et des autres conditions du marché.

En effet, lorsqu'il y a substitution, le même niveau de satisfaction doit être conservé et le budget respecté, mais la combinaison des quantités de chaque bien peut changer à l'avantage de l'un et au détriment de l'autre¹⁶.

¹⁶<http://eco99international.fr/book/cours-fr19-la-consommation/les-effets-du-consommateur/leffet-de-substitution>, consulté le 07 mars 2016

Figure N° 01 : L'effet de substitution de A et B



Source : In <http://eco99international.fr/book/cours-fr19-la-consommation/les-effets-du-consommateur/leffet-de-substitution>, consulté le 07 mars 2016

I.3.2. Les préférences du consommateur

Le consommateur est supposé avoir des préférences à l'égard des paniers de biens appartenant à son ensemble budgétaire EB ou ensemble de consommation EC. Ainsi, il doit être capable de dire si le panier X est préféré ou faiblement préféré (ou est au moins aussi désirable que) au panier Y, ou inversement.

Nous allons considérer cinq cas particuliers qui correspondent à des relations particulières qu'établissent les préférences du consommateur entre les biens.

a. Les substituts parfaits

Deux biens x_1 et x_2 sont qualifiés de parfaitement substituables si le consommateur est disposé à les substituer à un taux constant. Afin d'illustrer cette définition, prenons l'exemple suivant : admettons qu'un étudiant, pour présenter son interrogation de microéconomie, a besoin d'un stylo, peu importe la couleur de celui-ci. Puisqu'il n'aura pas à utiliser au même moment deux stylos, on pourra lui donner un stylo de couleur bleue ou un stylo de couleur noire. Dans ces conditions, le stylo de couleur noire est un substitut parfait du stylo de couleur bleue et le taux d'échange est de "un contre un".

Représentons par x_1 le nombre de stylos de couleur bleue et par x_2 , le nombre de stylos de couleur noire. Si la couleur n'importe pas, on peut considérer les paniers suivants comme procurant au consommateur un même niveau de satisfaction ou d'utilité.

Tableau N° 01 : Exemple numérique de substitution parfaite de deux biens

Panier	A	B	C	D	E	F	G	H	I
X_1	4	3	5	6	2	7	1	0	8
X_2	4	5	3	2	6	1	7	8	0
$X_1 + X_2$	8	8	8	8	8	8	8	8	8

Source : Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, P 25.

b. Les biens complémentaires

Deux biens x_1 et x_2 sont complémentaires dans un processus de consommation si l'on ne peut pas consommer l'un sans l'autre et cela, dans des proportions fixes.

C'est par exemple le cas d'une personne qui consomme nécessairement une tasse de thé avec deux morceaux de sucre ou une paire de chaussures avec une paire de chaussettes. Si on lui donne 2 tasses de thé, il faudra nécessairement lui adjoindre 4 morceaux de sucre pour qu'il puisse assurer convenablement sa consommation.

Tableau N° 02 : Exemple chiffré des biens complémentaires

Panier	Tasses de Thé (x1)	Morceaux de sucre (x2)	Utilité	Observation
A	1	2	Même niveau	Le nombre de tasses correspond aux morceaux de sucre
B	1	3	Même niveau	Il y a un morceau de sucre en trop
C	1	4	Même niveau	Il y a deux morceaux de sucre en trop
D	2	2	Même niveau	Il y a une tasse de thé en trop
E	3	2	Même niveau	Il y a deux tasses de thé en trop
F	2	4	Supérieur	Le nombre de tasses correspond aux morceaux de sucre

Source : Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, P 27.

Il ressort de ce tableau que le niveau de satisfaction dépend de la correspondance entre le nombre de tasses de thé et de morceaux de sucre. Pour accroître le niveau de satisfaction, il faut accroître simultanément et dans les mêmes proportions les quantités consommées des deux biens (c'est le cas du panier F). Les paniers B, C, D et E procurent à l'individu un même niveau de satisfaction que le panier A parce que contenant un peu trop de sucre ou un peu trop de tasses de thé. Par un raisonnement analogue, on peut identifier les paniers de biens qui procurent à l'individu la même satisfaction que le panier F.

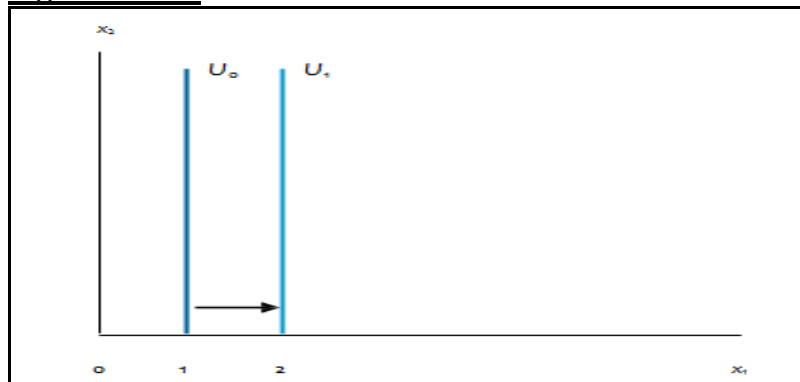
c. Les biens neutres

Un bien est neutre aux yeux d'un consommateur si la quantité disponible de ce bien n'influence aucunement son niveau de satisfaction.

Exemple : Admettons qu'à une réception, le protocole présente à un diabétique – lors d'un premier service – un panier de 19 bouteilles de boisson sucrée. Le diabétique ne consommera aucune bouteille compte tenu de son état de santé. Si – lors d'un deuxième service – le protocole lui présente un autre panier contenant cette fois 30 bouteilles de boisson sucrée, son niveau de satisfaction n'aura pas changé. Ainsi, la boisson sucrée est un bien neutre à ses yeux. Sa situation ne pourra s'améliorer que si on lui présente un panier contenant du soda. Plus important sera le nombre de bouteilles de soda, plus élevée sera sa satisfaction.

Si l'on représente le nombre d'unités du bien neutre par x_2 et le nombre de biens désirable par x_1 , la courbe d'indifférence¹⁷ de l'individu sera une droite parallèle à l'axe des ordonnées. La satisfaction augmentera que si l'on augmente la quantité de x_1 .

Figure N° 02 : La courbe d'indifférence de biens neutres

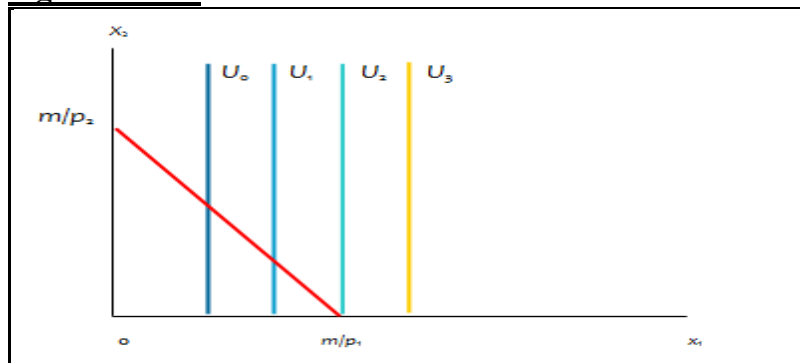


Source : Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, P 28.

Dans ce cas, le consommateur réalise son équilibre en consacrant tout son revenu à l'acquisition bien désirable. Ceci parce que le niveau de satisfaction est déterminé par x_1 et que celui-ci est maximisé au point $x_1^* = m/p_1$.

¹⁷ Une courbe d'indifférence est l'ensemble des combinaisons de deux biens qui procurent au consommateur un niveau de satisfaction identique.

Figure N° 03 : les courbes d'indifférences du consommateur

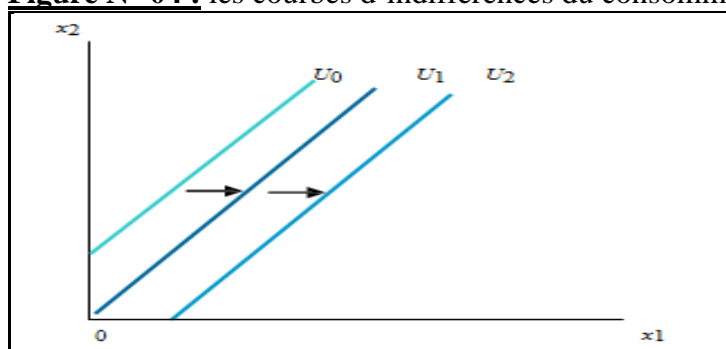


Source : Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, P 29.

d. Les biens indésirables

Un bien indésirable est un bien que le consommateur n'aime ou ne souhaiterait pas consommer. Par exemple, admettons que pour des raisons de santé, un parent soit obligé de faire boire régulièrement à son enfant du jus de carotte alors que celui-ci ne l'aime pas. Pour l'enfant, ce jus est un bien indésirable et il ferait tout ce qu'il peut pour éviter de le consommer. Conscient des goûts de son enfant, le parent peut – pour séduire son enfant – lui proposer en accompagnement du chocolat (bien qu'il aime). On peut donc dire que l'enfant sera prêt à prendre facilement un verre de jus si on lui donne par la suite un petit pot de chocolat. S'il faut lui donner deux verres de jus, comment devrait-on ajuster la quantité de chocolat pour que sa satisfaction soit la même que celle réalisée avec un verre de jus et un petit pot de chocolat ? Il faudra simplement lui donner un deuxième pot de chocolat. Dans ces conditions, les courbes d'indifférences du consommateur auront une pente positive.

Figure N° 04 : les courbes d'indifférences du consommateur



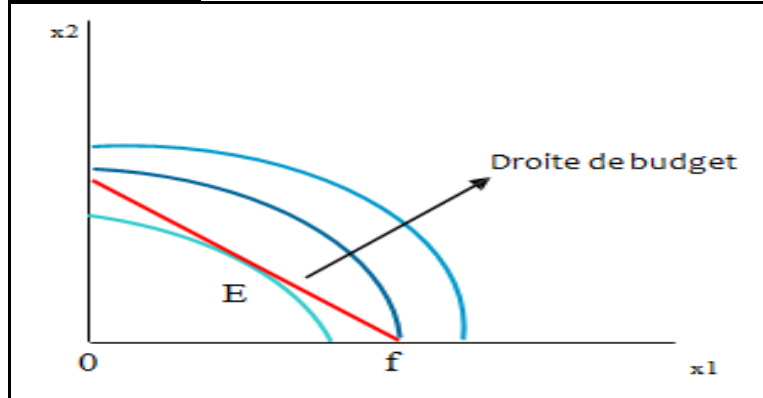
Source : Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, P 29.

La satisfaction de l'enfant s'accroît si l'on maintient inchangé le nombre de verres de jus et augmente le nombre de pots de chocolat, si l'on diminue le nombre de verres de jus et maintient inchangé le nombre de pots de chocolat ; ou, si l'on diminue le nombre de verres de jus et augmente le nombre de pots de chocolat.

e. Les préférences concaves

Il existe de ces biens que l'individu ne peut pas consommer au même moment compte tenu de leur nature ou de ses goûts. C'est le cas de la combinaison poisson salé – gâteau aux fraises. Dans de telles situations, la courbe d'indifférence du consommateur est concave par rapport à l'origine des axes.

Figure N° 05 : la courbe d'indifférence concave d'un consommateur



Source : Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, P 30.

Le point E qui est un point de tangence entre une courbe d'indifférence et la droite de budget ne correspond pas à un choix optimal pour le consommateur, car il est possible pour lui d'acheter le panier F qui se situe sur une courbe d'indifférence supérieure.¹⁸

I.4. LA CONTRAINTE BUDGÉTAIRE

La contrainte de budget indique toutes les différentes combinaisons de deux biens qu'un consommateur peut acheter, compte tenu de son revenu et du prix des deux biens. Les courbes d'indifférence n'indiquent pas la combinaison optimale. Elles expriment « le souhaitable » du consommateur, mais n'intégrant pas les contraintes qui pèsent sur sa décision.

I.4.1. Définition de la contrainte budgétaire

Le consommateur doit choisir une combinaison parmi l'ensemble des combinaisons qui sont possibles compte tenu de son revenu (R), et des prix des biens X et Y (P_x et P_y). Le revenu est déterminé sur le marché de travail. Les prix des biens étant déterminés sur le marché des biens et services. R , P_x et P_y sont des données pour le consommateur. Ce sont

¹⁸ Nshue. A, Mokime. M, cours de Microéconomie, Kinshasa, juin 2012, PP 25-30.

des variables exogènes, qui s'imposent au consommateur comme des contraintes au moment d'effectuer ces choix¹⁹.

Concrètement, la contrainte budgétaire signifie que la dépense doit être égale au revenu :

$$\mathbf{R} = \mathbf{P_x.X} + \mathbf{P_y.Y} \dots\dots (7)$$

Avec $\mathbf{P_x}$ = Prix du bien X, \mathbf{X} = Quantité du bien X,

$\mathbf{P_y}$ = Prix du bien Y, \mathbf{Y} = Quantité du bien Y,

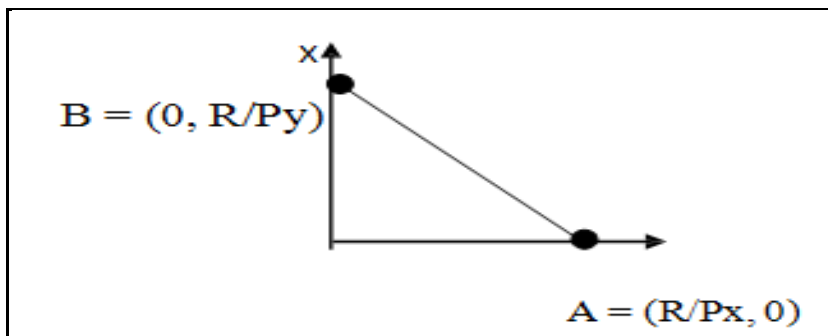
$\mathbf{P_x.X}$ = Dépenses sur X, $\mathbf{P_y.Y}$ = Dépenses sur Y, \mathbf{R} = Revenu.

I.4.2. Représentation graphique de la contrainte budgétaire

La représentation graphique de la contrainte budgétaire tient compte de l'ensemble des combinaisons possibles de consommation des biens X et Y avec un Revenu donné ; celle-ci est représentée par une droite. Il suffit de choisir les deux points extrêmes.

- Si on ne consomme que le bien X, alors $\mathbf{R} = \mathbf{P_x.X}$, $\mathbf{X} = \mathbf{R/P_x}$ et le Panier $\mathbf{A} = (\mathbf{R/P_x}, 0)$
- Si on ne consomme que le bien Y, alors $\mathbf{Y} = \mathbf{R/P_y}$, $\mathbf{Y} = \mathbf{R/P_y}$ et le Panier $\mathbf{B} = (0, \mathbf{R/P_y})$

Figure N° 06 : Représentation graphique de la contrainte budgétaire

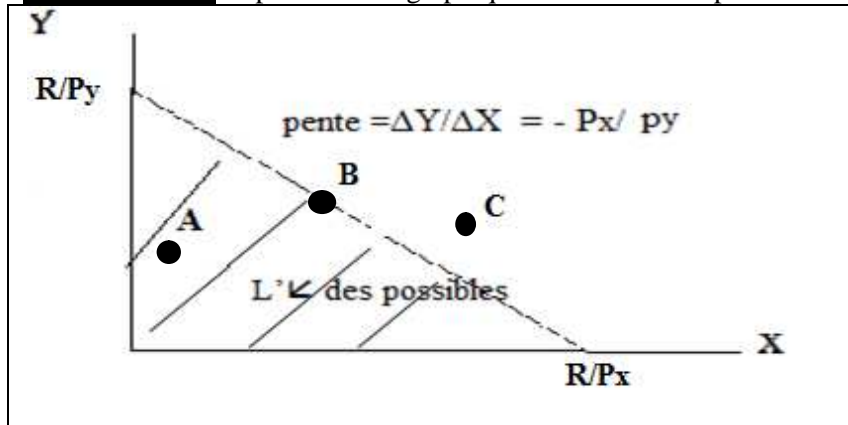


Source : J. Berrebeh, Cours de microéconomie, Les années Gestion, Faculté des sciences économiques de Nabeul, Université de Carthage p23

¹⁹ J. Berrebeh, Cours de microéconomie, Les années Gestion, Faculté des sciences économiques de Nabeul, Université de Carthage, année 2012/2013.

Les paniers intermédiaires entre ces deux extrêmes se trouvent sur le segment de droite qui relie ces deux paniers. Ce segment de droite représente la contrainte budgétaire. L'ensemble des possibilités de consommation est représenté par le triangle hachuré, y compris la frontière oblique.²⁰

Figure N° 07 : Représentation graphique l'ensemble des possibilités de consommation



Source : J. Berrebeh, Cours de microéconomie, Les années Gestion, Faculté des sciences économiques de Nabeul, Université de Carthage p24.

Tous les paniers figurant dans la zone hachurée (voir notre exemple A et B) peuvent être achetés par le consommateur. Mais un panier tel que A ne sera pas choisi, car le revenu ne serait pas intégralement dépensé. Les paniers au-dessus de la droite, tel que C, ne peuvent plus être choisis puisqu'ils ne respectent pas la contrainte financière.

I.4.3. L'équation de la contrainte budgétaire :

Équation de la contrainte budgétaire s'écrit comme suit : $Y = (R/P_x) - (P_x/P_y) \cdot X$ (8)

Cette équation décrit comment évolue la consommation du bien Y en fonction de celle du bien X.

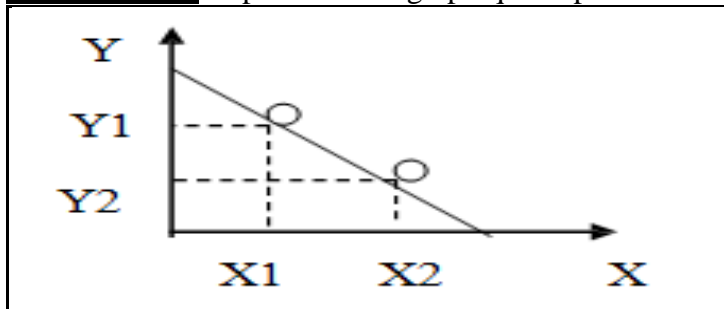
Cette relation, qui exprime la contrainte financière du consommateur, est appelée la droite budgétaire.

I.4.4. Les propriétés de la courbe budgétaire

- (P_x/P_y) mesure la pente de la droite budgétaire. La pente de la contrainte budgétaire met en évidence un coût d'opportunité à caractère objectif, du point de vue du consommateur. Si le consommateur désire augmenter X de $(X_1 - X_2)$ il ne pourra le faire que lorsqu'il renonce à une partie de la consommation de Y de $(Y_2 - Y_1)$. Au départ on aura : $R = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$

²⁰ Idem J. Berrebeh, Année 2012/2013.

Figure N° 08 : Représentation graphique la pente de la contrainte budgétaire



Source : J. Berrebeh, Cours de microéconomie, Les années Gestion, Faculté des sciences économiques de Nabeul, Université de Carthage p24

Supposons des variations dX et dY en respectant la contrainte budgétaire, on a :

$$P_x (X + dX) + P_y (Y + dY) = R$$

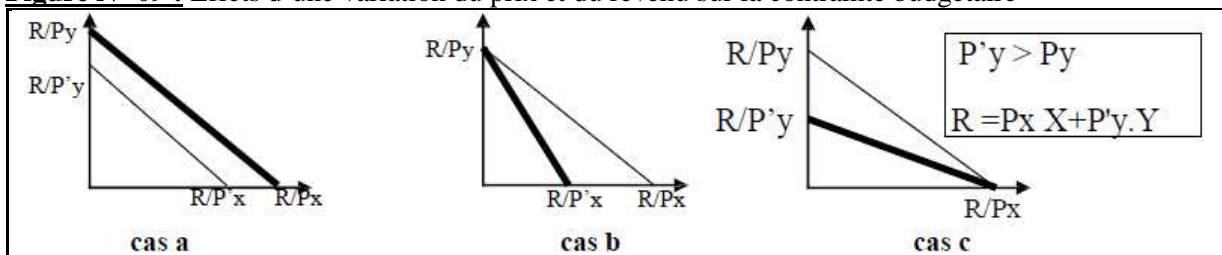
$$(P_x X + P_y Y) + P_x dX + P_y dY = R$$

$$- dY/dX = P_x / P_y$$

I.4. 5. Effets d'une variation du prix et du revenu sur la contrainte budgétaire

- Si le revenu augmente de R à R' , la courbe de la contrainte budgétaire se déplace vers le haut (cf figure N° 09)
- Si le prix du bien X augmente, la courbe s'incline du côté des X (cf figure N 09).
- Si le prix du bien Y augmente, la courbe s'incline du côté de Y (cf figure N 09).²¹

Figure N° 09 : Effets d'une variation du prix et du revenu sur la contrainte budgétaire



Source : J. Berrebeh, Cours de microéconomie, Les années Gestion, Faculté des sciences économiques de Nabeul, Université de Carthage p25.

²¹ Idem J. Berrebeh, Année 2012/2013.

CONCLUSION

D'après l'étude du comportement du consommateur en théorie économique, nous concluons qu'un consommateur rationnel cherche à atteindre le panier optimal (satisfaction maximale) de consommation, étant donné le budget dont il dispose et les prix des biens sur les marchés. Parmi l'ensemble des paniers de consommations qu'il peut acquérir, le consommateur va choisir celui qu'il considère comme étant le meilleur pour lui (choix rationnel).

CHAPITRE II
LA RATIONALITÉ
D'UN FUMEUR

CHAPITRE II : LA RATIONALITÉ D'UN FUMEUR

INTRODUCTION

Fumer du tabac est dangereux à long terme pour la santé et entraîne un risque très important de dépendance²². Les économistes s'appuient sur trois termes dans cette définition (dangereux, à long terme et dépendance²³) pour évaluer la légitimité des politiques publiques de lutte contre le tabagisme. Le danger ne suffit pas en lui-même à justifier l'intervention : si l'on croit que le consommateur est rationnel (hypothèse partagée par la plupart des économistes, moyennant des nuances détaillées ci-dessous), personne ne peut l'empêcher de retirer plaisir d'un danger si celui-ci ne pénalise personne d'autre que lui-même²⁴. En revanche, le fait que la réalisation du risque soit reportée très longtemps après la consommation peut légitimer l'intervention publique : le consommateur peut être rationnel, mais manquer d'informations sur le futur, ou négliger les états futurs au profit du plaisir présent (on parle de préférence forte pour le présent, attitude psychologique généralement attribuée aux jeunes). La puissance publique est alors légitime pour donner plus de poids au futur ou plus d'informations sur le futur, soit directement (par un affichage sur les paquets par exemple), soit indirectement, en renchérissant artificiellement le tabac via l'augmentation des taxes. De même, le fait que la cigarette rend le fumeur dépendant peut justifier l'intervention publique si l'individu ignore qu'il sera dépendant (ou à quel degré) avant de commencer à fumer ; là encore, l'individu peut être découragé soit par une augmentation du prix du tabac, soit, même si c'est encore rare, par une diffusion de l'information sur le risque de dépendance.

²²Dupilet C, Grignon M, Pierrard B. Modèles économiques et politiques de lutte contre le tabagisme. Rapport n° 1381. Paris : CREDES, 2002.

