

"On peut appeler ça une agression"

FISCALITÉ. Augmentation des taxes, ventes limitées pour les alcools réfrigérés, notification de redressement pour certains de ses clients, la Brasserie de Tahiti est en première ligne face à l'augmentation de la fiscalité en Polynésie. Rencontre avec son directeur général, Hubert Viaris de Lesequo.

Comment réagissez-vous par rapport à l'augmentation de la taxe due par toute entreprise qui exerce une activité de production de produits sucrés ou d'alcool ?

"Il y a un certain nombre de délibérations qui ont été prises et publiées au journal officiel.

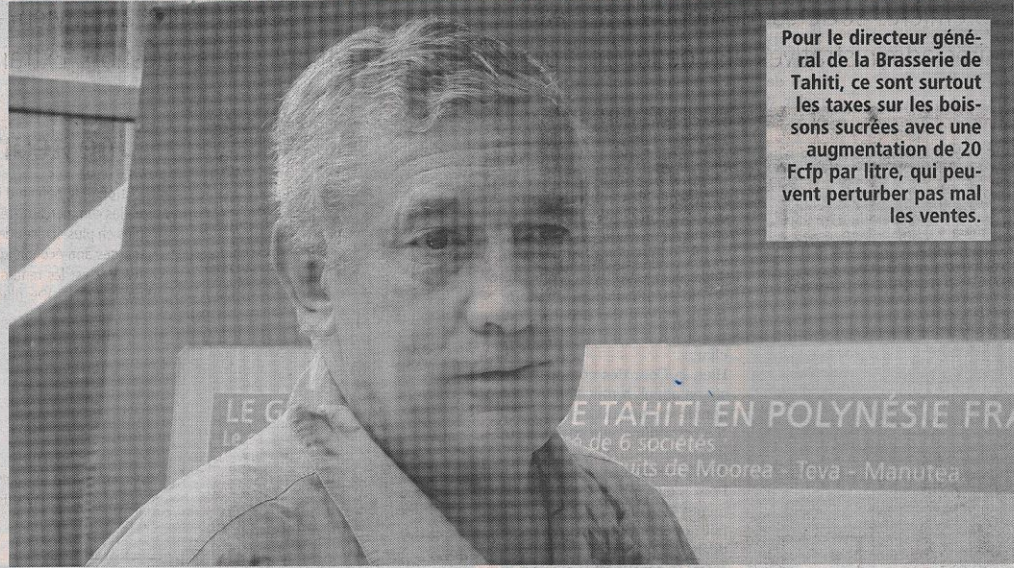
On les a prises en compte comme cela doit se faire une fois qu'elles sont publiées, et maintenant on attend la suite. On suppose qu'il va y avoir des recours, qu'il risque d'y avoir des remises en cause de ce qui a été publié. On s'adapte en fonction des circonstances."

Avez-vous chiffré ce que ces hausses de taxes vont peser sur les finances de votre entreprise et les répercussions pour vos clients ?

"Oui, on le sait très bien. Pour nous ce n'est pas négligeable. Ce sont surtout les taxes sur les boissons sucrées qui ont augmenté de 20 Fcfp par litre, ce qui est assez significatif. Donc cela peut effectivement perturber pas mal nos ventes pendant le temps où cela va être appliqué. Le problème, c'est que l'on navigue à vue dans cette affaire. On n'a même pas été prévenu. Je vous rappelle que les lois du Pays ont été signées, promulguées et publiées le même jour, et rendues exécutoires pour le lendemain. Nous on s'adapte, mais on n'a pas pu répercuter cette hausse des taxes le jour même, il nous a fallu quelques jours pour mettre tout cela en place. On a eu un petit retard, j'espère que l'on ne nous en voudra pas de l'avoir appliquée avec quelques jours de retard sur la loi mais c'était impossible pour nous de le faire le jour même pour le lendemain."

En parallèle de ces taxes, une trentaine d'établissements de restauration ont reçu une notification de redressement. Considérés aujourd'hui comme producteurs de boissons sucrées, ils doivent s'acquitter d'une taxe de 40 Fcfp par litre. Ces établissements sont vos clients, est-ce qu'il y a des répercussions directes sur la Brasserie de Tahiti ?

"Pas directement, mais on suit cela très attentivement car il s'agit en effet de nos clients. Nous les accompagnons dans cette affaire car la plupart du temps ce sont des clients qui n'ont pas une surface qui leur permette de réagir à cette agression. Je crois qu'on peut appeler ça une agression. C'est quelque chose qui est tombé comme ça, du jour au lendemain, et qui à notre avis ne tient absolument pas la route mais qui va nécessiter qu'on réagisse, qu'on conteste devant les tribunaux, etc. Tout ça c'est beaucoup d'énergie dépensée en pure perte car au final, je pense qu'on va avoir raison. Il n'y a aucune raison que ces clients soient taxés, qu'ils soient considérés comme des producteurs. Mais le problème, c'est qu'en attendant on aura perdu beaucoup de temps, beaucoup d'énergie."