²³En cas de dépendance à une substance ou à un comportement, les choix actuels de consommation de l'individu dépendent de ses choix de consommation passés : le fumeur dépendant continue de fumer non pas en raison du plaisir apporté, mais plutôt par crainte de la gêne occasionnée par une réduction de sa consommation. La dépendance introduit une dissymétrie dans la relation entre volume consommé et plaisir : passer de N à N-n unités entraîne plus de peine que passer de N-n à N n'a procurée de plaisir.

²⁴Ce dernier point a donné lieu à une abondante littérature, en premier lieu sur le coût social que les maladies des fumeurs imposent aux non-fumeurs, et plus récemment sur le tabagisme passif.

Dupilet C, Grignon M, Pierrard B. Modèles économiques et politiques de lutte contre le tabagisme. Rapport n° 1381. Paris : CREDES, 200

Dans notre deuxième chapitre, intitulé la rationalité d'un fumeur, partagé en quatre sections, à noter, notions liées au tabac, la rationalité et la dépendance d'un fumeur, l'élasticité du tabac et puis enfin, la substitution du tabac.

II.1. NOTIONS LIÉES AU TABAC

Pour mieux cerner les contours de notre sujet, il nous est nécessaire de faire ressortir certains mots clés du sujet et de donner une définition par rapport au contexte d'étude, ce, dans le but d'éclairer l'opinion sur le phénomène en question.

a) Tabagisme : Le terme « tabagisme » est à l'origine un terme médical désignant l'intoxication aiguë ou chronique provoquée par l'abus du tabac. Par extension, il désigne également la consommation de tabac en général.²⁵

Il représente un problème majeur de santé publique, et coûte cher à la société, selon l'OMS chaque année, six millions de décès dans le monde.²⁶

Le tabagisme a une évolution chronique comportant plusieurs stades successifs :

- Le premier stade est celui du fumeur « *heureux* » qui n'a aucune envie d'arrêter pendant 5 à 20 ans, parfois plus. La motivation à l'arrêt est un processus de maturation progressif et lent.
- Survient ensuite le stade du fumeur « *indécis* » : il pèse le pour, c'est-à-dire les sensations agréables produites par la cigarette et le contre, qui sont les ennuis et les méfaits du tabac ; il envisage d'arrêter dans les six prochains mois.
- Puis vient le stade de la préparation pendant quelques semaines et celui de l'action avec l'arrêt et toutes les difficultés éventuelles qui en résultent pendant les 2 à 3 mois de la période de sevrage.
- C'est enfin le stade de consolidation ; comme pour toutes les dépendances, les rechutes sont fréquentes, soit près de 80 % dans l'année suivant l'arrêt. Mais tout arrêt même transitoire est un pas vers le succès final.²⁷

²⁵Dr Djenfi, Le tabagisme Université de Batna, Faculté de médecine de Batna, Cours de 4ème Année – Module de Pneumologie, 2012

²⁶Organisation mondiale de la santé (OMS), juillet 2015, consulté le 19 mars 2016.

b) Tabac : Plante de la famille des solanacées. On la trouve généralement sous forme de feuilles séchées et qui sont préparées afin d'être fumées, mâchées ou prisées²⁸.

c) Dépendance : État de subordination. Liaison, connexité, tout ce qui tient comme accessoire à une chose principale (médicament, tabac, alcool, héroïne), caractérisé par des troubles d'activités mentales, organiques dès que l'on arrête sa consommation en son usage²⁹.

d) Dépendance physique : Lorsque l'organisme s'est habitué à la présence de drogues. La personne se retrouve accoutumée à celle-ci, ce qui signifie qu'elle doit en prendre davantage pour ressentir les mêmes effets. Lorsqu'elle cesse de prendre de la drogue, elle éprouve les symptômes du sevrage.³⁰

e) Dépendance psychologique : Lorsqu'une personne croit qu'elle doit prendre de la drogue pour fonctionner ou se sentir à l'aise. Certaines personnes en viennent à croire qu'elles doivent prendre de l'alcool ou d'autres drogues pour faire face à leur quotidien.³¹

f) Toxicomanie : Habitude de consommer de façon régulière et importante des substances susceptibles d'engendrer un état de dépendance psychique et/ou physique. Ainsi la notion de toxicomanie ne se limite pas à l'usage de produits illicites. D'autres substances, légales et relativement bien intégrées socialement, peuvent, selon l'usage qui en est fait, engendrer, à l'instar des drogues, un état de dépendance. Il en est ainsi de l'alcool, du tabac et de certains médicaments tels que les tranquillisants ou les stimulants.³²

g) Le tabagisme passif : Consiste à inhaler, de manière involontaire la fumée dégagée par un ou plusieurs fumeurs.

Selon L'OMS, chez l'adulte, le tabagisme passif entraîne de graves maladies cardiovasculaires et respiratoires, dont des cardiopathies coronariennes et le cancer du poumon. Il est également une cause de mort subite du nourrisson et d'insuffisance pondérale à la naissance, presque la moitié des enfants respirent régulièrement, dans les

²⁷C. Bourdeux, L. Martineaud, G. Lagrue, Y. Ruffier des Aimes et R. Molimard, La revue « soins psychiatrie »: *la cigarette, un inter-dit thérapeutique*. N ° 214, mai-juin 2001.

²⁸LAROUSSE MÉDICAL/VUEF 2003, 9^e édition, PP 1010-1013.

²⁹Idem (LAROUSSE MEDICAL /VUEF).

³⁰Marilyn Herie, Ph.D, TSI and all, La toxicomanie : Guide d'information, Guide à l'intention des personnes aux prises avec une toxicomanie et de leur famille, Imprimé au Canada
© 2007 Centre de toxicomanie et de santé mentale p5.

³¹Idem (Marilyn Herie.2007)

³²<http://www.larousse.fr>, consulté le 11 avril 2016

lieux publics, un air pollué par la fumée de tabac. Plus de 40 % des enfants ont au moins l'un de leurs deux parents qui fume, le tabagisme passif provoque plus de 600 000 décès prématurés chaque année.³³

h) La nicotine : est responsable de la dépendance au tabac, mais pas des maladies causées par les autres constituants de la fumée (goudrons, CO, gaz oxydants...). La nicotine est particulièrement addictive lorsqu'elle est fumée, car elle atteint très rapidement le cerveau.

- Elle se fixe sur les récepteurs cholinergiques nicotiniques et stimule les systèmes de récompense en modulant la libération de nombreux neurotransmetteurs.

- Les traitements nicotiniques de substitution ne présentent pas ces mêmes dangers, car l'absorption de la nicotine est plus lente et ne provoque pas de pics cérébraux de concentration.³⁴

i) L'addiction serait donc un processus selon lequel un comportement qui permet à la fois l'éprouvé d'un plaisir, il s'agit là de renforcement positif de la substance, et le soulagement d'une tension interne répétée, qui fait référence au renforcement négatif de la substance.³⁵

II.2. LA RATIONALITÉ ET LA DÉPENDANCE D'UN FUMEUR

Dans cette section, nous allons présenter la rationalité et la dépendance d'un fumeur.

II.2.1. La rationalité d'un fumeur

La consommation de tabac est à l'origine des dépenses qui constituent des coûts privés pour les individus (achats, dépenses de santé non remboursables, amendes, etc.). La contrepartie de ces dépenses est donnée par le bien-être que les individus retirent de leur consommation. Dès lors qu'un individu accepte de payer un prix pour un produit, c'est qu'il dégage de sa consommation une utilité et un surplus. Le surplus est égal à la différence entre le prix payé par le consommateur et celui qu'il aurait accepté de payer pour obtenir le produit.³⁶

³³mediacentreOMS juillet 2015, In <http://www.who.int/>, consulté le 11 avril 2016.

³⁴ Docteur Bruno MASI – LA REVUE DU PRATICIEN, N° 635 du 15/12/2003, P 5.

³⁵Varescon, *Psychopathologie des conduites addictives*. Paris, Berlin, 2005.

³⁶ Tabac et société fondements de l'analyse économique, Pierre Kopp, août 2006, PP 7-9. Centre d'Économie de la Sorbonne (C.E.S), Université du Panthéon-Sorbonne, Paris 1.

La consommation de tabac engendre également des coûts qui frappent les tiers comme le tabagisme passif qui constitue une externalité³⁷.

Quand un individu fume sa première cigarette, il ne sait pas comment évoluera sa consommation. Sera-t-il bientôt dépendant ou au contraire cessera-t-il de fumer ou encore saura-t-il maintenir une consommation modérée ? Chaque individu a des caractéristiques particulières qui définissent sa réaction à l'addiction, mais il ne les connaît pas.

L'individu découvre s'il est « dépendant » ou « non dépendant » en essayant la cigarette. Il peut donc se trouver dans une situation où, ayant goûté au tabac, il devient dépendant et souhaiterait arrêter de fumer. Une autre possibilité est que l'individu découvre la cigarette et ne souhaite pas cesser, ce qui conduit à le décrire comme un « happy addict ». Certains individus, pensant ex ante appartenir à la première catégorie n'expérimenteront pas le tabac. D'autres vont sous-estimer la probabilité de devenir dépendant, goûter au tabac, devenir dépendants et regretter le fait d'avoir un jour commencé. Ex ante, ces individus ont surestimé le bénéfice qu'ils tireront du tabac ; les enquêtes les plus récentes indiquent que 75 % à 85 % des fumeurs, aux États-Unis, arrêteraient de fumer s'ils le pouvaient et regrettent leur décision d'avoir essayé la cigarette. 15 % des jeunes qui fument moins d'un paquet par jour pensent qu'ils fumeront toujours dans 5 ans. En fait, ils seront 42 % à fumer au moins une cigarette par jour.

II.2.2. La dépendance d'un fumeur

La dépendance au tabac est maintenant reconnue comme la maladie responsable des taux de morbidité et de mortalité évitables les plus importants dans le monde occidental. Le tabac provoque chaque année 4 millions de décès dans le monde. Compte tenu de l'explosion récente du tabagisme dans les pays en voie de développement, ce chiffre pourrait atteindre 10 millions de morts annuels en 2025. La dépendance tabagique est un comportement complexe, qui implique à la fois un renforcement primaire par la nicotine et

³⁷ Le terme "externalité" désigne des bénéfices ou des coûts qui, bien qu'ils s'ajoutent aux bénéfices et aux coûts propres à une activité donnée, ne sont pas reflétés dans les prix du marché et touchent les agents économiques tiers sans que ces derniers soient légalement tenus de payer ou en droit de recevoir un dédommagement. Par exemple, la fumée de la cigarette dérange un non-fumeur et constitue une externalité, puisque la gêne subie est non compensée par une somme d'argent. En revanche, le fait que les impôts des uns servent à financer les autres (ou la sécurité sociale) ne constitue pas une externalité, mais une forme de redistribution de la richesse.

des renforcements secondaires provenant d'autres constituants de la fumée de tabac ou de composantes comportementales associées à l'acte de fumer³⁸.

II.2.2.1. Caractéristiques de la dépendance

Chez la plupart des fumeurs, les critères caractéristiques d'une dépendance sont présents. La dépendance comportementale dépend de la pression sociale et conviviale.

La dépendance psychique est liée aux propriétés psycho actives de la nicotine : plaisir, détente, stimulation intellectuelle, actions anxiolytiques, antidépressives et anorexigènes ; elle apparaît très rapidement après la phase d'initiation, dès que la consommation atteint 5 à 6 cigarettes par jour et est alors l'élément essentiel qui renforce le comportement tabagique (renforcement positif). La dépendance physique survient après plusieurs années d'évolution et seulement chez 25 à 30 % des fumeurs : elle se traduit par une sensation de manque, de pulsion irrésistible à reprendre une cigarette, avec de la nervosité, de l'irritabilité ; ce renforcement négatif du comportement explique les échecs à court terme.³⁹

II.2.2.2. Évaluation de la dépendance

Le nombre de cigarettes fumées est un mauvais indice de la quantité de nicotine réellement absorbée, de monoxyde de carbone (CO) et de toxiques ; celle-ci dépend essentiellement de la façon dont le fumeur fume, c'est-à-dire de l'intensité des bouffées, de la profondeur de l'inhalation, de la combustion plus ou moins complète des cigarettes. Le type de cigarette a également peu d'influence, car le sujet dépendant fumant des « légères » inhale plus profondément pour obtenir la quantité de nicotine dont il a besoin.

La quantité de CO dans l'air expiré, mesurée instantanément de façon précise avec un CO-analyseur, reflète l'intensité de l'inhalation du fumeur ; cette mesure constitue également un élément important pour valider l'abstinence au cours du suivi, car les arrêts sont parfois allégués, mais non réels. Le dosage de la cotinine, principal métabolite de la nicotine, permet d'évaluer la quantité de nicotine absorbée chaque jour par le fumeur, élément précieux pour guider le traitement nicotinique.

³⁸ Docteur Bruno MASI – JANVIER 2004 – LA REVUE DU PRATICIEN N° 635 DU 15/12/2003

³⁹ Dominique Giffard, revue "soins psychiatrie" n° 214 mai-juin 2001 : "la cigarette, un inter-dit thérapeutique ?"

La motivation est paradoxalement plus importante chez les fumeurs motivés à l'arrêt que chez les patients victimes du tabac. La dépendance est appréciée par le questionnaire de *Fagerström*. Si la dépendance est importante, les échecs et rechutes sont la règle en l'absence d'une aide médicalisée.⁴⁰

II.2.2.3. Les modèles de dépendances

Les deux modèles proposés par les économistes reposent sur l'hypothèse classique de la théorie micro-économique : les comportements effectifs d'un individu sont le fruit de décisions rationnelles visant à maximiser sa satisfaction, une décision étant jugée rationnelle lorsque l'individu tient compte des conséquences qu'elle peut entraîner. Pour maximiser sa satisfaction, l'individu alloue au mieux de ses préférences le budget dont il dispose à différents biens et services.

Le premier modèle, dû à G.S. Becker et K.M. Murphy⁴¹, appelé « dépendance rationnelle », formalise un individu décidant rationnellement de débiter une consommation engendrant une dépendance, mais néglige pour ce faire la prise en compte par l'individu des conséquences sanitaires (notamment sur la durée de vie) de cette consommation ; à l'inverse, le second modèle, explicité entre autres par Suranovic et Al.⁴², appelé « capital santé », met en scène un individu prévoyant les conséquences en années de vie perdues de la consommation tabagique, mais négligeant la pénibilité de l'arrêt.

a) dépendance rationnelle

G.S. Becker et K.M. Murphy ne s'intéressent pas spécifiquement au tabagisme, si ce n'est comme test d'un modèle dynamique de la prise de décision. Dans un modèle dynamique, un individu prend à chaque date la meilleure série possible de décisions futures (jusqu'à sa mort) compte tenu de son environnement (essentiellement les prix relatifs) à cette date. Par la suite, il ne se conformera peut-être pas à ce programme si l'environnement change en revanche, si l'environnement reste inchangé, il n'aura aucune raison de dévier de ce programme. Décider de commencer à fumer est bien une décision qui change les choix futurs, ne serait-ce que celui de fumer ou non, en raison de la dépendance.

⁴⁰ Idem (Dominique Giffard, revue "soins psychiatrie").

⁴¹ Becker GS, Murphy KM. A theory of rational addiction. *J Polit Econ* 1988 ; 96 : 675-700.

⁴² Suranovic SM, Goldfarb RS, Leonard TC. An economic theory of cigarette addiction. *J Health Econ* 1999; 18 : 1-29.

R.A. Pollak⁴³ avait proposé de formaliser ce type de décisions dynamiques en faisant l'hypothèse que le fait de fumer à une période t changeait les préférences de l'individu pour les périodes suivantes. Cette formalisation ayant été jugée non conforme à l'individualisme méthodologique⁴⁴, G.S. Becker et K.M. Murphy ont proposé un modèle où l'individu conserve les mêmes préférences tout au long de sa vie ; mais au lieu de préférences « simples » pour les caractéristiques intrinsèques et observables des biens et des services, ils proposent le concept de « métapréférences », incluant des éléments non observables liés à l'histoire ou au contexte des biens et des services. Dans la situation d'une consommation de bien avec dépendance, comme c'est le cas au cours du tabagisme, ces métapréférences incluent le « stock » de consommations antérieures de cigarettes : si les individus ne changent pas de préférences, le stock accumulé de consommations antérieures les pousse à prendre « rationnellement », vis-à-vis de leur consommation courante, des décisions différentes de celles qu'ils auraient prises en l'absence de ce stock. Cette formalisation assimile le tabagisme à un investissement : le plaisir retiré de la consommation de tabac actuelle (et, d'ailleurs, la peine liée à la non-consommation actuelle) dépend d'une compétence à apprécier le tabac⁴⁵ (ou d'une difficulté à s'en passer), elle-même liée au stock des consommations passées.

La stabilité de ses préférences permet bien à l'individu de prévoir à chaque période l'ensemble de ses satisfactions présentes et futures et le conduit donc à un plan de maximisation de l'utilité stable dans le temps. C'est vraiment là que se trouve l'apport principal, sur le plan théorique, du modèle de dépendance rationnelle. D'un point de vue formel, le consommateur « dépendant » est équivalent au consommateur classique : il maximise la somme sur sa vie entière du plaisir retiré, à chaque période, de sa consommation de tabac (plaisir lui-même lié au stock de compétence tabagique accumulée) et de la consommation d'un autre bien pour lequel on ne suppose aucun effet de dépendance (c'est-à-dire tous les biens sauf la cigarette).

Le modèle de dépendance rationnelle propose un lien entre la consommation présente de tabac et le stock de tabagisme accumulé : sa principale prédiction est l'existence d'une consommation d'équilibre telle que la consommation courante de tabac entretient, sans l'augmenter, la compétence accumulée à apprécier le tabac.

⁴³Pollak RA. Habit formation and dynamic demand function. *J Polit Econ* 1970 ; 78 : 745–63.

⁴⁴Stigler GJ, Becker GS. De gustibus non est disputandum. *Am Econ Rev* 1977 ; 67 : 76–90.

⁴⁵Il s'agit là de la compétence accumulée à apprécier le tabac, une définition « positive » de la dépendance.

Il prévoit aussi que la consommation d'équilibre dépend de facteurs exogènes, comme le prix des cigarettes, mais aussi de facteurs individuels, comme la préférence pour le présent : les individus les plus « impatients », qui, d'un point de vue technique, ont un taux d'actualisation⁴⁶ supérieur, accordent moins d'importance aux événements futurs, et notamment à la dépendance ; ils commenceront donc à fumer plus volontiers, puisque le risque lié à la dépendance compte moins pour eux. De plus, comme une autre prédiction de l'analyse du comportement par les métapréférences est que les individus les plus impatients font moins d'études, G.S. Becker et K.M. Murphy en déduisent que leur modèle « prédit » correctement le taux de fumeurs supérieur observé chez les moins diplômés.

Enfin, ce modèle avance qu'il n'y a pas de solution d'équilibre quand la dépendance est trop forte, d'où l'existence de conduites apparemment irrationnelles, comme les conduites quasi suicidaires de certains toxicomanes. Le caractère addictif d'un bien pourrait alors être déduit de la proportion observée d'individus montrant des consommations toujours croissantes et sans équilibre.

Ce modèle de décision dynamique sur la durée de vie ne permet pas de considérer l'impact du tabagisme sur l'espérance de vie. Il autorise tout au plus une simulation des effets néfastes éventuels du bien addictif par son effet négatif sur la productivité de l'individu, donc sur son revenu futur.

b) Modèle de capitale santé

Avant sa formalisation par Suranovic⁴⁷, ce modèle, appliqué ou non à la consommation de tabac, a fait l'objet d'études et de développements par différents auteurs⁴⁸.

⁴⁶ Actualiser une valeur : c'est tenir compte de la dépréciation d'un bien (ou d'un service) en fonction de sa date de disponibilité. On applique à la valeur intrinsèque du bien ou service le taux d'actualisation (montant de cette dépréciation) pour obtenir l'équivalent-valeur de ce bien par rapport aux biens disponibles maintenant.

⁴⁷ Suranovic SM, Goldfarb RS, Leonard TC. An economic theory of cigarette addiction. *J Health Econ* 1999; 18 : 1–29.

⁴⁸ Grossman M. On the concept of health capital and the demand for health. *J Polit Econ* 1972 ; 80 : 223–55.
Fuchs VR. Time preference and health : An exploratory study. In : Fuchs VR, ed. *Econ Asp Health*. New York : Columbia University Press, 1982 : 93–120.

Viscusi WK. Age variations in risk perception and smoking decision. *Rev Econ Stat* 1991; 73: 577–88.

Kenkel DS. Health behaviour. Health knowledge and schooling. *J Polit Econ* 1991 ;99: 287–305.

Jones AM. Health, addiction, social interaction and the decision to quit smoking. *J Health Econ* 1994; 13 : 93–110.

Dans le modèle de capital santé, les individus sont supposés sensibles à leur état de santé, ou, plus précisément, à leur espérance de vie, et arbitrent rationnellement entre certains plaisirs pathogènes (consommation de tabac et d'alcool, vie sédentaire) et l'utilité apportée par des années de vie supplémentaires. Une telle modélisation fait intervenir un individu somme toute plus proche de l'intuition que le calculateur à horizon infini du modèle de dépendance rationnelle : n'est-il pas naturel de pondérer les efforts nécessaires à l'obtention d'une forte longévité par le coût engendré par ces efforts ? Plus prosaïquement, notre individu se demande si une vie courte, mais remplie de plaisirs n'est pas préférable à une vie longue, mais austère.

Malgré une certaine proximité⁴⁹, les modèles de dépendance rationnelle et de capital santé n'en sont pas moins irréconciliables : on pourrait certes imaginer un modèle théorique dans lequel l'individu tiendrait compte simultanément de son capital santé et de son capital addictif, mais, outre la difficulté analytique de traiter un tel modèle, on ne pourrait trouver de tests empiriques permettant de départager les effets de ces deux variables, dans la mesure où elles sont inobservables.

Dans l'approche du modèle capital santé, le piège de la dépendance est donc ignoré par le consommateur, et l'on retrouve plus ou moins le modèle à changements de préférences de R.A. Pollak : l'individu ayant fumé longtemps éprouve de la peine à passer à un niveau de consommation inférieur, qui lui apporterait pourtant satisfaction s'il n'avait jamais fumé. Cette peine peut être interprétée comme un coût⁵⁰, de quelque forme que ce soit : on peut imaginer des coûts convexes (plus on diminue, plus c'est difficile, cas d'une dépendance faible), concaves (les premiers pas sont les plus difficiles, cas d'une dépendance forte) ou sigmoïdes (convexes pour de petites diminutions, puis concaves).

Le modèle fonctionne alors comme suit : à chaque période de sa vie, l'individu arbitre sur un nombre de cigarettes idéal en comparant le plaisir apporté par la cigarette et la perte estimée en espérance de vie. Ce nombre idéal de cigarettes fumées engendre cependant un coût lié à la dépendance, et l'individu ne pourra donc pas « s'offrir » la décision optimale au regard de l'arbitrage initial. Un tel modèle rend compte assez simplement de plusieurs comportements de fumeurs. Il existe ainsi des fumeurs

⁴⁹ Les deux modèles sont en effet proches dans leur conception du consommateur, le modèle de Suranovic et Al. attribuant un rôle important à l'état de santé attendu, qui est aussi une "consommation" non directement observable.

⁵⁰ Idem (Suranovic SM, 1999).

malheureux que le coût de l'arrêt empêche de réaliser un arbitrage optimal et qui continuent de fumer alors que le plaisir des cigarettes fumées est moindre que la désutilité liée à la diminution d'espérance de vie ; par ailleurs, l'arrêt total de la consommation de cigarettes peut être une stratégie rationnelle, pour peu que le coût augmente moins vite que le gain tiré de l'amélioration de l'espérance de vie, enfin, un tel modèle rend compte assez naturellement de l'augmentation avec l'âge de l'envie d'arrêter sa consommation de tabac : l'individu se rapproche en effet du moment où les conséquences sanitaires du tabagisme sont susceptibles de se faire sentir.

II.3. L'ÉLASTICITÉ DU TABAC

Dans la section trois, nous allons présenter des notions relatives à l'élasticité du tabac.

II.3.1. définition de l'élasticité

Une élasticité mesure la réaction d'une variable à la variation d'une autre variable. Par exemple, on peut mesurer la réaction de la demande de tabac en conséquence de l'augmentation du prix du tabac.⁵¹

L'élasticité prix de la demande de tabac mesure la sensibilité de la demande des consommateurs tabagique aux variations de prix du tabac. Elle traduit non seulement le comportement des fumeurs, mais aussi des non-fumeurs à travers réciproquement l'élasticité de demande conditionnelle et l'élasticité de participation. Cette dernière exprime le fait qu'un non-fumeur peut décider de consommer du tabac si le prix lui semblait faible ;ou au contraire, si le prix est élevé, il peut décider de rester non-fumeur.⁵²

On peut mesurer la réaction de la demande de tabac à l'augmentation du revenu d'une personne, il s'agira alors du calcul d'une élasticité-revenu.

L'élasticité mesure donc une variation relativement à une autre variation, on parle donc d'un rapport d'accroissements relatifs. On utilise des taux de variation pour calculer l'élasticité.

⁵¹ *Terminale es – Cité Scolaire Internationale – a. stratakis – 2013/2014*

⁵² Haut Conseil de la santé publique, Avis produit par la Commission spécialisée Prévention, Éducation et promotion de la Santé le 25 janvier 2012, 14 avenue Duquesne 75350 Paris 07 SP, www.hcsp.fr

Si D_t est la demande de tabac et P_t est le prix du tabac, le calcul sera le suivant :

$$\text{Élasticité de la demande de tabac/prix} = \frac{\text{taux de variation de } D_t}{\text{taux de variation de } P_t} \dots\dots\dots (9)$$

On calcul un taux de variation sur une période donnée : L'élasticité n'a pas d'unité. Elle peut être positive, nulle ou négative. Nous verrons, pour chaque élasticité, comment interpréter le résultat.⁵³

II.3.1.1. L'élasticité prix de la demande du tabac

Comme pour la plus grande majorité des biens et services, les individus doivent être, en principe, sensibles aux variations du prix du tabac. Quand le prix baisse, les individus sont enclins à commencer à consommer ou à augmenter leur consommation et inversement, quand le prix augmente, les consommateurs ont tendance à ne pas commencer à consommer ou à diminuer, voire à arrêter de fumer. Cette sensibilité au prix du tabac est confirmée au niveau mondial.⁵⁴ Prenant l'exemple de la France. L'élasticité prix de la demande de tabac, qui mesure cette sensibilité aux variations de prix, s'établit entre - 0,3 et - 0,4 en France prenant en compte la dépendance au tabac. Autrement dit, quand le prix du tabac augmente de 10 %, la diminution des ventes attendue est de l'ordre de 3 à 4 %. Toutes les catégories de la population n'ont pas la même sensibilité aux variations de prix. Il ressort que ce sont les plus jeunes qui présentent la plus grande sensibilité aux variations de prix⁵⁵. En d'autres termes, chaque augmentation des taxes sur le tabac (qui augmentent de facto le prix) vient plus particulièrement soit désinciter les jeunes à commencer à fumer, soit les inciter à diminuer leur consommation de tabac ou encore à arrêter.⁵⁶ Si les augmentations de prix ne sont pas réitérées dans le temps, plusieurs facteurs viennent éroser la sensibilité au prix provoquée lors de la dernière augmentation. La prise en compte des prix relatifs est cruciale dans la mesure où

⁵³ Idem (*terminale/2014*)

⁵⁴ GALLET C. A., LIST J. A. Cigarette demand: a meta-analysis of elasticities. *HealthEconomics*, 12(10) (2003), 821-835.

⁵⁵ ANGUIS M. & DUBEAUX D. Les fumeurs face aux récentes hausses du prix du tabac, *Insee Première* (1997) n° 551, P 4.

ETILE, F. L'analyse économique des politiques publiques du tabagisme. *Psychotropes*, Vol. 12, n° 1(2006), PP 25-55.

BEN LAKHDAR, C. LERMIER A., VAILLANT N.G. (2011). Estimation des achats transfrontaliers de cigarettes 2004-2007. OFDT, *Tendances*, n° 75, P 4.

⁵⁶ CHALOUPKA F.J., CUMMINGS K.M., MORLEY C.P., HORAN J.K. (2002). Tax, price and cigarette smoking: evidence from the tobacco documents and implications for tobacco company marketing strategies. *Tobacco Control*, 11(Supp), i62-i72.

l'appréhension du prix d'un bien de la part d'un consommateur se fait relativement aux prix des autres biens. D'autres facteurs, tels que les stratégies des industriels du tabac ou les modifications de comportement de consommation et d'achat des fumeurs, viennent aussi altérer les effets des augmentations de taxes

Le calcul de l'Elasticité-prix de la demande du tabac sera le suivant :

$$\text{Elasticité-prix de la demande} = \frac{\text{taux de variation de la demande du tabac}}{\text{taux de variation du son prix}} \dots\dots\dots (10)$$

Et l'Interprétation du résultat est comme suit :

- Si l'élasticité égale à 1 $|ep| = 1$: on parle d'une élasticité unitaire (iso élastique) si le prix du tabac augmente (diminue) de 1 %, la demande du tabac diminue (augmente) de 1 %.
- Si l'élasticité est inférieure à 1 $|ep| < 1$, la demande du tabac est inélastique, une variation importante du prix du tabac induit une faible variation de la demande du tabac (la variation de quantité demande est moins proportionnelle que la variation des prix)
- Si l'élasticité est supérieure à 1 $|ep| > 1$ la demande du tabac est élastique, une faible variation du prix du tabac entraîne une variation importante de la quantité demandée du tabac.

Exemple : Prenons le cas de la demande de tabac d'un individu sur une année :

- Si le prix du paquet de cigarettes est de 10 €, sa demande annuelle est de 100 paquets
- Si le prix du paquet de cigarettes est de 12 €, sa demande annuelle est de 60 paquets.

Ainsi, l'élasticité de la demande de tabac par rapport au prix est de :

$$Ed/p = [(60-100)/100]/[(12-10)/10] = -0,4/0,2 = -2.$$

Ceci signifie que si le prix du tabac augmente de 1 %, la demande de tabac de cette personne baissera de 2 %.⁵⁷

⁵⁷ Idem in Haut Conseil de la santé publique, 25 janvier 2012.

II.3.1.2. L'élasticité revenue de la demande

L'élasticité-revenu de la demande mesure la sensibilité de la demande du tabac à la variation du revenu disponible des fumeurs. Elle est en général positive, car la demande du tabac augmente lorsque le revenu augmente. Mais il y a des exceptions.

* Méthode de calcul

$$\text{Élasticité de la demande tabac/revenu} = \frac{\text{taux de variation de la demande du tabac}}{\text{taux de variation du revenu disponible}} \dots (11)$$

* Méthode de calcul

- Si l'élasticité est supérieure à 1, la demande de ces biens augmente plus que proportionnellement par rapport au revenu.
- Si l'élasticité est comprise entre 0 et 1, la demande de ces biens augmente proportionnellement par rapport au revenu.
- Si l'élasticité est inférieure à 0, la demande de ces biens diminue lorsque le revenu augmente.⁵⁸

II.3.1.3. L'élasticité prix croisée

Il est possible que la consommation d'un bien ou d'un service varie non pas parce que le prix du bien en question a changé, mais parce que le prix d'un autre bien ou service a varié. L'élasticité croisée est le rapport entre le pourcentage de variation de la demande d'un bien A et le pourcentage de variation du prix d'un autre bien.

a) Méthode de calcul

$$E_c = \frac{\text{Taux de variation de la demande d'un bien (tabac local)}}{\text{Taux de variation du prix d'un autre bien (tabac importé)}} \dots \dots \dots (12)$$

- **Une élasticité croisée positive :** L'augmentation du prix d'un bien entraîne l'augmentation de la demande d'un autre bien. Les deux biens sont donc substituables.

⁵⁸ Idem in (Terminale es 2014)

- **Une élasticité croisée négative** : L'augmentation du prix d'un bien entraîne la diminution de la demande d'un autre bien. Les deux biens sont alors dits complémentaires.
- **Une élasticité croisée nulle** : Les deux biens sont indépendants.

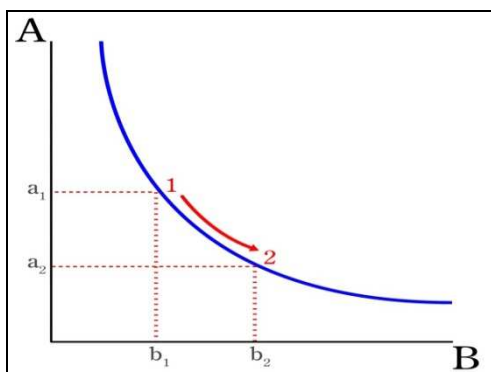
La substitution est le remplacement des tabacs importés par les tabacs locaux ou inversement. Pour ce faire, il faut que ce nouveau produit contente au moins autant le consommateur que le produit remplacé, compte tenu de ses goûts, du prix et des autres conditions du marché.

b) Utilité de l'élasticité prix croisée

La notion d'élasticité-prix croisée est particulièrement utile en matière de politique de la concurrence. Pour déterminer l'étendue d'un marché et déterminer si une entreprise est en situation d'abus de position dominante, il est en effet nécessaire de voir jusqu'à quel point différents produits sont substituables exemple : (SNTA, TABACO). La notion d'élasticité prix croisée est alors utile pour déterminer si deux biens appartiennent au même marché, et si les autorités de la concurrence doivent déclencher une action⁵⁹.

Lorsqu'il y a substitution, le même niveau de satisfaction doit être conservé et le budget respecté, mais la combinaison des quantités de chaque bien peut changer à l'avantage de l'un et au détriment de l'autre⁶⁰. Deux tabacs locaux et importés sont qualifiés de parfaitement substituables si le fumeur est disposé à les substituer à un taux constant.

Figure N° 10 : L'effet de substitution d'a1b1 à a2b2



Source : L'effet de substitution _ ECO 99 International.html, consulté le 07 mars 2016

⁵⁹ <http://www.lescoursdecogestion.fr/> . Elasticité de la demande, consulté le 13 avril 2016.

⁶⁰ L'effet de substitution _ ECO 99 International.html, consulté le 07 mars 2016

Le fumeur quelconque est supposé avoir des préférences à l'égard d'un panier de tabac appartenant à son ensemble budgétaire EB ou ensemble de consommation EC. Ainsi, il doit être capable de dire si un tabac local est préféré ou faiblement préféré (ou est au moins aussi désirable que) au tabac importé, ou inversement.

CONCLUSION

D'après l'étude du comportement d'un fumeur, nous concluons que sa consommation de tabac varie selon certains facteurs parmi eux : les prix sur les marchés, le revenu dont il dispose et ainsi au degré de sa dépendance au tabac, et de sa situation économique on dit qu'un fumeur est rationnel lorsque celui-ci cherche à procurer la satisfaction maximale face à sa contrainte budgétaire, comme il substitue son tabac avec celui de bon marché (moins cher).

CHAPITRE III

ENQUÊTE AUPRÈS

DES FUMEURS DE

LA WILAYA DE

BEJAIA

CHAPITRE III : RATIONALITÉ DU FUMEUR ALGÉRIEN : ÉTUDE PAR ENQUÊTE DANS LA WILAYA DE BEJAÏA

INTRODUCTION

Selon la théorie néoclassique du consommateur rationnel, un fumeur rationnel baisse sa consommation du tabac suite à l'augmentation de son prix si celui-ci n'est pas substituable, ou bien, substitue son tabac consommé avec un autre tabac bon marché si le prix de celui-ci augmente. Par ailleurs, si la satisfaction procurée par le tabac est plus forte que n'importe quel niveau du prix des cigarettes (même si celui-ci est exagéré), le fumeur sera considéré rationnel, selon certaines théories, malgré l'augmentation des prix du tabac.

En Algérie, les tabacs importés et de marques étrangères sont relativement plus chers que les marques de tabacs locales (celles de la SNTA). Avec l'augmentation dernière des taxes sur le tabac, l'écart des prix entre les tabacs importés et les tabacs locaux ne cesse d'augmenter. Ainsi, à cause de leur renchérissement progressif, les fumeurs algériens substituent-ils les tabacs plus chers (importés ou de marques étrangères) par des tabacs moins chers (de marque nationale) ? La composante du prix préoccupe-t-elle les fumeurs algériens ? Ou est-ce la satisfaction tirée du tabac qui prime ? Répondre à ces questions constitue l'objectif du présent chapitre.

Ainsi, dans la première section, nous avons pour objectif de répondre aux questions suivantes : les prix des tabacs importés augmentent-ils plus vite que les tabacs locaux ? La demande du tabac est-elle sensible à la variation des prix ? Existe-t-il un effet de substitution entre les tabacs locaux et les tabacs importés ?

III.1. CALCUL DE L'ÉLASTICITÉ DU TABAC

Dans cette section nous allons calculer l'élasticité prix/demande, élasticité demande/revenu et l'élasticité croisée des produits du tabac local et importé, sur une période de 15ans allant de l'an 2000 à 2015.

III.1.1. Élasticité prix/demande du tabac local

Dans ce point, nous allons procéder au calcul de l'élasticité prix des produits du tabac avec leur demande : **Elasticité-prix de la demande = (taux de variation de la demande du tabac local) / (taux de variation du prix de ce tabac)**, l'interprétation de cet instrument nous permettra de comprendre les comportements des consommateurs du tabac (fumeurs).

Dans notre travail, cette interprétation nous est indispensable afin de comprendre la réaction ou le comportement des fumeurs face à la hausse ou à la baisse des prix du tabac.

Durant la période allant de l'an 2000 à l'année 2010, le marché algérien du tabac n'arrivait pas à satisfaire la demande locale. C'est pourquoi, en plus de la production locale, l'Algérie importe des tabacs étrangers. Mais, à partir de l'année 2010, avec l'installation des entreprises étrangères de fabrication du tabac à l'exemple de STAEM⁶¹, le Groupe Altadis (cigarettes franco-espagnole) et la British American Tobacco, l'Algérie a beaucoup baissé ses importations du tabac manufacturé entre 2010 et 2015. C'est pourquoi nous décomposerons notre étude suivant ces deux périodes.

Tableau 03 : Le rapport entre la variation du volume des ventes estimés en tabac à fumer de la SNTA et la variation de l'IPC des produits tabagiques locaux de 2000 à 2009.

Années	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Production locale (tonnes) *	25203,3	27717,4	27520,4	28173,2	26631	27942,1	2756,5	25937,09	25629,03	27737,07
Volume des ventes estimé en tabacs à fumer***	13861,82	15244,57	15136,22	15495,26	14647,05	15368,15	1516,08	14265,40	14095,97	15255,39
La variation des ventes estimées en tabac à fumer***	-	9,97	-0,71	2,37	-5,47	4,92	-1,30	-5,94	-1,18	8,22
IPC (%) **	110,27	113,32	132,31	132,64	145	120,28	118,44	118,87	118,90	118,90
Variation IPC du tabac***	-	2,77	16,76	0,20	9,31	-17,05	-1,52	0,36	0,02	00
Élasticité prix/demande***	-	3,6	-0,042	11,85	-0,58	0,52	0,85	-16,5	-59	8,22

Source :

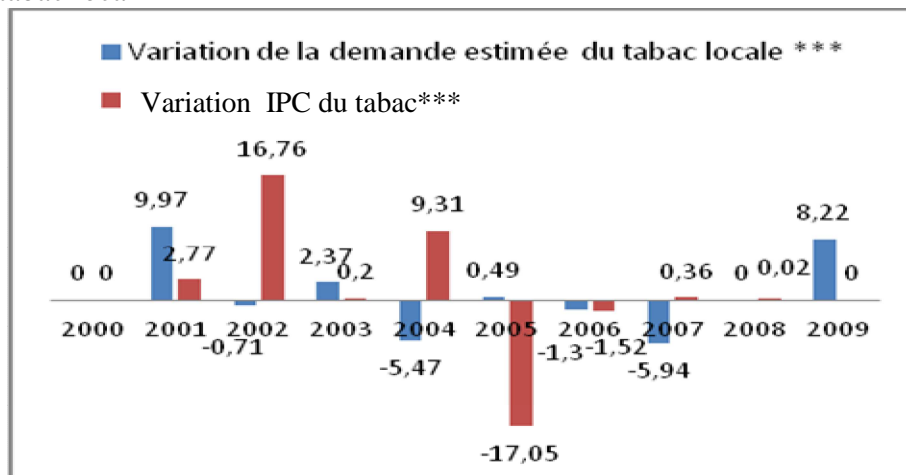
* ONS : (2013) rétrospective statistique (1962-2011), Alger, P 173-174,

**IPC : donnée de la SNTA

*** ratios calculés par nos soins.

⁶¹STAEM : la société des tabacs algéro-émiratien

Figure N° 11: La variation de la demande estimée du tabac et la variation de l'IPC du tabac local



Source : réalisé par nos soins à partir de tableau n 3.

En règle générale, la demande diminue lorsque le prix augmente. Cette sensibilité de la demande au prix s'exprime à travers le concept d'élasticité-prix de la demande (ou élasticité-prix). Ainsi, l'élasticité du tabac correspond au rapport entre le taux de variation de la demande du tabac et le taux de variation de son prix. Si celle-ci, en valeur absolue, est inférieure à un, $|ep| < 1$, on parle alors d'inélasticité ; c'est-à-dire qu'une variation importante du prix du tabac induit à une faible variation de la demande (la variation de la quantité demandée est moins proportionnelle que la variation des prix) et si celle-ci, en valeur absolue, est supérieure à un, $|ep| > 1$, on parlera d'une élasticité ; c'est-à-dire qu'une faible variation du prix du tabac entraîne une variation importante de la quantité demandée. Et si le taux de variation, en valeur absolue, est égal à un, $ep = 1$, on parlera d'une élasticité unitaire (iso élastique) ; c'est-à-dire que si le prix augmente (diminue) de 1 %, la demande diminue (augmente) de 1 % dans le même sens.

Il nous est impossible d'accéder au volume des ventes des produits du tabac de la SNTA pour la décennie 2000-2010. C'est pourquoi, nous nous sommes contentés des données sur le volume de production que nous avons collecté auprès de l'ONS. Ces données pourront nous servir afin de déterminer un pourcentage des ventes bien qu'elles nous donnent qu'une idée sur le volume de l'offre. Ainsi, prenant le volume de l'offre de l'an 2010 qui est de 26 082,90 tonnes. Étant donné que la chique représente pour la SNTA 25 % de sa production, dont celle-ci est exclue dans le volume des ventes que nous avons

collecté, ce qui fera 6520,725 tonnes en volume de l'offre sous forme de chique à soustraire. Ce qui nous reste (19562,175) représentera la production du tabac à fumer et quelques articles de tabagerie (les briquets) en plus de la constitution des stocks. Selon la SNTA, 10 % de leur production représente divers articles de tabagerie (ce qui équivaut à 2608,29 tonnes à soustraire également dans le volume de l'offre). La constitution des stocks varie entre 8 % à 10 % selon les années et en fonction des conditions du marché. Le reste représente le tabac à fumer. Ainsi, pour un volume des ventes de 14 000 tonnes en l'an 2010, ceci représente un pourcentage de 89 % dans la production de la SNTA en tabac à fumer. Sur cette base, si on estime que ces pourcentages sont valables pour la décennie 2000-2010, c'est-à-dire chaque année, 85 à 90 % du tabac à fumer est vendu, ce qui fera un volume de vente du tabac à fumer de l'ordre de 53 % à 55 % du volume de la production totale. Se référant à ses chiffres, nous avons des estimer le volume des ventes du tabac à fumer entre 2000 et 2010 à l'ordre de 55% du volume de la production locale. Pour notre étude, nous avons posés ce volume des ventes comme étant le volume de la demande locale.

Ainsi, selon les données du tableau n° 3, si on analyse le volume de la demande estimé du tabac locale, nous remarquons que son rythme d'évolution n'est pratiquement pas stable pendant toutes les années de la période d'étude. Néanmoins, les hausses ne sont pas spectaculaires (celles-ci ne dépassent pas 10 %) et les baisses ne sont pas aussi dramatiques (ne dépassant pas 6 %).

Cependant, comparée avec l'évolution de l'IPC des produits du tabac, l'évolution du volume de la demande estimée du tabac local aura un sens. Ainsi, malgré une augmentation des prix du tabac de 2,77 % entre l'an 2000 et l'année 2001, la demande estimée avait connu une augmentation de 9,97 %. Ceci reflète une augmentation de la consommation de 9,97 %. Donc, une augmentation des prix de 1 % a entraîné une augmentation de la demande de 3,6 %. Pendant cette période, l'élasticité du tabac est égale à 3,6. Le résultat étant supérieur à 1, la demande estimée du tabac local est donc élastique ; la variation de la quantité du tabac demandé est plus proportionnelle que la variation de prix. Malgré la faible augmentation des prix du tabac, le volume de la demande estimé du tabac local avait connu une augmentation importante. Donc l'augmentation des prix avait un effet plutôt positif sur la demande estimée et non pas dissuasif. Cette augmentation de la demande estimée du tabac de la SNTA atteste l'insensibilité parfaite de la demande du

tabac local à l'augmentation de son prix. Cela explique une absence de rationalité chez les fumeurs algériens.

Par ailleurs, suite à une augmentation des prix du tabac de 16,76 % entre l'an 2001 et l'année 2002, la demande estimée avait connu une baisse de 0,71 %. Ceci reflète une baisse de la consommation de 0,71 %. Ainsi, une augmentation des prix de 1 % a entraîné une baisse de la demande que de 0,042 %. Cette demande est donc inélastique aux variations importantes des prix. D'autant plus, l'élasticité du tabac est égale $|ep| = 0,042$. Le résultat est donc, en valeur absolue, inférieur à un ($|ep| < 1$) ; la demande du tabac local est donc inélastique aux variations du prix. Il fallait varier fortement le prix du tabac pour voir sa demande baisser légèrement.

La même interprétation sera faite pour l'année 2003 comparativement à celle de 2001, où malgré l'augmentation de 1 % des prix du tabac, la demande augmente comme même de 11,85 %. Cette insensibilité de la demande au prix se reflète dans la valeur de l'élasticité qui est égale à 11,85. Durant cette année le consommateur n'est pas également rationnel, pour l'année après (l'année 2004), le volume de la demande estimé a baissé de 5,47 % suite à une augmentation des prix de 9,31 %. Bien qu'il y ait eu une réaction à la baisse du volume de la demande estimé en conséquence de l'augmentation des prix, mais elle reste néanmoins faible, pour preuve, son élasticité $|ep| = 0,58$. Ceci dit qu'une augmentation des prix de 1 % avait entraîné une baisse de la demande de 0,58 %, la demande est donc inélastique et la rationalité fait défaut.

La même remarque est tirée pour les deux années 2005 et 2006 où nous n'avons soulevé aucune élasticité de la demande du tabac local avec son prix, pour les deux années respectivement $|ep| = 0,52$ et $|ep| = 0,85$. En situation d'inélasticité, cela veut dire que les fumeurs sont sensibles à la variation des prix du tabac, ce qui exclut tout effet éventuel de substitution.

Entre l'année 2007 et l'année 2008, la demande estimée du tabac local varie à un taux plus important que les prix, donc il y'a une forte élasticité, c'est-à-dire qu'une faible variation du prix du tabac local a entraîné une variation importante des quantités supposées demandées en conséquence d'une augmentation de 1 % des prix du tabac local, la demande baisse de 16,5 % et de 59 %. Le respectivement, ceci est dû peut être à la crise internationale de 2008, ou à d'autres facteurs, tel que le développement du commerce

illicite ou carrément à la substitution du tabac local par le tabac importé. Une année après (2009), la demande estimée du tabac local a connu une augmentation de 8,22 %. Ainsi les prix du tabac local ont stagné (entre 2008 et 2009 la variation de l'IPC était nulle). Par ailleurs, l'élasticité prix de la demande est de 8,22 %. Dans ce cas-là, du moment que la variation de la variable prix est nulle, donc la variation d'une autre variable ne peut être expliquée que par d'autres facteurs, autre celui du prix.

Tableau N° 4 : Le rapport entre la variation des ventes des cigarettes de la SNTA et la variation de l'IPC des produits tabagiques locaux de 2010 à 2015.

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Les ventes de cigarettes (tonnes) **	14000	14000	13000	11000	10000	
Variation des ventes***	-	00	-7,14	-15,38	-9,09	
IPC (%)*	122,65	132,28	141,39	142,63	142,61	170,32
Variation IPC du tabac (%)***	3,15	7,85	6,88	0,87	-0,014	19,43
Élasticité prix/demande ***	-	00	-1,03	-17,67	649,28	

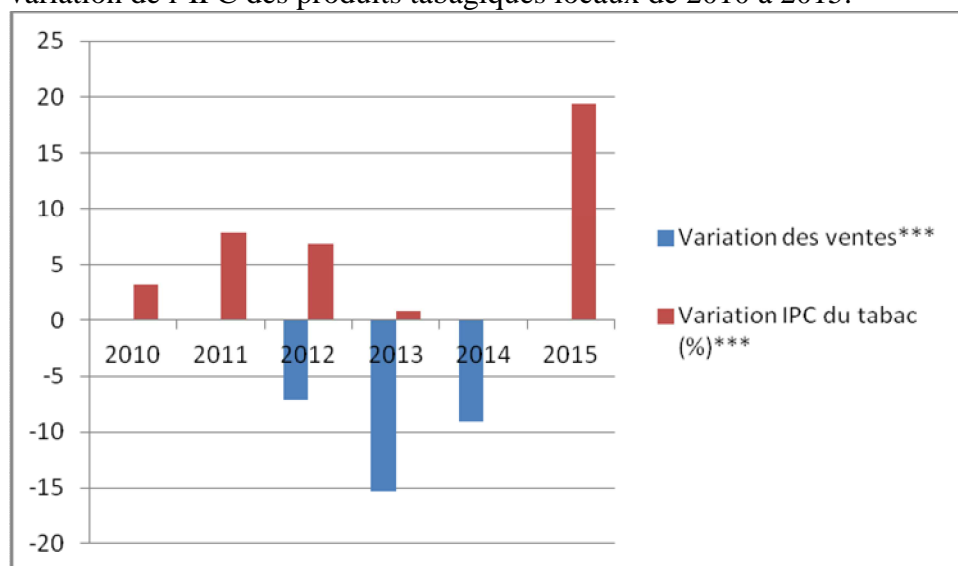
Source :

* IPC : ONS

** Les ventes : SNTA.

*** calcul : par nos soins.

Figure N° 12: Le rapport entre la variation des ventes des cigarettes de la SNTA et la variation de l'IPC des produits tabagiques locaux de 2010 à 2015.



Source : réalisé par nos soins à partir du tableau n° 4.

En 2010, avec l'entrée des entreprises étrangères de fabrication du tabac (STAEM et TOBACCO), les ventes de la SNTA ont beaucoup baissé. Ceci n'est certainement pas dû à la baisse du tabagisme en Algérie, car selon l'OMS, ce taux était de 28,6 % en 2004 il

passé 27,2 % en 2009⁶² Mais, réellement ceci est forcément dû à la substitution des fumeurs des tabacs locaux avec les nouveaux produits de marques étrangères disponibles sur le marché.

Sur la période allant de 2010 à 2015, nous allons considérer le volume des ventes comme représentant du niveau de la demande en produits du tabac pour la SNTA. Ainsi, comparé avec l'évolution de l'IPC des produits du tabac, l'évolution du volume des ventes du tabac local pourra nous apporter certaines informations.

Cependant, malgré une augmentation des prix du tabac de 3,15 % entre l'an 2009 et l'année 2010, suivie par une augmentation de 7,85 % entre 2010 et 2011, le volume des ventes reste stable ce qui sous-entend la non sensibilité de la demande à l'augmentation des prix puisque le volume des ventes n'a pas été affecté à la baisse. Nous parlons alors d'inélasticité.

Mais entre 2011 et 2012, les ventes estimées en tabac à fumer ont varié à la baisse avec un taux plus important que les prix, attestant ainsi l'élasticité de la demande du tabac local avec son prix. Une augmentation des prix de 1 % avait entraîné une baisse de la demande de 1,03 %. Il est de même pour les deux années 2012 et 2013 où les ventes estimées en tabac ont varié à la baisse de manière plus que proportionnelle (une baisse de 15,38 %) en conséquence d'une augmentation des prix de 0,87 %. Donc il y'a une forte élasticité (la baisse de la demande du tabac est plus que proportionnelle par rapport à la variation du prix). En revanche entre l'année 2013 à 2014, l'évolution du volume des ventes garde toujours sa tendance baissière (une variation de -9,09 %) pendant que l'indice des prix des tabacs locaux a connu une légère baisse (0,014). Donc, nous dirons qu'il y a une élasticité considérable, car, une très faible variation du prix a entraîné une baisse importante de la demande. Peut-être que cela étant la réponse des marques étrangères gagnant une importante part de marché sur le territoire national.

III.1.2. Élasticité demande/revenu du tabac local

L'interprétation de cet instrument nous permet d'analyser le comportement d'un fumeur dans sa consommation du tabac face à la variation de son revenu. Elle correspond

⁶² Cf. à : semep : Situation du Tabac en Algérie, Fiscalité, Service d'épidémiologie et de médecine préventive de Sétif, 2007. In : www.semepsetif.org. Et à : MSPRH : Enquête globale sur le tabagisme chez l'Adulte (GATS) Algérie 2010, MSPRH, Direction de la prévention, 2010.

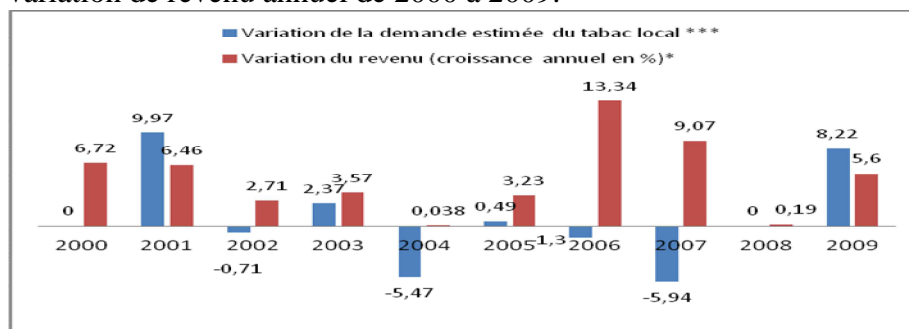
au rapport entre la variation de demande du tabac et le taux de variation du revenu disponible.

Tableau N° 5 : rapport entre la variation de la demande estimée du tabac local et la variation du revenu annuel de 2000 à 2009.

Années	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Variation de l'offre du tabac local ***	-	9,97	-0,71	2,37	-5,47	0,49	-1,30	-5,94	-1,18	8,22
Variation du tabac importée ***	-	6,08	-11,83	-16,14	7,32	-18,66	61,65	-1,68	-3,62	3,24
Variation de revenu (croissance annuelle en %)**	6,72	6,46	2,71	3,57	0,038	3,23	13,34	9,07	0,19	5,60
Variation IPC du tabac***	-	2,77	16,76	0,20	9,31	-17,05	-1,52	0,36	0,02	00
Élasticité demande/revenu***	--	1,40	-0,26	0,66	-	0,15	-0,08	-0,65	-6,21	1,46

Source : *** ratios calculés par nos soins.

Figure N° 13: rapport entre la variation de la demande estimée du tabac local et la variation de revenu annuel de 2000 à 2009.



Source : réalisé par nos soins à partir de tableau n °5.

En règle générale, la demande des ménages augmente suite à l'augmentation du revenu. Cette tendance de demande au revenu s'exprime à travers le concept d'élasticité demande/revenu. Elle correspond au rapport entre la variation de la demande du tabac local et le taux de variation du revenu disponible ; si celle-ci est inférieure à zéro ($eR < 0$) on parle alors de biens inférieurs, c'est-à-dire que la demande du tabac baisse quand le revenu augmente ou bien si le revenu baisse la demande du tabac augmente ; si cette élasticité revenu varie entre un et zéro ($0 < eR < 1$) on parle alors de biens essentiels, c'est-à-dire que la consommation du tabac augmente quand le revenu progresse, mais la consommation s'élève moins rapidement que le revenu. Ce sont globalement, les produits de première nécessité ; enfin, si celle-ci est supérieure à un ($eR > 1$) on parle alors des biens supérieurs. Ainsi, la consommation de ces produits progresse à un rythme plus rapide que le revenu, ce sont des produits de confort.

Si on considère que 55 % du volume de la production représente le niveau de la demande du tabac à fumer pour la SNTA entre la période 2000 et 2009 (Cf. Tableau n° 05) et si on analyse la variation de ce niveau de la demande estimée du tabac local avec la variation du revenu annuel moyen (croissance annuelle en %), nous aboutirons à ce qui suit :

D'abord, la variation du revenu moyen annuel entre l'an 2000 et l'année 2001 a connu une légère augmentation allant de 6,72 % à 6,46 %. Pendant cette période, le niveau de la demande estimée du tabac locale a augmenté de 9,97 %. Ainsi, cette augmentation du revenu avait engendré une augmentation concomitante et plus que proportionnelle de la demande du tabac local et importé (avec une variation plus importante pour le tabac locale). Cependant, prise isolément, l'élasticité demande/revenu du tabac locale est égale à 1,4 %. Le résultat étant supérieur à 1, la consommation du tabac progresse à un rythme plus rapide que le revenu. Dans ce cas, ces produits du tabac sont considérés de confort. Si on compare avec le tabac importé qui avait augmenté pendant cette période de 6,08 %, nous dirons que l'augmentation de la demande pour le tabac due à l'augmentation du revenu était plutôt favorable pour le tabac local comparativement au tabac importé.

Par ailleurs, entre l'an 2001 et l'année 2002, le revenu annuel moyen a connu une légère augmentation de 2,71 %. En revanche, la demande estimée du tabac local a connu une légère baisse (-0,71 %) pendant cette période. Prenant l'élasticité demande revenu du tabac local qui est égale à -0,26, ce qui signifie que la consommation du tabac baisse moins rapidement quand le revenu progresse. Ce sont globalement, les produits de première nécessité. Ceci peut être également expliqué autrement, car si on compare avec le tabac importée qui avait baissé pendant cette période de 11,83 %, on n'imagine pas un effet de substitution, car la baisse de la demande pendant cette période a touché les deux types de tabac simultanément.

Mais entre 2002 et 2003 où le revenu a connu une augmentation de 3,57 %, la demande estimée pour les tabacs de la SNTA a augmenté de 2,37 %. Donc, pour toute augmentation de 1 % du revenu, la demande estimée du tabac local augmente de 0,66 %. Ces produits donc sont qualifiés de biens essentiels ainsi, contrairement à la variation de la quantité du tabac importé dont la variation reste toujours sur une tendance baissière (une variation de -16,14 %) même si l'IPC a connu une léger hausse du 0,20 %, cela peut s'expliquer par la constitution de stocks de tabacs importés ou que la SNTA détient des

parts de marché importants, La même part de remarque est faite pour l'année 2003 comparativement à celle de 2001.

Une légère hausse du revenu sur la période allant de 2003 à 2004 a eu un effet favorable sur le tabac importé qui a connu une augmentation de 7,32 %. Mais celui-ci a eu un effet défavorable sur la demande estimée du tabac local qui a connu une baisse de 5,47 %. Pour cette période, l'élasticité demande/revenu du tabac local est inférieure à 0 (-143,94). Donc, quand le revenu augmente, la demande du tabac baisse considérablement. Ce sont des produits de qualités inférieures, ils sont donc substitués par des produits de meilleure qualité (le tabac importé dans notre cas).

La même part de remarque est soulevée pour l'année 2005 comparativement à celle de 2003, où suite à une augmentation du revenu de 3,23 %, la demande estimée pour les tabacs de la SNTA a connu une hausse de 0,49 %, tandis que les importations ont baissé de 18,66 %. La variation du revenu était donc bénéfique pour le produit local. On a déjà constaté dans le tableau n° 5 que les fumeurs ne sont pas sensibles à la variation des prix du tabac local ; dans le cas de l'élasticité demande/revenu du tabac local qui varie entre ($0 < \epsilon < 1$), la consommation du tabac augmente, mais elle s'élève moins rapidement que le revenu. Une augmentation du revenu de 1 % avait entraîné une augmentation de la demande du tabac local de 0,49 %. Pendant cette période, les importations du tabac ont connu une baisse importante de 18,66 %. Ceci est dû peut être au commerce illicite ou à certains facteurs inconnus. Mais, entre les années 2006, 2007 et 2008, le revenu a beaucoup progressé, soit respectivement de 13,34 %, 9,07 % et 0,19 %. En les comparant avec les variations de la demande estimée pour les tabacs de la SNTA qui ont connu une baisse sur toute la période, nous trouvons que l'élasticité demande/revenu du tabac local est négative (inférieure à 0). Quand le revenu augmente, la demande du tabac baisse, donc ce sont des biens inférieurs. Comme le volume du tabac importé a connu une augmentation très considérable en 2006, l'augmentation du revenu peut jouer en faveur de la demande du tabac importé. Les deux ans qui viennent juste après (2007 et 2008) où la variation du tabac importé est négative, ceci peut être expliqué par la constitution des stocks ou par la présence du commerce illicite du moment que la production locale a connu également des baisses.

En 2009, une hausse du revenu de 5,60 % a causé une augmentation de la demande estimée du tabac local ; il est de même des importations et la grande part reste pour le tabac

local. Ainsi, l'élasticité demande/revenu du tabac local est positive $er > 1$; (Une augmentation de revenu de 1 % avait entraîné une hausse de la demande de 1,46 %) les tabacs locaux pendant cette période sont donc considérés comme des biens supérieurs.

Tableau N° 6 : rapport entre la variation des ventes du tabac de SNTA et la variation du salaire moyen de mois de mai de 2010 à 2015

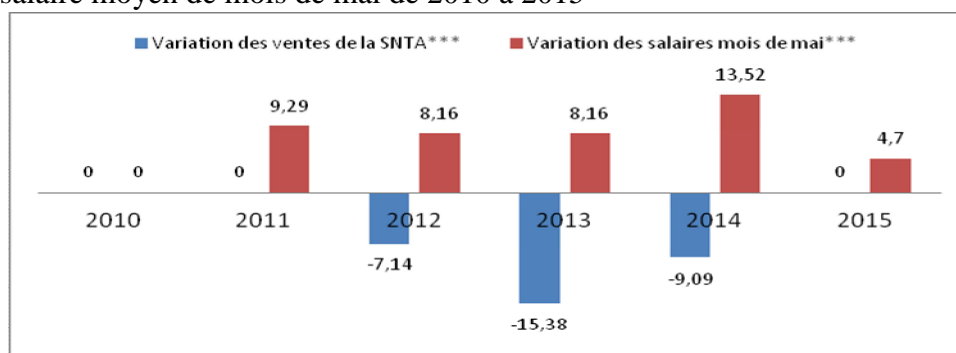
Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Variation des ventes de la SNTA***	-	00	-7,14	-15,38	-9,09	-
Salaire moyen mois de mai*	26900	29400	31800	36100	37800	-
Variation des salaires mois de mai***	-	9,29	8,16	13,52	4,70	-
Élasticité demande/revenu***	-	00	-0,87	-1,13	-1,93	-

Source :

*ONS ;

*** ratios calculés par nos soins.

Figure N° 14: rapport entre la variation des ventes du tabac de SNTA et la variation du salaire moyen de mois de mai de 2010 à 2015



Source : réalisé par nos soins à partir du tableau 6

En 2010, avec l'entrée d'entreprises étrangères de fabrication du tabac (STAEM et TOBACCO), le volume des ventes de la SNTA a beaucoup baissé. Ceci peut être dû à l'effet de substitution avec les nouveaux produits qui sont devenus disponibles sur le marché.

Durant la période allant de 2010 à 2014, les ventes de la SNTA ont négativement passant de 14000 tonnes à l'an 2010 à 10000 tonnes en 2014, malgré que le salaire moyen des individus à connu une augmentation durant cette période (Cf. Tableau n°06).

On remarque en l'an 2011 l'élasticité demande/revenu est nulle, donc il ya aucun effet de l'augmentation des salaires (9,29%) sur la demande du tabac qui a resté stable. Une année après, les ventes ont baisse de 7,14%, malgré que le salaire a augmenté de 8,16%. Dans cette période, l'élasticité est de -0,87, elle est négative, donc la demande du tabac est

inélastique au revenu, la demande baisse lorsque le revenu augmente. Dans ce cas le tabac local est considéré comme un bien inférieur.

Le même constat est soulevé pour les autres années ou malgré que le salaire augmente les ventes de la SNTA baissent. De plus l'élasticité demande/revenu est négative dans toute la période de notre étude, donc les ventes sont inélastiques au salaire dans cette période. Cela peut être expliqué par l'évolution remarquable de l'IPC des tabac qui est passé de 122,65 en l'an 2010 en 170,32 à l'an 2015

Nous remarquons qu'à partir de 2011, le produit du tabac local représente un produit remplaçable, cela veut dire qu'il est substituable par le tabac importé, ceci peut être la conséquence de l'installation des entreprises étrangères et que les fumeurs ont trouvé une satisfaction meilleure.

III.1.3. Elasticité prix croisée entre le tabac local et importé

L'interprétation de cet instrument nous permet d'analyser le rapport entre le pourcentage de variation de la demande du tabac importé et le pourcentage de variation des prix tu tabac local.

Tableau N° 7 : le rapport entre les importations du tabac est l'IPC du tabac importé de 2000 à 2009

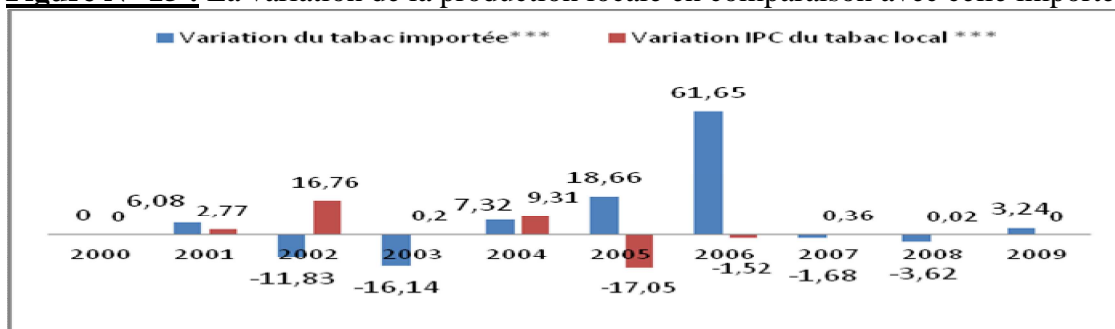
Années	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Importation*	17944,37	19036,36	16783,14	14073,23	15104,61	12286,03	19860,88	19525,40	18817,76	19428,75
Variation du tabac importée***	-	6,08	-11,83	-16,14	7,32	-18,66	61,65	-1,68	-3,62	3,24
IPC du tabac local *	110,27	113,32	132,31	132,64	145	120,28	118,44	118,87	118,90	118,90
Variation IPC du tabac local***	-	2,77	16,76	0,20	9,31	-17,05	-1,52	0,36	0,02	00
L'élasticité prix croisée***	-	2,19	-0,70	-80,7	0,78	1,09	-40,55	-4,66	-181	3,24

Source :

* : ONS.

*** : ratios calculés par nos soins.

Figure N° 15 : La variation de la production locale en comparaison avec celle importée



Source : réalisé par nos soins à partir des données du tableau n°7.

En règle générale, la consommation du tabac varie non pas parce que le prix du tabac en question a changé, mais parce que le prix d'un autre tabac a varié. Cette sensibilité de la demande au prix s'exprime à travers le concept d'élasticité-prix croisée. Ainsi, l'élasticité croisée du tabac correspond au rapport entre le pourcentage de variation de la demande du tabac local et le pourcentage de variation du prix du tabac importé. Si celle-ci est positive ($ec > 0$), cela veut dire que l'augmentation du prix du tabac local entraîne l'augmentation de la demande du tabac importé ; les deux biens sont donc substituables. Si celle-ci est négative ($ec < 0$), cela voudra dire que l'augmentation du prix du tabac local entraîne la diminution de la demande du tabac importé. Les deux biens sont alors dits complémentaires. Et si celle-ci est nulle ($ec = 0$), les deux biens sont donc indépendants.

Si on considère que le volume des importations du tabac représente le niveau de la demande en tabac importé et prenant la variation de l'IPC du tabac local, nous aboutirons au calcul de l'élasticité croisée afin d'analyser l'effet de substitution entre le tabac local et le tabac importé.

Si on analyse le volume de la demande du tabac importé, nous remarquons que pour l'année 2001, celui-ci augmente de 6,08 %, comparativement à l'IPC des tabacs locaux qui augmente de 2,77 % et l'élasticité croisée est égale à 2,19, celle-ci étant positive. Donc, il s'agit des biens substituables. C'est-à-dire que le tabac local est substitué par le tabac importé.

En 2002, le volume de la demande du tabac importé a connu une baisse de 11,83 %, suite à une augmentation de l'IPC des tabacs locaux de 16,76 %, nous constatons qu'il s'agit des biens complémentaires, pour preuve, son élasticité est négative (-0,70). Dans ce sens, nous dirons que le tabac importé contribue de manière complémentaire avec le tabac local à la satisfaction de la demande nationale.

Prenant le volume de la demande du tabac importé pour l'année 2003, qui a baissé de 16,14 %, comparé avec l'augmentation de l'IPC du tabac local de 0,20 %, l'élasticité croisée est négative, celle-ci est égale à -80,7, donc il s'agit des biens complémentaires. Dans ce cas aussi, le tabac importé contribue de manière complémentaire avec le tabac local à la satisfaction de la demande nationale.

En 2004, le volume de la demande du tabac importé a connu une augmentation de 7,32 % suite à une augmentation de l'IPC des tabacs locaux de 9,31 %, l'élasticité croisée

est égale à 0,78, celle-ci étant positive. Donc, il s'agit des biens substituables. Donc, le tabac local est substitué par le tabac importé.

Cependant, en 2005, la demande du tabac importé a connu une diminution de 18,66 %. Comparé avec la baisse de l'IPC des tabacs locaux de 17,05 %, l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec l'IPC du tabac local est positive (1,09), il s'agit donc, des biens substituables. Alors la baisse de la demande des tabacs importés peut s'expliquer soit le faite que la baisse des prix de la SNTA a poussé les fumeurs à s'orienter vers les tabacs locaux ou par d'autres facteurs que notre enquête pourra nous donner certains éléments de réponse.

Une année après (2006), suite à une baisse de l'IPC des tabacs locaux de 1,52 %, la demande du tabac importé a connu une forte augmentation (61,65 %). L'élasticité croisée est négative ; celle-ci est égale à -40,55 donc, les deux biens sont complémentaires.

Contrairement à l'année 2006, la demande du tabac importé en 2007 a connu une légère baisse qui est de 1,68 %, contre une légère augmentation de l'IPC des tabacs locaux de 0,36 %. Ainsi, l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec l'IPC du tabac local est négative ; elle est de - 4,66, donc les deux biens complémentaires.

La même remarque est soulevée une année après. Ainsi, pour l'année 2008, suite à une légère augmentation de l'IPC des tabacs locaux de 0,02 %, la demande du tabac importé connaît une diminution de 3,62 %. L'élasticité est largement négative, celle-ci égale à -181. Donc, il s'agit des biens complémentaires.

En 2009, la demande du tabac importé a augmenté de 3,24 % malgré que l'IPC des tabacs locaux a connu une stagnation, dans ce cas-là, du moment que la variation des prix est nulle, donc la variation d'une autre variable ne peut être expliqué par d'autre facteurs mis à part celui du prix.

Tableau n° 8 : l'élasticité croisée demande du tabac importé et le prix du tabac local de 2010 à 2015

Années	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Importation•	9191,79	11997,459	12792,601	15696,588	16358,796	14525,301
Variation du tabac importée***	-	0,30	0,06	0,22	0,04	-0,11
IPC du tabac local*	122,65	132,28	141,39	142,63	142,61	170,43
Variation IPC du tabac local***	3,15 %	7,85 %	6,88 %	0,87 %	-0,014 %	19,43 %
L'élasticité prix croisée***	-	0,038	0,008	0,25	-2,85	-0,005

Source :* : ONS ;

• : Conseil national de l'informatique et des statistiques, sous la direction des statistiques, douane algérienne ;

*** : ratios calculés par nos soins.

Si on analyse le volume de la demande du tabac importé pour l'année 2010, nous remarquons qu'après une année, celui-ci augmente de 0,30 %, comparativement à l'IPC des tabacs locaux qui augmente de 7,85 %, l'élasticité croisée est égale à 0,038 %, celle-ci étant positive. Donc, il s'agit des biens substituables. En suite, pour l'année 2012, la demande du tabac importé a augmenté de 0,06 % suite à une hausse de l'IPC des tabacs locaux de 6,88 %. L'élasticité croisée est égale à 0,008 ; les résultats étant positif donc, les deux biens sont substituables (Cf. Tableau n °8).

Pendant l'année 2013, la demande du tabac importé augmente de 0,22 %, et l'IPC du tabac local a connu aussi une augmentation de 0,87 % ; l'élasticité croisée est égale à 0,25, celle-ci étant positive, les deux biens sont donc substituables. Une année plus tard (en 2014), le volume de la demande du tabac importé augmente de 0,04 %, comparativement à l'IPC des tabacs locaux qui a baissé de 0,014 %, dans ce cas l'élasticité est négative. Donc, les deux biens sont complémentaires.

Contrairement à l'année 2014, la demande du tabac importé en 2015 a baissé de 0,11 % suite à une augmentation de 19,43 % de l'IPC des tabacs locaux ; nous constatons qu'il s'agit des biens complémentaires pour preuve, son élasticité est négative (-0,005).

À partir de notre étude, de l'élasticité demande du tabac local avec son prix, de l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec l'IPC des tabacs locaux, et de l'élasticité de la demande du tabac local avec le revenu, nous voulons répondre à notre problématique de travail, consistant à vérifier si les fumeurs substituent les tabacs locaux par les tabacs importés.

En effet, si nous récapitulons nos éléments d'analyse, nous constatons qu'en 2001, la demande du tabac local est **élastique** avec son prix ; elle est égale à 3,6, c'est-à-dire que les prix ont augmenté de 1 %, la demande pour le tabac local avait augmenté de 3,6 %. Pendant cette période, l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec le prix du tabac local est égale à 2,19, donc les deux biens sont **substituables**, malgré que l'IPC du tabac local a connu une augmentation de 2,77 %, la demande des importations du tabac a aussi connu une augmentation de 6,08 %. Cela peut s'expliquer par le fait que les tabacs locaux ont été substitués par les tabacs importés, car l'augmentation de la demande du tabac importé est plus importante à celle de la demande du tabac local ; en raison de l'augmentation concomitante de la demande des deux types de tabac, nous dirons que les

deux produits contribuent à la satisfaction, de manière complémentaire à la demande nationale.

Cependant, nous avons trouvé qu'en 2002, la demande du tabac local est **inélastique** à la variation de son prix ; celle-ci est égale à $-0,042$. L'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec le prix du tabac local de la même année est égale à $-0,70$. Il s'agit des biens complémentaires ; l'IPC des tabacs locaux a augmenté de $16,76\%$ et les importations du tabac ont baissé de $11,83\%$. Ainsi, nous constatons que suite à l'augmentation de l'IPC des tabacs locaux, la demande pour les deux types du tabac a baissé, ceci peut s'expliquer soit par l'utilisation des stocks ou bien par la contribution du commerce illicite à la satisfaction de la demande nationale, car l'augmentation des prix constitue une attraction qui stimule la contrefaçon.

En 2003, l'élasticité demande du tabac local avec son prix est égal à $11,85$; elle est donc élastique. Mais l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec le prix du tabac local de la même année est égale à $-80,7$, il s'agit des biens **complémentaires**. L'IPC du tabac local a augmenté de $0,20\%$ comparativement aux importations du tabac qui ont connu baisse de $16,14\%$, nous concluons que la production nationale du tabac prend le dessus pendant cette année et les importations ne contribuent que d'une manière complémentaire à la satisfaction de la demande nationale.

Par ailleurs, nous avons trouvé qu'en 2004 et 2005, la demande du tabac local est inélastique, soit respectivement $0,85$ et $0,58$. Mais, selon l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec le prix du tabac local de cette période, il s'agit des biens substituables, c'est-à-dire que la demande du tabac importé augmente lorsque l'IPC des tabacs de la SNTA augmente. La demande pour les deux biens avait augmenté, donc, les deux produits contribuent à la satisfaction, de manière complémentaire à la demande nationale, avec un léger effet de substitution du tabac local par le tabac importé.

Nous avons trouvé qu'en 2006, la demande du tabac local est **inélastique** à la variation de son prix ; celle-ci est égale à $0,85$. L'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec le prix du tabac local de la même année est égale à $-40,55$. Il s'agit des biens complémentaires ; l'IPC des tabacs locaux baissé de $1,52\%$ et les importations du tabac ont augmenté de $61,65\%$. Ainsi, nous constatons que suite à l'augmentation de l'IPC des tabacs locaux, le tabac importé augmente le tabac local baisse, ceci peut s'expliquer soit

par l'épuisement des stocks de la SNTA ou bien par la contribution du commerce illicite à la satisfaction de la demande nationale, car l'augmentation des prix constitue une attraction qui stimule la contrefaçon.

En 2007 et 2008, la demande du tabac locale est élastique avec son prix, et l'élasticité croisée est négative donc il s'agit des biens complémentaires, déduisant ainsi que durant cette période, la SNTA utilise son stock.

En 2009, la variation des prix du tabac local est nulle, donc la variation d'autres variables ne peut être expliquée que par d'autres facteurs qui ne sont pas liés aux prix.

Mais à partir de 2010, avec l'implantation d'entreprises étrangère sur le sol national, les importations du tabac manufacturé ont baissé d'une manière remarquable, les ventes de la SNTA ont diminué de 14000T en l'an 2010 à 10000T en 2014 (Cf. Tableau n ° 08).

Nous retrouvons également que de l'an 2011 à 2013, la demande du tabac local est élastique à la variation de son prix et l'élasticité croisée de la demande du tabac importé avec l'IPC du tabac local est positif, les deux biens sont donc substituables. L'augmentation de l'IPC du tabac local à entraîner une baisse de la demande des tabacs locaux et une augmentation des importations donc cela peut refléter une rationalité chez les fumeurs.

En ce qui concerne l'année 2014, la demande du tabac local est élastique à son prix (649,28) et l'élasticité croisée est négative (-2,85), les deux biens sont donc complémentaires. Suite à une baisse de l'IPC du tabac local de 0,04 %, la demande sur les deux biens varie au sens opposé.

En conclusion, quelque années sur notre période d'étude, allant de 2000 à 2015, la variation de la demande du tabac par rapport aux prix était inélastique ce qui signifie que les fumeurs ne sont pas sensibles aux variations des prix, donc réellement sa consommation dépend des conditions du marché et de la disponibilité du produit ou dû à d'autres facteurs que notre enquête pourras nous révéler.

III.2. ENQUÊTE AUPRÈS DES FUMEURS DE LA WILAYA DE BEJAIA

Dans cette section, nous allons présenter notre enquête à travers son échantillon, son lieu de déroulement, sa durée, sa perception, son intérêt, ses objectifs ainsi que les axes

fondamentaux des questions posées. Ce point fera également l'objet de l'explication des étapes de déroulement de cette enquête à travers les procédures de collecte des données et de leur analyse. Enfin, nous allons présenter les principales difficultés rencontrées sur terrain.

III.2.1 Présentation de l'enquête

Notre enquête a été réalisée suite à la confection d'un questionnaire, sa distribution et la collecte des réponses auprès des fumeurs de la wilaya de Bejaïa.

Le lieu d'enquête s'est concentré sur la wilaya de Bejaia et sur certaines communes se trouvant dans ses alentours, ces communes sont les suivantes : Amizour, El Kseur, Seddouk, Sidi-Aich, Chemini, Akbou, Bejaia et Kherrata, de plus des résidences universitaires et des deux Campus de l'Université de Bejaia.

Notre enquête, ayant été réalisée au niveau de la wilaya de Bejaia, notre choix nous a paru comme une évidence, vu le prix du tabac qui est fixe au niveau national et la similitude des réactions des fumeurs quelle que soit sa localisation. Donc, comme nous étudions à l'Université de Bejaia, on les a pris comme un échantillon afin de nous faciliter la collecte de données et aussi afin de minimiser le temps de l'enquête.

L'enquête a été lancée le 15 avril 2016 et a pris fin le 15 mai 2016 (01 mois). Notre échantillon d'enquête s'est porté sur 100 fumeurs et fumeuses, tous d'un âge dépassant 18 ans. Nous avons aussi choisi ses derniers de différents niveaux d'instruction et de différentes catégories socioprofessionnelles.

Nous tenons à noter que notre enquête n'est qu'une étude complémentaire et une suite à l'étude quantitative déjà entreprise dans la première section.

En effet, l'objet de notre enquête consistait à vérifier, *in situ*, le degré d'élasticité entre la demande de tabac et son prix. En plus, vérifier la relation entre le revenu des individus et le volume de leur consommation en tabac, puis en déduire le degré de rationalité chez ces fumeurs, et, enfin de vérifier s'il existe concrètement un effet de substitution.

Nous avons formulé notre questionnaire d'enquête sur une base de 42 questions, dont 23 à champ de réponse fermé (à réponse unique et/ou à réponses multiples), 09 autres

questions étant à réponses semi-ouvertes et les 10 autres à réponses ouvertes (cf. annexe n° 01). Les principaux axes de notre questionnaire d'enquête ont été affectés comme suit :

III.2.1.1 Identification de l'enquêté : cet axe comporte une fiche signalétique des enquêtés (sexe, âge, situation professionnelle et revenu mensuel en DA). Les informations collectées dans cet axe vont nous servir comme facteurs explicatifs et exogènes affectant les variables que nous souhaitons analyser (Question n° 01 à question n° 08).

III.2.1.2 Consommation du tabac et élasticité demande : dans cet axe, nous avons pour but de vérifier s'il y a une relation élastique entre la demande du tabac et son prix et aussi d'avoir une idée plus claire sur la consommation des fumeurs vis-à-vis de la variation du prix du tabac en Algérie. Les éléments de cet axe vont nous permettre d'apporter des appuis plus explicatifs aux variables que nous souhaitons expliquer (Question n° 09 à question n° 25).

III.2.1.3. La substitution du tabac entre le local et l'importé : dans cet axe, nous avons pour ambition d'avoir une idée sur l'effet de substitution entre le tabac local et celui importé. (Question n° 26 à question n° 29).

III.2.1.4. La rationalité du fumeur : dans cet axe, nous avons pour but de pondérer le niveau de rationalité des consommateurs du tabac et de quantifier le degré de leur dépendance au tabac. (Question n° 30 à question n° 42).

III.2.2. Déroulement de l'enquête (procédures de collecte et d'analyse des données)

Après formulation du questionnaire, nous avons réalisé une pré-enquête auprès de 10 enquêtés afin de tester la perception du questionnaire par ses derniers. À partir des résultats de cette pré enquête, nous avons corrigé, ajusté et rédigé le questionnaire final qui fut fin prêt à la distribution aux enquêtés. Notre questionnaire a été transmis directement pour les présumés fumeurs, par nous-mêmes. Certains fumeurs n'avaient pas du temps pour répondre directement aux questions sur place, c'est pourquoi nous leur avons laissé le questionnaire et nous les avons récupérés après une période. En effet, nous avons choisi d'utiliser la méthode d'entretien direct pour éviter les réponses ambiguës de la part des enquêtés, pour minimiser la perte des questionnaires, et aussi pour avoir plus d'explications aux réponses ; en effet, en interrogeant l'interlocuteur directement, nous pourrions avoir plusieurs informations qui ne pourront pas être exprimées parfaitement par

écrit et qui n'auraient pas attiré notre attention. Nous avons laissé le questionnaire uniquement pour un certain nombre de fumeurs qui n'ont pas de temps pour le remplir sur place. Le déroulement de l'enquête a été globalement favorable. La majorité des enquêtés ont été coopératifs et ont bien accepté l'entretien à l'exception de certaines filles fumeuses qui ont refusé de répondre. Malheureusement on n'a pas pu convaincre que 11 enquêtées de sexe féminin, à cause de la vision que porte la société sur cette catégorie. En raison, des entraves de l'éducation et les tendances religieuses qui damnent ce phénomène surtout pour le sexe féminin. De plus, toutes les personnes enquêtés étaient très intéressées par le sujet et nous ont consacré du temps suffisant, allant de 15 à 20 minutes et parfois plus, malgré leur occupation et leur surcharge de travail.

Après l'achèvement de la collecte de données primaires du terrain, nous avons procédé, par la suite, au contrôle des questionnaires dans le cas d'oubli ou d'erreur et se présenter pour la deuxième fois chez les personnes en question dans le souci d'apporter plus de précisions aux réponses rapportées.

Le dépouillement de nos données a été informatisé en utilisant le logiciel SPSS 20 et l'Excel 2007. D'abord, nous avons numéroté les questionnaires remplis par les enquêtés. Par la suite, nous avons codifié les réponses (base des données), puis nous avons préparé la matrice des données sur SPSS. Nous avons saisi les réponses obtenues dans la matrice des données déjà préparée. Enfin, nous avons procédé au traitement informatique afin d'analyser les résultats de l'enquête.

Pour l'étude exploratoire des données collectées dans notre enquête, nous avons utilisé deux formes de tableaux, à savoir les tableaux de fréquence construits par la méthode de tri vectoriel (tri plat) et les tableaux croisés construits par la méthode de tri matriciel (tri croisé). Dans certains cas, nous avons réalisé des tris à plat des données, c'est-à-dire que nous avons établi la distribution des fréquences pour une analyse uni-variée descriptive portant sur l'étude de certaines variables prises une à une dans la présentation et l'interprétation. Dans d'autres cas, nous avons réalisé le tri matriciel pour la construction des tableaux croisés à deux ou trois variables permettant une ventilation des fréquences de réponse par variable et par modalité. À travers le tri croisé, notre but est de mener une analyse bi-variée permettant de vérifier l'existence de relation entre la variable indépendante considérée comme facteur déterminant, affectant, ou expliquant d'une variable que nous souhaitons expliquer dite variable dépendante.

La présentation des données en ligne dans la construction des tableaux croisés facilite la lecture des résultats, c'est pourquoi nous avons adopté cette manière de faire. Pour ce faire, nous avons présenté les pourcentages en colonnes non pas en ligne, car rapporter les proportions en ligne ne fait pas beaucoup de sens faussant ainsi la réflexion et les résultats à apporter.

III.2.3 Difficultés rencontrées

Lors de la réalisation de cette enquête, nous avons principalement rencontré quelques difficultés :

Nous avons eu la difficulté d'approfondir le débat et d'avoir des arguments pertinents avec les enquêtés, surtout dans le 2^{ème}, le 3^{ème} et le 4^{ème} axe du questionnaire, suite au niveau d'instruction de certains enquêtés qui est relativement modeste. Pour cette raison, certains enquêtés ayant des réponses superficielles et sans explications ont influencé la qualité de l'analyse des résultats de notre enquête.

La taille de notre échantillon est peut-être suffisante pour espérer atteindre un degré de représentativité acceptable ; l'absence d'enquêtes similaires antérieures que nous aurions utilisée comme base de comparaison et de référence ; le manque de temps a rendu difficile le traitement des données et certaines insuffisances que comporte notre questionnaire.

Notre enquête s'est déroulée dans des conditions de respect et de discrétion, en particulier pour le sexe féminin. Mais vu les entraves de l'éducation et des tendances religieuses qui damnent ce phénomène à l'égard des femmes, cela a fait que nous n'avons pas pu collecter la totalité (120) des réponses aux questionnaires adressés (9 non récupérés auprès de la gent féminine et 11 questionnaires auprès des hommes).

Après avoir présenté la conception, la réalisation, les procédures de déroulement et les difficultés rencontrées lors de la réalisation de notre enquête, nous avons pour ambition de présenter dans ce qui suit l'essentiel des résultats de notre travail.

III.2.4 Présentation et analyse des résultats de l'enquête réalisée auprès des fumeurs de la wilaya de Bejaïa

Dans cette section, nous avons pour ambition d'analyser les éléments que nous souhaitons étudier et de présenter l'essentiel des résultats de notre enquête.

III.2.4.1. Caractéristiques de la population enquêtée

En effet, l'effectif, l'âge, le sexe, situation professionnelle et le revenu mensuel des enquêtés de notre échantillon sont déterminés aléatoirement au fur et à mesure d'avancement dans l'enquête. Les autres informations tirées du questionnaire ont été ciblées et choisies pour des fins d'analyse. Ainsi, dans ce point nous avons pour objectif de présenter des informations sur les principales variables caractérisant notre échantillon d'enquête.

III.2.4.1.1. Informations personnelles des enquêtés

Dans cet axe nous allons présenter la répartition des enquêtés selon leur identification personnelles.

III.2.4.1.1.1. Répartition des enquêtés par sexe, Tranche d'âge, Situation familiale et Niveau d'instruction

Tableau N° 9 : Répartition des enquêtés par sexe, Tranche d'âge, Situation familiale et Niveau d'instruction

		Caractéristiques					
		Masculin		Féminin		Total	
		Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Sexe		89	89 %	11	11 %	100	100 %
Tranches d'âge	moins de 18 ans	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
	[18-20[4	4,5 %	2	18,2 %	6	6,0 %
	[20-30[46	51,7 %	5	45,5 %	51	51,0 %
	[30-40[11	12,4 %	3	27,3 %	14	14,0 %
	[40-50[13	14,6 %	1	9,1 %	14	14,0 %
	[50-60[9	10,1 %	0	0,0 %	9	9,0 %
	60 ans et plus	6	6,7 %	0	0,0 %	6	6,0 %
Situation familiale	Célibataire	54	60,7 %	9	81,8 %	63	63,0 %
	Marié (e)	35	39,3 %	2	18,2 %	37	37,0 %
	Veuf (ve)	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
	Divorcé (e)	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
Niveau d'instruction	Aucun	3	3,4 %	0	0,0 %	3	3,0 %
	Primaire	7	7,9 %	0	0,0 %	7	7,0 %
	Moyen	11	12,4 %	1	9,1 %	12	12,0 %
	Secondaire	11	12,4 %	0	0,0 %	11	11,0 %
	Universitaire	57	64,0 %	10	90,9 %	67	67,0 %

Source : Enquête personnelle (15 avril 2016 au 15 mai 2016).

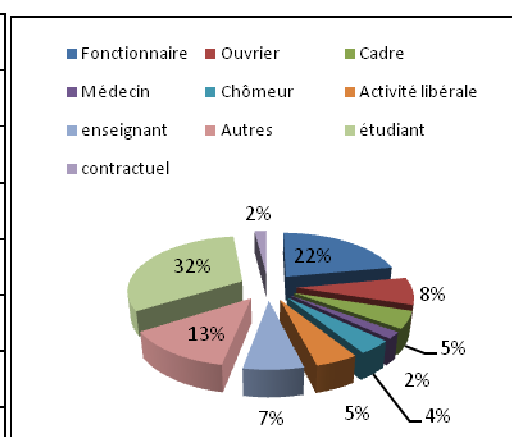
Au total, 100 fumeurs ont été enquêtés, 89 % de notre échantillon sont du sexe masculin et uniquement 11 % du sexe féminin. Dont, 51 % des fumeurs enquêtés, sont des jeunes âgés entre 20 et 30 ans tandis que 6 % sont âgés de 60 ans et plus. Ainsi, la situation familiale la plus dominante est celle des célibataires avec un taux de 63 %, et les mariés (é) avec un taux 37 %, le niveau d'instruction dominant est celui des universitaires qui représente 67 %, suivi par le niveau moyen avec 12 % et ensuite secondaire avec 11 %. Ce que nous avons présenté dans le tableau n° 9.

III.2.4.1.1.2. Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs statuts professionnels

Tableau N° 10: Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs statuts professionnels.

Statut professionnel	Sexe					
	Masculin		Féminin		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Fonctionnaire	21	23,6 %	1	9,1 %	22	22,0 %
Ouvrier	8	9,0 %	0	0,0 %	8	8,0 %
Cadre	5	5,6 %	0	0,0 %	5	5,0 %
Médecin	2	2,2 %	0	0,0 %	2	2,0 %
Chômeur	4	4,5 %	0	0,0 %	4	4,0 %
Activité libérale	5	5,6 %	0	0,0 %	5	5,0 %
enseignant	4	4,5 %	3	27,3 %	7	7,0 %
Autres	11	12,4 %	2	18,2 %	13	13,0 %
étudiant	27	30,3 %	5	45,5 %	32	32,0 %
contractuel	2	2,2 %	0	0,0 %	2	2,0 %
total	89	100 %	11	100 %	100	100 %

Figure N° 16: Répartition des enquêtés selon leurs statuts professionnels.



Source : réalisé par nos soins à partir des données du tableau N° 10

Source : Enquête personnelle (15 avril au 15 mai 2016).

Dans le tableau 10, nous avons reparti les enquêtés de notre échantillon suivant leur situation professionnelle. Nous avons constaté une dominance d'étudiants avec 32 % et de fonctionnaires avec 22 %, Nous avons remarqué une fréquence moins importante pour les autres catégories. Le tableau suivant résume les principales caractéristiques de cet échantillon (cf. Tableau n° 10)

III.2.4.1.1.3. Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs revenus mensuels.

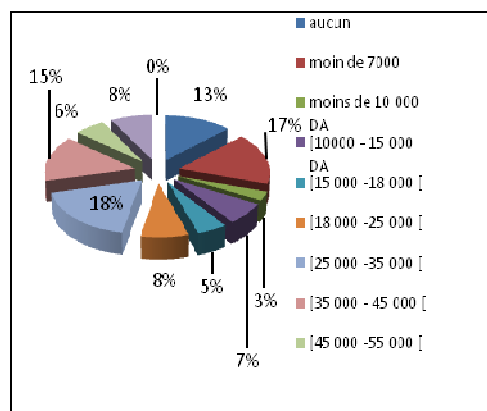
Tableau N° 11 : Répartition des enquêtés selon leurs sexes

et leurs revenus mensuels.

Revenu mensuel	Sexe				Total	
	Masculin		Féminin			
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
aucun	12	13,5 %	1	9,1 %	13	13,0 %
moins de 7 000	13	14,6 %	4	36,4 %	17	17,0 %
moins de 10 000	3	3,4 %	0	0,0 %	3	3,0 %
[10000 - 15 000	7	7,9 %	0	0,0 %	7	7,0 %
[15 000 -18 000 [5	5,6 %	0	0,0 %	5	5,0 %
[18 000 -25 000 [8	9,0 %	0	0,0 %	8	8,0 %
[25 000 -35 000 [17	19,1 %	1	9,1 %	18	18,0 %
[35 000 - 45 000 [12	13,5 %	3	27,3 %	15	15,0 %
[45 000 -55 000 [5	5,6 %	1	9,1 %	6	6,0 %
55 000 DA et plus	7	7,9 %	1	9,1 %	8	8,0 %
Sans réponses	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
Total	89	100 %	11	100 %	100	

Source : Enquête personnelle (15 avril au 15 mai 2016).

Figure N° 17: Répartition des enquêtés selon leurs revenus mensuels.



Source : Réalisé par nos soins à partir des données du tableau n11 °

La dernière étape de l'identification de l'enquête consiste en une analyse portée sur les revenus mensuels des enquêtés. On a remarqué une dominance des effectifs touchants un revenu mensuel variant entre 25.000 DA et 35.000 DA, avec un pourcentage de 18 %, suivis par la catégorie dont le revenu mensuel est inférieur à 7.000 DA avec 13 % (étudiants). Nous avons remarqué que les enquêtés touchant un revenu ne dépassent pas le SNMG (18000) représente 45 %. Ce taux est le même pour le sexe masculin et féminin. Cela est représenté dans le tableau ci-dessous.

III.2.4.2. Consommations du tabac et élasticité demande

Dans cet axe, nous avons pour ambition d'analyser la variation de la consommation par rapport à la variation des prix et par rapport au revenu disponible

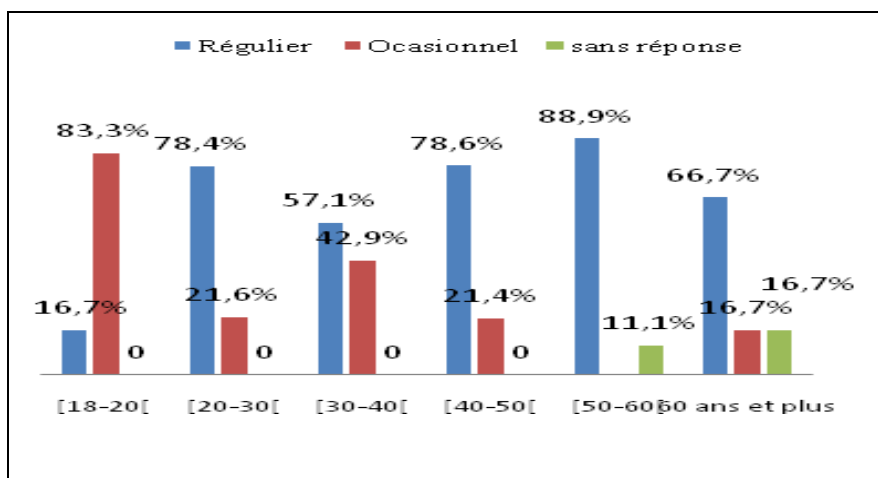
III.2.4.2.1 La répartition des enquêtés selon la tranche d'âge et selon le type de tabagisme

Tableau N° 12: répartition des enquêtés selon la tranche d'âge et le type de tabagisme

type de tabagisme		Tranches d'âge						Total
		[18-20[[20-30[[30-40[[40-50[[50-60[60 ans et plus	
Régulier	Effectif	1	40	8	11	8	4	72
	%	16,70 %	78,40 %	57,10 %	78,60 %	88,90 %	66,70 %	72
Occasionnel	Effectif	5	11	6	3	0	1	26
	%	83,30 %	21,60 %	42,90 %	21,40 %	0,00 %	16,70 %	26
Sans réponse	Effectif	0	0	0	0	1	1	2
	%	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11,10 %	16,70 %	2
Total	Effectif	6	51	14	14	9	6	100
	%	100	100	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

Figure N° 18: répartition des enquêtés selon la tranche d'âge et le type de tabagisme



Source : réalisé par nos soins à partir du tableau n°12

Notre échantillon est constitué principalement de 72% de fumeurs réguliers et de 26 % de fumeurs occasionnels, à l'exception des fumeurs âgés entre 18 et 20 ans, tous les fumeurs entres catégories d'âgés ont plutôt une consommation de tabac régulière. Le résultat semble évident, les plus jeunes (18-20 ans) ont une consommation occasionnelle, car ils commencent à s'initier à la consommation donc ils sont encore moins dépendants du tabagisme. On peut dire que l'âge n'influence pas sur le type de la consommation du tabac, tous âges confondus (excepté les débutants) ont une consommation régulière.

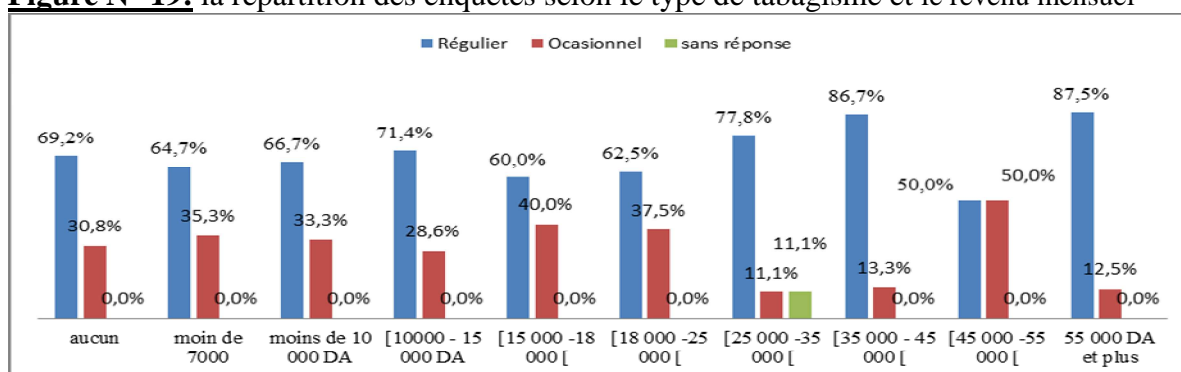
III.2.4.2.2 La répartition des enquêtés selon le type de tabagisme et selon le revenu mensuel

Tableau N° 13: la répartition des enquêtés selon le type de tabagisme et le revenu mensuel

Revenu mensuel		aucun	Moins 7.000 DA	moins de 10 000 DA	[10000 - 15 000 DA	[15 000 - 18 000 [[18 000 - 25 000 [[25 000 - 35 000 [[35 000 - 45000 [[45 000 - 55 000 [55 000 DA et plus	total
Régulier	Effectif	9	11	2	5	3	5	14	13	3	7	72
	%	69,20 %	64,70 %	66,70 %	71,40 %	60,00 %	62,50 %	77,80 %	86,70 %	50,00 %	87,50 %	72 %
Occasionnel	Effectif	4	6	1	2	2	3	2	2	3	1	26
	%	30,80 %	35,30 %	33,30 %	28,60 %	40,00 %	37,50 %	11,10 %	13,30 %	50,00 %	12,50 %	26 %
sans réponse	Effectif	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2
	%	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	11,10 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	2 %
total	effectif	13	17	3	7	5	8	18	15	6	8	100
	%	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100,00 %	100 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

Figure N° 19: la répartition des enquêtés selon le type de tabagisme et le revenu mensuel



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n°13

La majorité des enquêtés (+60%) (Tout revenu confondus) ont une consommation régulière du tabac. On peut dire que le revenu n'a aucun effet sur la régularité de la consommation du tabac.

III.2.4.2.3 La répartition des enquêtes selon le revenu mensuel et selon la forme d'achat du tabac

Tableau N° 14: La répartition des enquêtes selon le revenu mensuel et selon la forme d'achat du tabac

La forme d'achat du tabac		Tableau croisé : La forme d'achat du tabac * Revenu mensuel										
		Revenu mensuel									Total	
		aucun	moins de 7000	moins de 10 000 DA	[10000 - 15 000 DA	[15 000 -18 000 [[18 000 -25 000 [[25 000 -35 000 [[35 000 - 45 000 [[45 000 -55 000 [55 000 DA et plus
À l'unité	Effectif	7	13	2	1	4	4	4	4	2	1	42
	%	53,8 %	76,5 %	66,7 %	14,3 %	80,0 %	50,0 %	22,2 %	26,7 %	33,3 %	12,5 %	42,0 %
Par paquet	Effectif	5	4	1	6	1	4	13	11	4	7	56
	%	38,5 %	23,5 %	33,3 %	85,7 %	20,0 %	50,0 %	72,2 %	73,3 %	66,7 %	87,5 %	56,0 %
Sans réponse	Effectif	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
	%	7,7 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	5,6 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	2,0 %
Total	Effectif	13	17	3	7	5	8	18	15	6	8	100
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

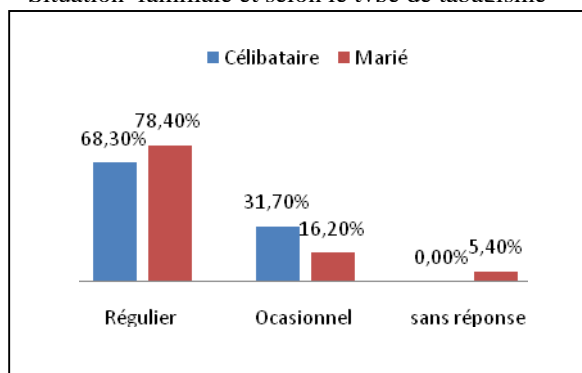
Sur le terrain, nous avons constaté que 42 % des fumeurs achètent leurs cigarettes par unités, par contre 56 % des fumeurs qui l'achètent sous forme de paquets, Parmi les fumeurs ayant un revenu ne dépassant pas 7000 DA, 76,5 % achètent leurs cigarettes par unité contre 23,5 % qui l'achètent forme de paquets, même constat pour les fumeurs des classes de revenu de moins de 10000 DA et des [15 000 -18 000 DA] , et ce n'est qu'à partir d'un revenu dépassant 25 000 DA que les fumeurs préfèrent acheter leurs cigarettes en paquets.

III.2.4.2.4 La répartition des enquêtés selon les situations familiale et selon le type de tabagisme

Tableau n° 15: la répartition des enquêtés selon les Situation familiale et selon le type de tabagisme

type de tabagisme		Situation familiale		Total
		Célibataire	Marié (e)	
Régulier	Effectif	43	29	72
	%	68,30 %	78,40 %	72
Occasionnel	Effectif	20	6	26
	%	31,70 %	16,20 %	26
sans réponse	Effectif	0	2	2
	%	0,00 %	5,40 %	2
Total	Effectif	63	37	100
	%	100	100	100

Figure n° 20: la répartition des enquêtés selon la Situation familiale et selon le type de tabagisme



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n°15

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

L'analyse du tableau ci-dessus montre que la situation familiale n'influence pas directement sur le type de la consommation du tabac les fumeurs, qu'ils soient célibataires ou mariés, ce sont des consommateurs réguliers. Ces fumeurs ne changent pas leurs habitudes de consommation même s'ils sont mariés,.

III.2.4.2.5 La répartition des enquêtés selon leur Tranche d'âge et selon les Dépenses quotidiennes consacrées à l'achat de cigarettes.

Tableau n° 16: La répartition des enquêtés selon leur Tranche d'âge et selon les Dépenses quotidiennes consacrées à l'achat de cigarettes.

Dépenses mensuelles consacrées à l'achat de cigarettes		Tranches d'âge						Total
		[18-20[[20-30[[30-40[[40-50[[50-60[60 ans et plus	
moins de 1000 DA	Effectif	3	11	2	1	0	1	18
	%	50,0 %	21,6 %	14,3 %	7,1 %	0,0 %	16,7 %	18,0 %
[1000-2000[Effectif	1	12	0	1	3	0	17
	%	16,7 %	23,5 %	0,0 %	7,1 %	33,3 %	0,0 %	17,0 %
[2000-3000[Effectif	0	6	3	1	1	0	11
	%	0,0 %	11,8 %	21,4 %	7,1 %	11,1 %	0,0 %	11,0 %
[3000-4000[Effectif	2	6	2	3	1	2	16
	%	33,3 %	11,8 %	14,3 %	21,4 %	11,1 %	33,3 %	16,0 %
[4000-5000[Effectif	0	4	2	3	2	0	11
	%	0,0 %	7,8 %	14,3 %	21,4 %	22,2 %	0,0 %	11,0 %
[5000-6000[Effectif	0	5	4	3	1	1	14
	%	0,0 %	9,8 %	28,6 %	21,4 %	11,1 %	16,7 %	14,0 %
6000 DA et plus	Effectif	0	7	1	2	1	2	13
	%	0,0 %	13,7 %	7,1 %	14,3 %	11,1 %	33,3 %	13,0 %
total	Effectif	6	51	14	14	9	6	100
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

D'après le tableau n°16, 50 % des fumeurs âgés de 18 à 20 ans consacrent moins de 1000 DA de dépenses dans l'achat de cigarettes. Ce résultat coïncide avec les résultats déjà avancés, puisque cette catégorie sont des débutants de la cigarette donc leur consommation est occasionnelle, ce qui fait que leurs dépenses dans l'achat de cigarettes n'est pas importante. Pour les autres tranches d'âge, les dépenses consacrées à l'achat des cigarettes sont différentes d'un groupe d'individus à un autre.

III.2.4.2.6 La répartition des enquêtes selon les tranches d'âge et selon l'évolution de la consommation du tabac dans le temps.

Tableau n° 17: la répartition des enquêtes selon les tranches d'âge et selon l'évolution de la consommation du tabac dans le temps

L'évolution de la consommation		Tranches d'âge						Total
		[18-20[[20-30[[30-40[[40-50[[50-60[60 ans et plus	
Augmentation	Effectif	1	25	6	4	1	3	40
	%	16,7 %	49,0 %	42,9 %	28,6 %	11,1 %	50,0 %	40,0 %
Baisse	Effectif	1	7	5	3	2	1	19
	%	16,7 %	13,7 %	35,7 %	21,4 %	22,2 %	16,7 %	19,0 %
Stagnation	Effectif	4	18	3	7	6	1	39
	%	66,7 %	35,3 %	21,4 %	50,0 %	66,7 %	16,7 %	39,0 %
sans réponse	Effectif	0	1	0	0	0	1	2
	%	0,0 %	2,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	16,7 %	2,0 %
Total	Effectif	6	51	14	14	9	6	100
	%	100	100	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête.

D'après le tableau n° 17, 40 % des fumeurs de notre échantillon ont une tendance de la consommation du tabac à la hausse. Ainsi 39 % des fumeurs ont révélé que leurs consommation ont stagné dans le temps. Par contre, seulement 19 % ont exprimé une tendance baissière par rapport à leur consommation. Dans le temps, la consommation du tabac est à la hausse pour toutes les catégories d'âge à l'exception des débutants et de la classe 50 à 60 ans avec un taux moyen de 43 %. La stabilité de la consommation du tabac dans le temps est exprimée pour 66,7 % pour les classes d'âge de 18 à 20 ans et 50 à 60 ans. On conclut que les différentes tranches d'âge sont dépendantes du tabagisme avec des degrés différents à l'exception des débutants.

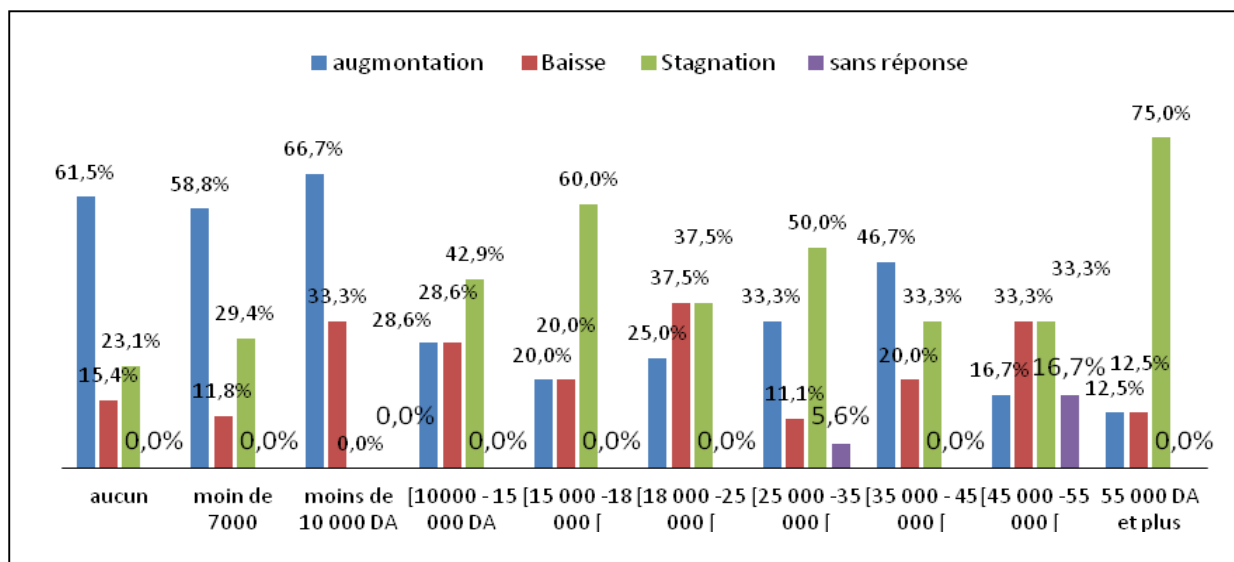
III.2.4.2.7 La répartition des enquêtés selon le revenu mensuel et selon évolutions de la consommation du tabac

Tableau n° 18: la répartition des enquêtés selon le revenu mensuel et selon évolutions de la

Évolution de la consommation du tabac dans le temps		Revenu mensuel										Total
		aucun	moins de 7000	moins de 10 000 DA	[10.000 - 15.000 DA	[15.000 - 18.000 [[18.000 - 25.000 [[25.000 - 35.000 [[35.000 – 45.000 [[45 000 -55 000 [55 000 DA et plus	
Augmentation	Effectif	8	10	2	2	1	2	6	7	1	1	40
	%	61,5	58,8	66,7	28,6	20,0	25,0	33,3	46,7	16,7	12,5	40,0
Baisse	Effectif	2	2	1	2	1	3	2	3	2	1	19
	%	15,4	11,8	33,3	28,6	20,0	37,5	11,1	20,0	33,3	12,5	19,0
Stagnation	Effectif	3	5	0	3	3	3	9	5	2	6	39
	%	23,1	29,4	0,0	42,9	60,0	37,5	50,0	33,3	33,3	75,0	39,0
sans réponse	Effectif	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
	%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6	0,0	16,7	0	2,0
Total	Effectif	13	17	3	7	5	8	18	15	6	8	100
	%	100	100	100	100	100	100,0	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

Figure n° 21: la répartition des enquêtés selon le revenu mensuel et selon évolutions de la consommation du tabac



Source : réalisé par nos soins à partir du tableau n°18

Afin d'essayer de comprendre le rapport entre le revenu disponible chez un fumeur et l'évolution de sa consommation, nous avons réalisé un tableau croisé. Après traitement statistique de nos résultats d'enquête, nous avons réalisé qu'uniquement 15,4 % des fumeurs, qui n'ont aucun revenu, ont baissé dans le temps leur consommation du tabac, par

contre un taux de 66,7 % des effectifs, qui touche un revenu moins de 10 000 DA, ont tendance à augmenter la consommation du tabac, ainsi, d'après ce tableau, nous avons remarqué que 75 % des enquêtés, dont le revenu mensuel ne dépasse 55 000 DA, qui ont une consommation stagne malgré leur revenu élevé comparé aux autres tranches. Finalement, on conclut que le revenu n'influence pas sur l'évolution de la consommation du tabac dans le temps. Cela peut être dû au degré de dépendance des fumeurs au tabac.

III.2.4.2.8 La répartition des dépenses mensuelles consacrées à l'achat de cigarettes par le revenu mensuel

Tableau n° 19: répartition des enquêtes selon le revenu éventuel et les dépenses consacrées à l'achat de cigarette

Dépenses mensuelles consacrées à l'achat de cigarettes		Revenu mensuel									Total	
		aucun	moins de 7000	moins de 10 000	[10000-15 000	[15 000 - 18 000 [[18 000 - 25 000 [[25 000 - 35 000 [[35 000 - 45 000 [[45 000 - 55 000 [55 000 et plus
moins de 1000 DA	Effectif	2	5	1	0	2	3	3	2	0	0	18
	%	15,4 %	29,4 %	33,3 %	0,0 %	40,0 %	37,5 %	16,7 %	13,3 %	0,0 %	0,0 %	18,0 %
[1000-2000[Effectif	5	6	0	0	1	0	1	2	2	0	17
	%	38,5 %	35,3 %	0,0 %	0,0 %	20,0 %	0,0 %	5,6 %	13,3 %	33,3 %	0,0 %	17,0 %
[2000-3000[Effectif	0	3	0	2	0	3	0	0	2	1	11
	%	0,0 %	17,6 %	0,0 %	28,6 %	0,0 %	37,5 %	0,0 %	0,0 %	33,3 %	12,5 %	11,0 %
[3000-4000[Effectif	2	1	0	1	2	0	3	3	1	3	16
	%	15,4 %	5,9 %	0,0 %	14,3 %	40,0 %	0,0 %	16,7 %	20,0 %	16,7 %	37,5 %	16,0 %
[4000-5000[Effectif	0	0	1	0	0	0	4	3	0	3	11
	%	0,0 %	0,0 %	33,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	22,2 %	20,0 %	0,0 %	37,5 %	11,0 %
[5000-6000[Effectif	2	0	1	2	0	1	4	3	0	1	14
	%	15,4 %	0,0 %	33,3 %	28,6 %	0,0 %	12,5 %	22,2 %	20,0 %	0,0 %	12,5 %	14,0 %
6000 DA et plus	Effectif	2	2	0	2	0	1	3	2	1	0	13
	%	15,4 %	11,8 %	0,0 %	28,6 %	0,0 %	12,5 %	16,7 %	13,3 %	16,7 %	0,0 %	13,0 %
Total	Effectif	13	17	3	7	5	8	18	15	6	8	100
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête.

Pour expliquer dans quelle mesure varie l'importance des dépenses consacrées à l'achat de cigarettes par mois en fonction du revenu mensuel disponible des fumeurs, nous avons réparti les enquêtés en fonction de deux variables. Nous avons remarqué que les enquêtés qui ne disposent d'aucun revenu dépensent comme même de 1000 à 2000 DA par mois pour l'achat des cigarettes ce qui représente 38 %. Ainsi 35 % de ceux qui ont un revenu inférieur à 7000 DA (la majorité sont étudiants) dépensent entre 1000 à 2000 DA par mois. D'autre part pour les enquêtés qui touchent un revenu plus élevé (55 000 DA et plus), leurs dépenses s'élèvent à 3000 jusqu'à 5000 DA, ce qui représente en moyenne 60 000 DA par an, Ce budget utilisé pour l'achat des biens de première nécessité. Par ailleurs, nous concluons que le revenu joue un rôle important sur le volume de la consommation des cigarettes chez les uns aussi chez d'autres.

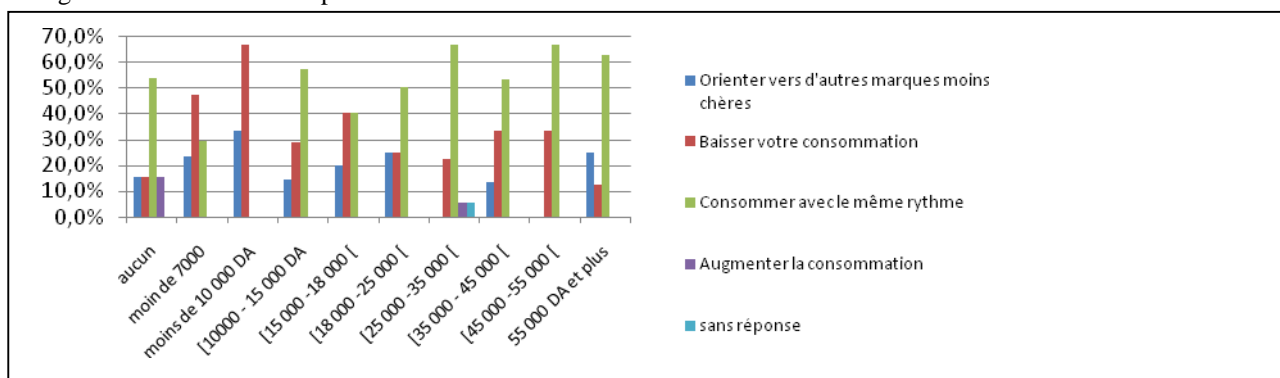
III.2.4.2.9 la répartition des enquêtes selon les tranche revenu et selon la réaction des enquêtés face à l'augmentation dernière des prix du tabac

Tableau n° 20: la répartition des enquêtes selon les revenu et selon la réaction des enquêtés face à l'augmentation dernière des prix du tabac local

Les réactions des enquêtés face à l'augmentation dernière des prix du tabac		aucun	moins de 7000	moins de 10 000 DA	[10000 - 15 000 DA	[15 000 - 18000 [[18 000 - 25000 [[25 000 - 35000 [[35 000 - 45000 [[45 000 - 55000 [55 000 DA et plus	total
Orienter vers d'autres marques moins chères	Effectif	2	4	1	1	1	2	0	2	0	2	15
	%	15,40 %	23,50 %	33,30 %	14,30 %	20,00 %	25,00 %	0,00 %	13,30 %	0,00 %	25,00 %	15,00 %
Baisser votre consommation	Effectif	2	8	2	2	2	2	4	5	2	1	30
	%	15,40 %	47,10 %	66,70 %	28,60 %	40,00 %	25,00 %	22,20 %	33,30 %	33,30 %	12,50 %	30,00 %
Consommer avec le même rythme	Effectif	7	5	0	4	2	4	12	8	4	5	51
	%	53,80 %	29,40 %	0,00 %	57,10 %	40,00 %	50,00 %	66,70 %	53,30 %	66,70 %	62,50 %	51,00 %
Augmenter la consommation	Effectif	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3
	%	15,40 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,60 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	3,00 %
sans réponse	Effectif	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	%	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,60 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	1,00 %
Total	Effectif	13	17	3	7	5	8	18	15	6	8	100
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête.

Figure n° 22: la repartitions des enquêtes selon la tranche d'âge et selon la réaction des enquêtés face à l'augmentation dernière des prix du tabac



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n°20 .

Notre échantillon est constitué principalement de 51 % des fumeurs qui consomment le tabac avec le même rythme face à l'augmentation dernière des prix du tabac, contre

30 % des fumeurs qui ont baissé leurs consommations, et nous constatons que 53 % des enquêtés qui ne disposent d'aucun revenu ont une tendance à consommer avec le même rythme. Une partie des enquêtés ont choisi de baisser leur consommation et une autre (minorité) ont préféré d'orienter vers d'autres marques moins chères, mais cela reste peu par rapport à la majorité qui ont choisi la consommation avec le même rythme. Donc, cela nous mène à conclure que les fumeurs ne sont pas rationnels et cela peut être justifié par leur dépendance au tabac.

III.2.4.3. La substitution du tabac entre le local et l'importé

Dans cet axe, on va vérifier si les fumeurs substituent leur tabac et les raisons qui les poussent à les substituer.

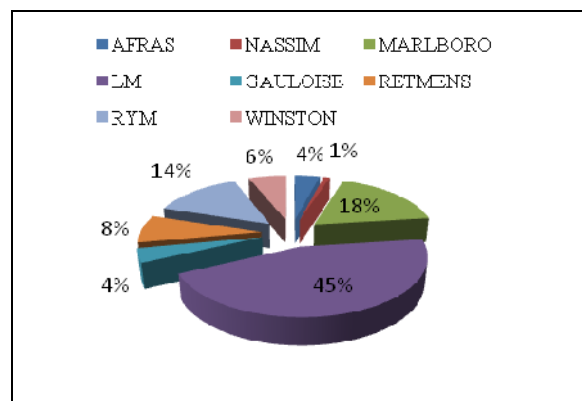
III.2.4.3.1 le classement des marques du tabac local et importé consommées par les enquêtés

Tableau n° 21: le classement des marques du tabac local et importé consommées par les enquêtés

La marque de cigarette fumée habituellement	Effectifs	%
AFRAS	4	4,0 %
NASSIM	1	1,0 %
MARLBORO	18	18,0 %
LM	45	45,0 %
GAULOISE	4	4,0 %
RETMENS	8	8,0 %
RYM	14	14,0 %
WINSTON	6	6,0 %
Total	100	100,0 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

Figure n°23: Classement des marques du tabac local et importé consommées par les enquêtés



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n°21

En faisant une lecture de tableau n° 21, on remarque que la plus part des enquêtés consomment les marques étrangères. En première position vient LM avec un taux de 45 %, suivi par MARLBORO avec 18 %, et en dernière position on trouve la marque locale NASSIM avec 01 % seulement. Et pour mieux expliquer par rapport à quelle mesure les fumeurs préfèrent les cigarettes importées, nous avons essayé d'analyser les facteurs qui les poussent à consommer le produit importé et non pas le produit local. Nous allons présenter dans ce qui suit cette répartition.

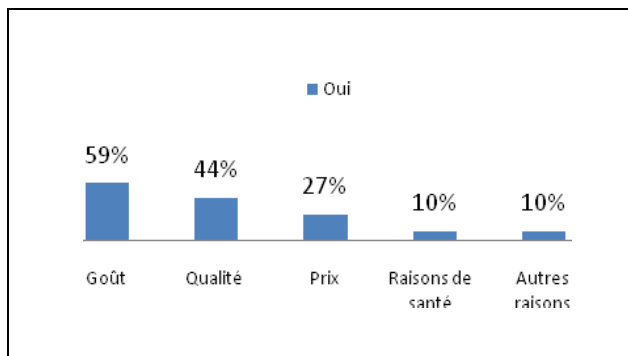
III.2.4.3.2 La répartition des enquêtés selon les raisons de consommer les marques locales/importées

Tableau n° 22: la répartition des enquêtés selon les raisons de consommer les marques locales/importées

Les raisons qui poussent les fumeurs à consommer une marque.		Oui	Non	%
Goût	effectif	59	51	00
	%	59 %	51 %	00 %
Qualité	effectif	44	55	01
	%	44 %	55 %	01 %
Prix	effectif	27	72	01
	%	27 %	72 %	01 %
Raisons de santé	effectif	10	89	01
	%	10 %	89 %	01 %
Autres raisons	effectif	10	93	00
	%	10 %	93 %	00 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête.

Figure n° 24: la répartition des enquêtés selon raisons de consommer les marques



Source : réalisé par nos soins à partir de notre

Tableau n°22.

La lecture de tableau n°22 nous donne une information sur les raisons qui poussent les fumeurs à consommer une marque du tabac qu'elle soit locale ou bien étrangère, nous remarquons que la grande partie des enquêtes 59 % ont pour raisons le goût, suivis avec un taux de 44 % la qualité, ainsi 27 % des fumeurs avance la raison du prix et 10 % la raison de santé.

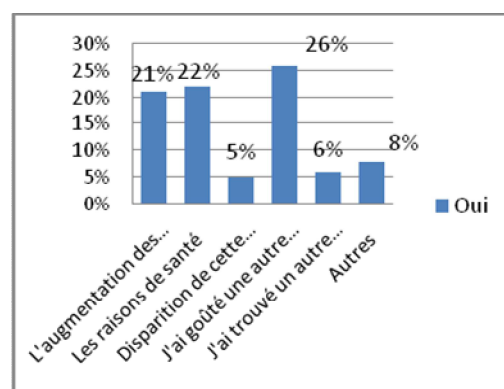
Les fumeurs substituent le tabac local avec l'importé, premièrement pour des raisons du goût, ensuite à cause de la qualité. Peut-être que le fumeur algérien trouve le tabac importé meilleur et finalement, nous remarquons que le prix et la raison de santé sont les derniers soucis des fumeurs.

III.2.4.3.3 La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à abandonner une marque

Tableau n° 23: La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à abandonner une marque

Les raisons qui poussent les enquêtés à abandonner une marque		Oui	Non	Sans réponse
L'augmentation des prix de cette marque	effectif	21	45	25
	%	21 %	45 %	25 %
Les raisons de santé	effectif	22	53	25
	%	22 %	53 %	25 %
Disparition de cette marque	effectif	05	70	25
	%	05 %	70 %	25 %
J'ai goûté une autre marque de qualité meilleure	effectif	26	49	25
	%	26 %	49 %	25 %
J'ai trouvé un autre tabac qui me convient avec un prix moins cher	effectif	06	69	25
	%	06 %	69 %	25 %
Autres	effectif	08	67	25
	%	08 %	67 %	27 %

Figure n° 25: La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à abandonner une marque



Source : réalisé par nos soins à partir de tableau n°23

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

En faisant l'analyse de tableau n° 23 et de la figure n°25, nous réalisons que 26 % des enquêtés ont changé leur marque en goutant une autre marque de qualité meilleure, ce résultat nous confirme l'information qu'est déjà déduite du le tableau n°21.

III.2.4.4. La rationalité du fumeur

Dans cet axe, on va vérifier si le fumeur est rationnel ou non.

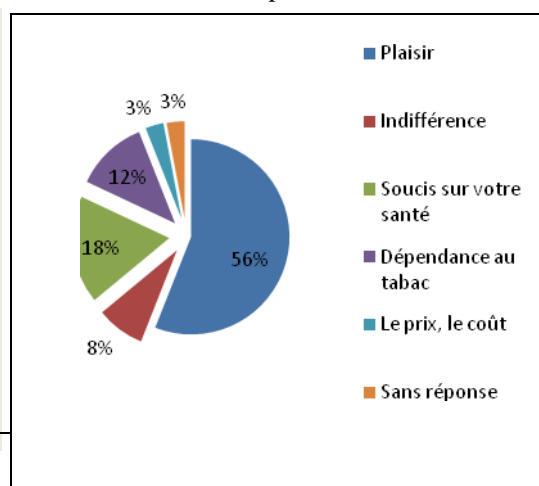
III.2.4.4.1 la répartition des enquêtés selon les sentiments donner par le tabac

Tableau n° 24: la répartition des enquêtés selon les sentiments donner par le tabac :

Les sentiments des enquêtés du fait de continuer de fumer			
Valide		Effectifs	%
		Plaisir	56
	Indifférence	8	8,0
	Soucis sur votre santé	18	18,0
	Dépendance au tabac	12	12,0
	Le prix, le coût	3	3,0
	Sans réponse	3	3,0
	Total	100	100,0

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête

Figure n° 26: la répartition des enquêtés selon les sentiments donner par le tabac



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n°24

Cette répartition nous a permis de savoir quelle est le sentiment le plus dominant sur le fumeur. D'après l'analyse du tableau n° 24 nous constatant que la majorité des fumeurs ont le sentiment de plaisir (56% du totale des enquêtés), contre uniquement 3 % qui ont le sentiment de chagrin pour le prix, au-delà nous remarquons malheureusement une absence de rationalité chez la plupart des fumeurs et cela peut être du la leur dépendance au tabac.

III.2.4.4.2 La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à fumer

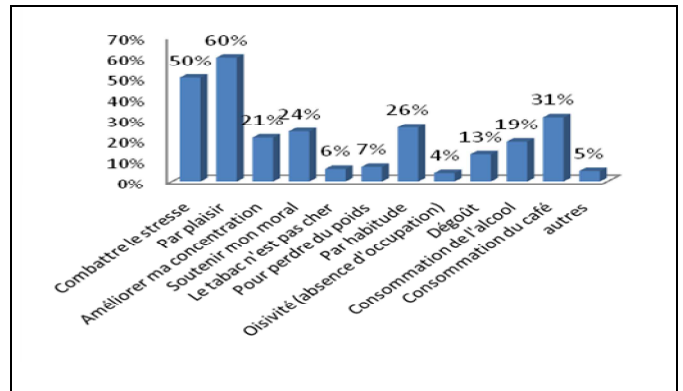
Notre curiosité nous a poussés à poser dans notre questionnaire la question sur les raisons qui poussent les fumeurs algériens à fumer. Nous avons trouvé que la majorité (plus de 50 %) fume pour le plaisir, pour combattre le stress, et par habitude et pour soutenir le moral, Une minorité des interrogés (6 %) avance comme raison de rester fumeurs, le prix bas de la cigarette.

Tableau n° 25: La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à fumer

Les raisons qui poussent les enquêtés à fumer		oui	non
Combattre le stress	effectif	50	50
	%	50 %	50 %
Par plaisir	effectif	60	40
	%	60 %	40 %
Améliorer sa concentration	effectif	21	79
	%	21 %	79 %
Soutenir son moral	effectif	24	76
	%	24 %	76 %
Le tabac n'est pas cher	effectif	6	94
	%	6 %	94 %
Pour perdre du poids	effectif	7	93
	%	7 %	93 %
Par habitude	effectif	26	74
	%	26 %	74 %
Oisiveté (absence d'occupations)	effectif	4	96
	%	4 %	96 %
Dégoût	effectif	13	87
	%	13 %	87 %
Consommation de l'alcool	effectif	19	81
	%	19 %	81 %
Consommation de café	effectif	31	69
	%	31 %	69 %
autres	effectif	5	95
	%	5 %	95 %

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête.

Figure n° 27: La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à fumer



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n° 25

III. 2.4.4.3 la répartition des enquêtés selon le regret d'avoir commencé un jour fumé

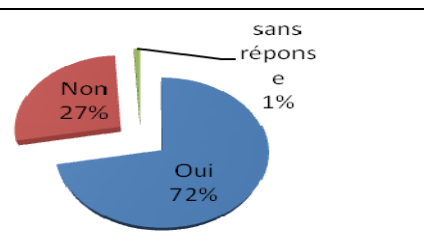
D'après le tableau suivant 72 % des fumeurs regrettent d'avoir commencé un jour à fumer, la plupart des enquêtes avancent les raisons de dépendance et les raisons de santé

Tableau n° 26: la repartions des enquêtés selon le regret d'avoir commencé un iour fumé

le regret des enquêtés d'avoir un jour fumé				
	Oui	Non	sans réponse	Total
Effectifs	72	27	1	100
Pourcentage	72,0	27,0	1,0	100,0
Pourcentage valide	72,0	27,0	1,0	100,0

Source : réalisé par nos soins à partir de notre enquête.

Figure n° 28: la repartions des enquêtés selon le regret d'avoir commencé un iour fumé



Source : réalisé par nos soins à partir le tableau n° 26

Conclusion

Dans ce chapitre, nous avons essayé d'analyser l'élasticité de la demande du tabac et son prix, élasticité de la demande par apport au revenu, ainsi l'élasticité croisés de la demande du tabac importé avec les prix du tabac local, et d'après l'analyse de ses instruments nous constatant que la demande du tabac locale est inélastique a sons prix pour la plupart des années de notre période d'études mais par d'autres facteurs que l'enquête ne pourra révéler. Afin de bien éclairer les résultats de l'analyse précédente nous avons entamé une enquête à travers un échantillon. Dont laquelle ont as rencontré beaucoup des difficultés et des contraintes dans sa réalisation.

Suite à la réalisation de cette enquête auprès des fumeurs de la wilaya de Bejaia, nous arrivons aux conclusions présentées ci-dessous :

- le revenu n'as pas d'effet sur la régularité de la consommation du tabac.
- La majorité des enquêtes préfèrent achètent les cigarettes en paquets.
- Une bonne partie des enquêtés, des déférentes tranches d'âge, sont dépendants du tabac avec un degré moins pour les débutants.
- Le revenu n'as aucun effet sur la consommation des cigarettes.
- 51 % des fumeurs consomment avec le même rythme face à l'augmentation des prix du tabac. Donc les fumeurs ne sont pas rationnels et cela peut être expliqué par leur dépendance au tabac.
- La plus part des enquêtés consomment des marques étrangères.
- Les fumeurs substituent le tabac local avec l'importé pour les raisons du gout et de qualité.

Après traitement des résultats de notre enquête, nous sommes arrivés à déduit que les fumeurs ne sont pas rationnels et préfèrent les marques importées malgré même quelle sont plus chères.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion Générale

Notre étude avait pour but de vérifier si le fumeur algérien est un consommateur rationnel. Ainsi, ce fumeur substitue-t-il son tabac consommé si son prix augmente avec un autre tabac bon marché.

Pour réaliser notre travail, nous avons d'abord développé les aspects théoriques relatifs à notre thème où nous avons essayé d'expliquer les critères de rationalité d'un consommateur, dans quelles mesures un produit est élastique, et dans quelles mesures un produit est substituable par rapport à un autre et enfin la contrainte budgétaire par rapport au consommateur. Puis, nous avons défini certaines notions liées au tabac afin de cerner les contours du sujet ; nous avons notamment expliqué dans quelle mesure un consommateur est rationnel ou dépendant quand il s'agit du tabac, et dans quelle mesure le produit du tabac est élastique avec son prix, avec le revenu et avec le prix des tabacs importés en donnant un début d'éclaircissements sur les calculs à effectuer. Nous avons enfin analysé des données macroéconomiques nationales ainsi que des données primaires issues d'une enquête de terrain réalisée au niveau de la Wilaya de Bejaïa. Ceci nous a permis qui as permettez de répondre à notre problématique d'un côté, et de nous donner des éléments de réponse et d'explication à notre analyse de données sur l'élasticité et la substitution.

Nos résultats mènent à infirmer notre première hypothèse selon laquelle que « *les fumeurs algériens substituent leur tabac consommé si le prix de ce dernier augmente avec un autre tabac bon marché* ». Par contre, les fumeurs algériens substituent le tabac local avec le tabac l'importé premièrement pour la raison du goût et la qualité de ces derniers.

Même avec l'augmentation dernière des prix du tabac, la majorité des enquêtés consomment avec le même rythme ce qui affirme que leur demande n'est pas élastique avec les prix de leur tabac consommé, infirmant ainsi toute hypothèse de rationalité du fumeur.

Notre deuxième hypothèse : « *le revenu joue un rôle important pour expliquer le comportement de rationalité chez les fumeurs enquêtés.* » est aussi infirmé d'après nos résultats d'enquête, où la consommation de la plupart des fumeurs a tendance à augmenter même s'ils ne disposent d'aucun revenu.

Par ailleurs, les fumeurs qu'ils soient célibataires ou mariés sont des consommateurs réguliers. Les fumeurs ne changent pas leur habitude de consommation même s'ils sont mariés donc la situation sociale n'est pas un facteur de rationalité chez les fumeurs. Il est de même pour la situation personnelle et professionnelle qui n'influence pas la rationalité des fumeurs. Celle-ci étant liée au degré de dépendance des fumeurs au tabac. Ce qui infirme aussi la troisième hypothèse : « *la rationalité chez les fumeurs est relative, elle dépend de leur situation sociale, personnelle et professionnelle* ».

D'après les résultats de notre travail, pouvons dire que les fumeurs algériens ne sont pas rationnels dans leur consommation du tabac. Nous concluons aussi qu'ils préfèrent consommer les tabacs de marques étrangères malgré qu'ils ont plus chers que les tabacs locaux.

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

Articles de Revues

- BEN LAKHDAR, C. LERMENIER A., VAILLANT N.G. 2011. Estimation des achats transfrontaliers de cigarettes 2004-2007. OFDT, *Tendances*, n° 75,
- Bourdeux C., Martineaud L., Lagrue G, Ruffier Y. des Aimes et Molimard R. 2001. *la cigarette, un inter-dit thérapeutique*. La revue « soins psychiatrie », N° 214,
- Bennaceur Chérif, paru le 2 avril 2012 ÉCONOME: Consommation annuelle de tabac en Algérie, un marché de plus de 2 milliards de dollars, article du journal Soir d'Algérie
- Becker GS, Murphy KM. 1988: A theory of rational addiction. *J Polit Econ* .
- Dr Bruno MASI. 15/12/2003 – LA REVUE DU PRATICIEN, N° 635 du
- Dominique Giffard, mai-juin 2001 “la cigarette, un inter-dit thérapeutique ?” revue “soins psychiatrie”, n° 214,
- Grossman M. 1972: On the concept of health capital and the demand for health. *J Polit Econ*
- Jones AM.1994. Health, addiction, social interaction and the decision to quit smoking. *J Health Econ*
- . Kenkel DS.1991. Health behaviour. Health knowledge and schooling. *J Polit Econ*
- Pierre Cahuc.1993, La Nouvelle microéconomie, Repères La Découverte,.
- Pollak RA .1970. Habit formation and dynamic demand function. *J Polit Econ* .
- Stigler GJ, Becker GS.1977. De gustibus non est disputandum. *Am Econ Rev* .
- Viscusi WK. 1991. Age variations in risk perception and smoking decision. *Rev Econ Stat* .

Supports de Cours

- Berrebeh Jallal, Cours de microéconomie, Université de Carthage, Faculté des sciences économiques de Nabeul, année 2012/2013.
- Dr Djenfi, Le tabagisme, Cours de 4ème Année – Module de Pneumologie, Faculté de médecine, Université de Batna, 2012.
- Nshue. A, Mokime. M, juin 2012. Cours de Microéconomie, Kinshasa,
- *Terminale es –2013/2014 : Cité Scolaire Internationale – a. stratakis*

Mémoires

- Kopp Pierre, août 2006. Tabac et société fondements de l'analyse économique, Centre d'Économie de la Sorbonne (C.E.S), Université du Panthéon-Sorbonne, Paris 1,

Dissertation

- Beitone Alain, la place de la rationalité dans les comportements économiques, corrigé de dissertation, université d'Aix Marseille.
- CHALOUPKA F.J., CUMMINGS K.M., MORLEY C.P., HORAN J.K. (2002). Tax, price and cigarette smoking: evidence from the tobacco documents and implications for tobacco company marketing strategies. *Tobacco Control*.

Rapports

- ANGUIS M. & DUBEAUX D. 1997. Les fumeurs face aux récentes hausses du prix du tabac, *Insee Première*, n° 551,
- DUPILET C, Grignon M, Pierrard B. 2002. Modèles économiques et politiques de lutte contre le tabagisme. Rapport n° 1381. Paris : CREDES,

- ETILE, F. 2006. L'analyse économique des politiques publiques du tabagisme. *Psychotropes*, Vol. 12, n° 1,
- Haut Conseil de la santé publique, Avis produit par la Commission spécialisée Prévention, Éducation et promotion de la Santé le 25 janvier 2012, 14 avenue Duquesne 75350 Paris 07 SP .

Rapports Médicaux

- Centre de toxicomanie et de santé mentale. © 2007
- mediacentre OMS juillet 2015, In <http://www.who.int/>
- Organisation mondiale de la santé (OMS).
- Marilyn Herie, Ph.D, TSI and all, La toxicomanie : Guide d'information, Guide à l'intention des personnes aux prises avec une toxicomanie et de leur famille, Imprimé au Canada
- Suranovic SM, Goldfarb RS, Leonard TC. 1999. An economic theory of cigarette addiction. *J Health Econ*
- semep : Situation du Tabac en Algérie, Fiscalité, Service d'épidémiologie et de médecine préventive de Sétif, 2007. In : www.semepsetif.org. Et à : MSPRH : Enquête globale sur le tabagisme chez l'Adulte (GATS) Algérie 2010, MSPRH, Direction de la prévention, 2010.

Livre

- Fuchs VR.1982. Time preference and health : An exploratory study. In : Fuchs VR, ed. *Econ Asp Health*. New York : Columbia University Press,
- GALLET C. A., LIST J. A.Cigarette demand: a meta-analysis of elasticities. *Health Economics*, 12(10) (2003) pp 821-835.
- Varescon Isabelle, 2005 : *Psychopathologie des conduites addictives*. Paris, Berlin

Dictionnaires

- LAROUSSE MÉDICAL/VUEF, 9° édition , 2003.

Sites Internet

- <http://eco99international.fr/book/cours-fr19-la-consommation/les-effets-du-consommateur/leffet-de-substitution>
- <http://www.eurominutor.com>,
- <http://www.hcsp.fr>
- [http://l'effet de substiyution_ECO 99 International.html](http://l'effet%20de%20substitution_ECO%2099%20International.html)
- <http://lexinter.net/JF/consommateur.htm>
- <http://lms.cours.fr/#/classe/2e/arbo/18700/opd/2233966>
- <http://www.larousse.fr>
- <http://www.lescoursdecogestion.fr/>
- <http://www.lesoirdalgerie.com/articles/2012/04/02/article.php?sid=132369&cid=27>
- <http://www.who.int/>

Table des matières

Liste des abréviations	
Index des tableaux	
Index des schémas	
Index des figures	
Sommaire	
INTRODUCTION GENERALE	01
CHAPITRE I : LA RATIONALITÉ D'UN CONSOMMATEUR	04
INTRODUCTION	04
I.1. LE CRITERE DE RATIONALITE CHEZ UN CONSOMMATEUR	04
I.1.1. Définition du consommateur.....	04
I.1.1.1. Sur le plan juridique	05
I.1.1.2. Sur le plan économique	05
I.1.2. Rationalité économique du consommateur	06
I.1.2.1. La rationalité : une place centrale et contestée	06
I.2. L'ELASTICITE D'UN PRODUIT	08
I.2.1. Définition de l'élasticité.....	08
I.2.2. L'analyse de l'élasticité.....	08
I.2.3. Le calcul de l'élasticité	09
I.2.4. Les principaux types d'élasticités	10
a. L'élasticité de la demande par rapport au prix	10
b. L'élasticité de la demande par rapport au revenu	11
I.3. LA SUBSTITUTION D'UN PRODUIT	11
I.3.1. L'effet de substitution	11
I.3.2. Les préférences du consommateur.....	12
a. Les substituts parfaits	12
b. Les biens complémentaires	13
c. Les biens neutres.....	14
d. Les biens indésirables	15
e. Les préférences concaves.....	16
I.4. LA CONTRAINTE BUDGETAIRE	16
I.4.1. Définition de la contrainte budgétaire	16
I.4.2. Représentation graphique de la contrainte budgétaire	17
I.4.3. L'équation de la contrainte budgétaire	18
I.4.4. Les propriétés de la courbe budgétaire.....	18
I.4.5. Effets d'une variation du prix et du revenu sur la contrainte budgétaire.....	19
CONCLUSION	20

CHAPITRE II : LA RATIONALITÉ D'UN FUMEUR	21
INTRODUCTION	21
II.1. NOTIONS LIÉES AU TABAC	22
a) Tabagisme	22
b) Tabac	22
c) Dépendance	22
d) Dépendance physique	23
e) Dépendance psychologique	23
f) Toxicomanie	23
g) Le tabagisme passif	23
h) La nicotine	24
i) L'addiction	24
II.2. LA RATIONALITÉ ET LA DÉPENDANCE D'UN FUMEUR	24
II.2.1. La rationalité d'un fumeur	24
II.2.2. La dépendance d'un fumeur	25
II.2.2.1. Caractéristiques de la dépendance	26
II.2.2.2. Évaluation de la dépendance	26
II.2.2.3. Les modèles de dépendances	27
a) Dépendance rationnelle	27
b) Modèle de capitale santé	29
II.3. L'ÉLASTICITÉ DU TABAC	31
II.3.1. définition de l'élasticité	31
II.3.1.1. L'élasticité prix de la demande de tabac	32
II.3.1.2. L'élasticité revenu de la demande	34
II.3.1.3. L'élasticité prix croisée	
a) Méthode de calcul	34
b) Utilité de l'élasticité prix croisée	35
CONCLUSION	36
CHAPITRE III : RATIONALITE DU FUMEUR ALGERIEN : ETUDE PAR L'ENQUETE DANS LA WILAYA DE BEJAÏA	37
INTRODUCTION	37
III.1. CALCUL DE L'ELASTICITE DU TABAC	37
III.1.1. Elasticité prix/demande du tabac local	38
III.1.2. Elasticité demande/revenu du tabac locale	43
III.1.3. Elasticité prix croisée entre le tabac locale et importé	48
III. 2. ENQUÊTE AUPRÈS DES FUMEURS DE LA WILAYA DE BEJAIA	53
III. 2.1. Présentation de l'enquête	54
III. 2.1.1. Identification de l'enquêté	55
III. 2.1.2. Consommation du tabac et élasticité demande	55
III. 2.1.3. La substitution du tabac entre le local et l'importé	55
III. 2.1.4. La rationalité du fumeur	55
III. 2.2. Déroulement de l'enquête (procédures de collecte et d'analyse des données)	55
III. 2.3. Difficultés rencontrées	57

III. 2.4. Présentation et analyse des résultats de l'enquête réalisée auprès des fumeurs de la wilaya de Bejaïa	58
III. 2.4.1. Caractéristiques de la population enquêtée	58
III. 2.4.1.1. Informations personnelles de l'enquêté	58
III. 2.4.1.1.1. Répartition des enquêtés par sexe, Tranche d'âge, Situation familiale et Niveau d'instruction	58
III. 2.4.1.1.2. Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs statuts professionnels	59
III.2.4.1.1.3. Répartition des enquêtés selon leurs sexes et leurs revenus mensuels	60
III.2.4.2. Consommations du tabac et élasticité demande	60
III.2.4.2.1 La répartition des enquêtés selon la tranche d'âge et selon le type de tabagisme.....	60
III.2.4.2.2 La répartition des enquêtés selon le type de tabagisme et selon le revenu mensuel	61
III.2.4.2.3 La répartition des enquêtes selon le revenu mensuel et selon la forme d'achat du tabac	62
III.2.4.2.4 La répartition des enquêtés selon les situations familiale et selon le type de tabagisme	63
III.2.4.2.5. La répartition des enquêtés selon la Tranches d'âge et selon les Dépenses quotidiennes consacrées à l'achat de cigarettes.	63
III. 2.4.2.6. La répartition des enquêtes selon la tranche d'âge et selon l'évolution de la consommation du tabac dans le temps.	64
III. 2.4.2.7. La répartition des enquêtés selon le revenu mensuel et selon évolutions de la consommation du tabac.....	65
III. 2.4.2.8. La répartition des dépenses hebdomadaires consacrées à l'achat de cigarettes par le revenu mensuel.....	66
III. 2.4.2.9. la repartitions des enquêtes selon la tranche d'âge et selon la réaction des enquêtés face à l'augmentation dernières des prix du tabac	67
III. 2.4.3. La substitution du tabac entre le local et l'importé	68
III. 2.4.3.1. Le classement des marques du tabac local et importé consommer par les enquêtés	68
III. 2.4.3.2. La répartition des enquêtés selon les raisons de consommer les marques local/importé.....	69
III.2.4.3.3 La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à abandonner une marque.....	69
III. 2.4.4. La rationalité du fumeur	70
III. 2.4.4.1.la répartition des enquêtés selon les sentiments donner par le tabac	70
III. 2.4.4.2.La répartition des enquêtés selon les raisons qui les poussent à fumer	70
III. 2.4.4.3.La répartition des enquêtés selon le regret d'avoir commencé un jour à fumé	71
CONCLUSION	72
CONCLUSION GENERALE	73
Annexes	
Liste des tableaux	
Bibliographie	
Table des matières	

ANNEXES

Annexes 01 : Questionnaire d'enquête auprès des fumeurs



Université Abderrahmane Mira de Bejaïa
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques

Option : Economie appliquée, Ingénierie financière

THEME :

Étude de l'Effet de substitution des tabacs locaux avec les tabacs importés : le fumeur algérien est-il un consommateur rationnel

Ce questionnaire s'adresse aux **fumeurs de la Wilaya de Bejaïa**. Les informations que vous rapporterez dans ce questionnaire contribueront à déterminer si le fumeur est rationnel, si la demande en produits du tabac est élastique à son prix et si les fumeurs substituent leur tabac consommé si son prix augmente. Elles seront totalement **confidentielles** et traitées de façon **anonyme** ; elles ne seront utilisées qu'à des fins scientifiques.

Merci pour votre collaboration.

Enquêteur :

Date d'enquête :/...../.....

I. IDENTIFICATION DE L'ENQUETE

1. Sexe :

- Masculin - Féminin

2. Age :

- Moins de 18 ans (Veuillez préciser)
 - De 18 à 20 ans
 - De 20 à 30 ans
 - De 30 à 40 ans
 - De 40 à 50 ans
 - De 50 à 60 ans
 - 60 ans et plus (Veuillez préciser)

3. Situation familiale :

- Célibataire - Marié (e)
 - Veuf (ve) - Divorcé (e)

4. Nombre d'enfants :

5. Niveau d'instruction :

- Aucun - Primaire - Moyen
 - Secondaire (Lycée) - Universitaire

6. Statut professionnel :

- Etudiant - Contractuel
 - Fonctionnaire - Ouvrier
 - Cadre - Médecin - Chômeur
 - Activité libérale - Enseignant
 - Autre (Précisez)

7. Quel est, en moyenne, votre revenu mensuel net ?

- Aucun
 - Une bourse DA (Précisez)
 - Moins de 10 000 DA
 - De 10 000 à 15 000 DA
 - De 15 000 à moins de 18 000DA
 - De 18 000 à moins 25 000 DA
 - De 25 000 à moins 35 000 DA
 - De 35 000 à moins 45 000 DA
 - De 45 000 à moins 55 000 DA
 - De 55 000 et Plus

8. Votre revenu a-t-il connu une augmentation dans les 12 mois précédente ?

- Oui - Non

II. CONSOMMATION DE TABAC ET ELASTICITE DEMANDE

9. Si oui, de combien ? DA

10. Cette augmentation vous a-t-elle encouragé à rester fumeur ?

- Oui - Non - Indifférent

11. Si non, pourquoi vous-êtes resté fumeur aujourd'hui ?

- Vous n'y pensez même pas d'arrêter
 - L'argent que vous consacrez au tabac n'est pas élevé
 - Pas de problèmes de santé
 - Le tabac ne vous gêne pas
 - Le tabac n'est pas très cher
 - Aucun désagrément de votre entourage
 - Faible volonté
 - Manque de soutien moral
 - Problèmes socioéconomiques plus forts
 - Absence d'informations sur les méthodes du sevrage tabagique
 - Autres (Précisez)

12. Etes-vous un fumeur plutôt :

- Régulier - Occasionnel

13. Vous fumez combien de cigarette par jour lorsque vous avez commencé à fumer cigarettes

14. Vous fumez combien de cigarettes (en moyenne) par jour actuellement ?cigarettes

15. Vous achetez le tabac sous quelle forme ?

- A l'unité (par cigarettes) - Paquet

16. Avec le temps, votre consommation a eu tendance à :

- Augmenter - Baisser - stagner

17. Pourquoi cette tendance (les causes de cette baisse ou augmentation)

- Votre dépendance est plus forte
 -Stresse élevé
 -Ennui
 -Augmentation de votre revenu

-Amélioration de votre situation financière

-Autres (précisez)

18. Quel est le prix du paquet de cigarettes que vous consommez ?

.....Dinars

19. Pour l'achat de cigarettes, vous dépensez combien de dinars par jour

..... DA

20. Quel est, en moyenne, l'argent que vous consacrez au tabac dans un mois ?

- Moins de 1 000 DA
 - De 1 000 DA à moins de 2 000 DA
 - De 2 000 DA à moins de 3 000 DA
 - De 3 000 DA à moins de 4 000 DA
 - De 4 000 à moins) de 5 000 DA
 - De 5 000 à moins de 6 000 DA
 - 6 000 DA et plus

21. Quelle était votre réaction par rapport à l'augmentation dernière des prix du tabac

- Orienter vers d'autres marques moins chères
 - Baisser votre consommation
 - Consommer avec le même rythme
 - Augmenter la consommation

22. Supposons une autre augmentation du prix du tabac. À partir de quel seuil commencerez-vous à envisager d'arrêter de fumer ?

- Augmentation de 50%
 -Augmentation de 100%
 -Augmentation de 150%
 -Augmentation de 200%
 - Je n'arrêterai pas de fumer quel que soit l'augmentation du prix

23. Pour une éventuelle augmentation du prix de votre tabac consommé, vous allez vous :

- Orienter vers d'autres marques moins chères
 -Continuer à consommer la même marque et assumer l'augmentation

- Garder la même marque mais diminuer la quantité consommée
 - Arrêter de fumer
 - Autres (Précisez)

24. Pensez-vous que la satisfaction que vous procure ce tabac mérite le prix que vous payez ?

- Oui - Non

25. Justifier votre réponse.....

.....

III. LA SUBSTITUTION DU TABAC ENTRE LE LOCAL ET L'IMPORTE

26. Quelle est la marque de cigarette que vous fumez habituellement ?.....

.....

27. Quelles sont les raisons qui vous poussent à consommer cette marque ?

- Goût
 - Qualité
 - Prix
 - Raisons de santé
 - Autres (Précisez)

28. Avez-vous déjà changé de marque de cigarettes ?

- Oui - Non

29. Si oui, quelles sont les raisons qui vous ont poussé à abandonner l'ancienne marque ?

- L'augmentation du prix de cette marque
 - Raisons de santé : light, léger, faible en goudron, etc.
 - Disparition de cette marque
 - J'ai goûté une autre marque de qualité meilleure
 - J'ai trouvé un autre tabac qui me convient avec un prix moins cher
 - Autres (Précisez)

.....

IV. RATIONALITE DU FUMEUR

30. Lorsque vous avez commencé à fumer votre 1^{ère} cigarette, avez-vous prévu que vous pourrez facilement arrêter de fumer vous le désiriez?

- Oui - Non

31. Pouvez-vous facilement arrêter de fumer aujourd'hui ?

- Oui - Non

32. Avez-vous des informations complètes sur les risques du tabac ?

- Oui - Non

33. Savez-vous que le tabac tue et provoque des maladies ?

- Oui - Non

34. Savez-vous que le tabagisme provoque :

- Des malaises - Oui - Non
 - Des Souffles - Oui - Non
 - Une mauvaise haleine - Oui - Non
 - Des troubles - Oui - Non

35. Quelles sont les raisons qui vous poussent à fumer ?

- Combattre le stress - Par plaisir
 - Améliorer ma concentration
 - Soutenir mon moral
 - Le tabac n'est pas cher
 - Pour perdre du poids (garder la ligne)
 - Par habitude - Oisiveté (absence d'occupation) - Ennui et dégoût
 - Consommation de l'Alcool
 - Consommation de café
 - Autres (Précisez)

36. Le fait de continuer de fumer vous donne un sentiment de :

- Plaisir.
 - Indifférence.
 - Soucis sur votre santé.
 - Dépendance au tabac.
 - Chagrin des prix, les couts.

37. Malgré ceci, préféreriez-vous le plaisir, la détente et la stimulation que vous procure cette cigarette au détriment des maladies futures que celui-ci pourra vous provoquer ? - Oui - Non

38. Regretter vous le fait d'avoir un jour commencé à fumer ? - Oui - Non

-Pourquoi ? (Précisez)

.....

39. Envisagez-vous d'arrêter de fumer ?

- Oui - Non
- indifférent

40. Si oui, pour quelles raisons ?

- Prix des cigarettes très cher
- Je n'arrive pas à assurer mes besoins de subsistance (et ceux de ma famille)
- Problème de santé - Grossesse
- Décès ou maladies d'un proche
- Recommandations du médecin
- Inquiétude au sujet de la santé des autres membres de la famille
- Pressions de l'entourage
- Autre (Précisez)
-

41. Parmi ces biens et services, classez par ordre de satisfaction procuré par chacun d'eux

- Café - Alcool - Thé
- Cigarettes locales
- Cigarettes importées
- La chique - Internet
- Autre (Précisez)
-

42. Parmi ces biens et services, citez celui qui maximise votre satisfaction ?

.....

Merci pour votre collaboration

Annexes 02 : Evolution des importations du tabac de 2000 - 2015
Poids en Kgs / Valeurs en DA

LIBELLE	2015(données provisoires)		2014		2013		2012		2011		2010	
	POIDS	VALEUR	POIDS	VALEUR	POIDS	VALEUR	POIDS	VALEUR	POIDS	VALEUR	POIDS	VALEUR
Tabacs non ecotes (1)	3748654	1629614175	4545779	1821384572	9657303	3396362415	1508953 2	5734449563	1224794 2	4712662703	1774198 7	6075077668
Tabacs partiellement ou totalement ecotes (1)	795866	126069518	782327	131725828	0	0	145000	40283136	333145	49613238	1380825	280381492
Dechets de tabacs.	0	0	0	0	0	0	2	12917	0	0	0	0
Cigares (y compris ceux a bouts coupes) et cigaril	0	0	0	0	5	10754	0	0	8	22119	165	744646
Cigarettes contenant du tabac brun.	0	0	0	0	0	14943	0	0	0	0	0	0
Cigarettes contenant du tabac blond.	0	0	3	40161	47	85553	2	15766	2	11435	0	0
Autres Cigarettes contenant du tabac	1	8596	0	0	3	21434	0	7365	0	0	0	0
Tabac a fumer ;meme contenant des succedanes de tabac									1156902 3	1637834800 7	9024402	1165862072 2
Autres tabacs contenant des succedanes de tabac	0	0	0	0	160	419941	290160	552475510	0	0	0	0
Tabacs <<homogeneises>> ou <<reconstitues>>	14524677	29748586577	1635879 3	2824594854 3	1569636 1	2400941838 7	1250243 9	1937794525 4	428434	259068655	148491	91056570
Autres tabacs reconstitues	623	850946	0	0	17	105039	0	0	0	0	18985	7567507

Source :ONS

Annexes 03 : Réalisation des ventes (2010/2014)

	2010	2011	2012	2013	2014
Total Cigarettes	700 000 000	700 000 000	650 000 000	550 000 000	500 000 000
Total Cigarette Rym	550 000 000	550 000 000	520 000 000	450 000 000	420 000 000
Cigarettes brunes	100 000 000	120 000 000	100 000 000	70 000 000	70 000 000

Source :SNTA

Annexes

En2009

CODE	INTITULE	JANV	FÉVR	MARS	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	ANNEE
08010000	TABACS ALLUMETTES ARTICLE TABAGERIE	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90	118,90
08010100	ALLUMETTES	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54
08010200	TABACS BRUNS	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87
08010300	TABACS BLONDS	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23	110,23
08010400	TABACS A PIPE	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95	122,95
08010500	TABACS A MACHER	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73	132,73
08010600	ARTICLES DE TABAGERIE	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76

En 2010

CODE	INTITULE	JANV	FÉVR	MARS	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	ANNEE
08010000	TABACS ALLUMETTES ARTICLE TABAGERIE	119,33	119,33	119,33	122,85	122,85	122,85	124,21	124,21	124,21	124,21	124,21	124,21	122,65
08010100	ALLUMETTES	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54	102,54
08010200	TABACS BRUNS	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87
08010300	TABACS BLONDS	110,23	110,23	110,23	115,08	115,08	115,08	117,41	117,41	117,41	117,41	117,41	117,41	115,03
08010400	TABACS A PIPE	122,95	122,95	122,95	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,23
08010500	TABACS A MACHER	134,30	134,30	134,30	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,87	136,23
08010600	ARTICLES DE TABAGERIE	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76	103,76

En 2011

CODE	INTITULE	JANV	FÉVR	MARS	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DÉC	ANNEE
08010000	TABACS ALLUMETTES ARTICLE TABAGERIE	131,46	131,46	131,46	131,46	131,46	131,46	132,88	132,88	132,88	133,33	133,33	133,33	132,28
08010100	ALLUMETTES	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90	136,90
08010200	TABACS BRUNS	140,48	140,48	140,48	140,48	140,48	140,48	140,48	140,48	140,48	142,29	142,29	142,29	140,93
08010300	TABACS BLONDS	122,10	122,10	122,10	122,10	122,10	122,10	124,55	124,55	124,55	124,98	124,98	124,98	123,43
08010400	TABACS A PIPE	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,66	124,70	124,70	124,70	124,67

Résumé

Nous avons tenté dans ce mémoire d'étudier la rationalité du fumeur algérien. Dans ce travail, nous avons étudié l'effet de substitution du tabac local avec le tabac importé, l'élasticité de la demande du tabac local avec son prix, et l'élasticité de la demande du tabac avec le revenu. A base d'une collecte de données macroéconomiques et d'une enquête de terrain, nous sommes parvenu au résultat que les fumeurs ne sont pas tout à fait rationnels.

We have tried in this paper to study the rationality of the Algerian smoking. In this work, we studied the local tobacco substitution effect with imported tobacco, the elasticity of demand of the local tobacco with its price, and the elasticity of demand for tobacco with income. A basis of a collection of macroeconomic data and a field survey, we reached the result that smokers are not entirely rational.

وقد حاولنا في هذا البحث إلى دراسة عقلانية التدخين الجزائري. في هذا العمل، قمنا بدراسة تأثير استبدال التبغ المحلي مع التبغ المستورد، ومرونة الطلب على التبغ المحلي مع سعره، ومرونة الطلب على التبغ مع الدخل. وأساس مجموعة من بيانات الاقتصاد الكلي والمسح الميداني، وصلنا إلى نتيجة أن المدخنين هم ليسوا عقلانيون تماما.