Pour le directeur général de la Brasserie de Tahiti, ce sont surtout les taxes sur les boissons sucrées avec une augmentation de 20 Fcfp par litre, qui peuvent perturber pas mal les ventes.

L'ESSENTIEL

► La Brasserie de Tahiti est directement touchée par la hausse des taxes sur la production d'alcool et de boissons sucrées

► Sa direction espère que cette loi du Pays sera annulée

► Elle conteste également le projet de réforme sur les alcools réfrigérés

Est-ce que certains snacks pourraient fermer ? Cela signifierait une perte de client pour vous ?

"Oui, on espère seulement qu'ils pourront tenir le temps qu'on arrive à faire annuler tout ça."

Vous n'êtes pas concernés par la remise en service des taxes sur les alcools importés pour les hôtels et restaurants, mais qu'en pensez-vous ?

"Nous ne sommes pas concernés mais on se sent complètement solidaire de nos clients restaurateurs et hôteliers dans cette affaire. Il est évident qu'avec les difficultés que l'on traverse en Polynésie, il était inutile d'en rajouter. On a bien d'autres priorités en ce moment et donc on les soutient dans cette démarche."

Au niveau de votre entreprise Jus de Fruits de Moorea, vous avez obtenu des subventions pour le fret entre l'île sœur et Tahiti. C'est finalement une victoire qui aujourd'hui s'annule avec l'augmentation des taxes ?

"Les subventions concernent surtout les jus de fruits et ces derniers ne sont pas concernés par les taxes. Donc toute notre activité du jus de fruits reste opérationnelle et au contraire, elle devrait bénéficier un petit peu de ce qu'il se passe en ce moment puisque c'est une activité qui n'est pas taxée. Elle devrait continuer à prospérer, je l'espère. Concernant la subvention du fret, cela nous a bien aidé. Comme quoi, le gouvernement

peut aussi prendre de bonnes décisions de temps en temps."

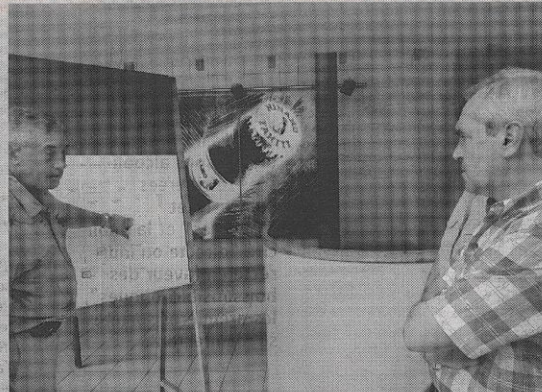
La dernière décision qui pourrait être prise est celle de l'interdiction de vente d'alcool réfrigéré après 16 heures. Un coup dur également pour vous ?

"Oui, si jamais c'est appliqué on sera touché. Il n'y a pas que nous. C'est la liberté de commercer qui est touchée et nous contesterons cela. Nous n'avons pas du tout le sentiment que les nuisances que le gouvernement pense pouvoir combattre par cette mesure vont être réduites. Au contraire, les restrictions de vente imposées peuvent avoir l'effet inverse. Par ailleurs, cela va gêner la liberté des gens qui ont envie de consommer normalement et de façon responsable. Malheureusement, c'est la grosse majorité de nos consommateurs et cela risque d'avoir un impact sur notre activité."

Propos recueillis par Alexandra Sigaud-Fourmy

Visite guidée de la Brasserie de Tahiti pour le haut-commissaire

C'était une coïncidence. La visite, hier, de l'usine de production de la Brasserie de Tahiti par le haut-commissaire Richard Didier et son épouse était programmée de longue date. "Je souhaitais visiter une des plus grandes entreprises du territoire qui est aussi une entreprise familiale", explique le haut-commissaire. Or, cette visite intervient peu de temps après la mise en place d'une hausse des taxes et l'annonce d'un projet de réforme de la réglementation du commerce des boissons alcooliques. Difficile dans ces conditions de ne pas aborder la question avec le représentant de l'État qui s'est voulu très prudent dans sa réponse. Rappelant que cette question n'était pas de sa compétence, Richard Didier a assuré qu'il n'avait aucun conseil à donner au gouvernement polynésien en la matière. Il a toutefois souligné que, de manière générale, toute modification fiscale devait faire l'objet de discussions, d'échanges avec les protagonistes.



DÉCRYPTAGE

✓ La Brasserie de Tahiti existe depuis 1914

✓ Elle compte aujourd'hui 400 salariés dont 150 sur le site de production à la Punaruu

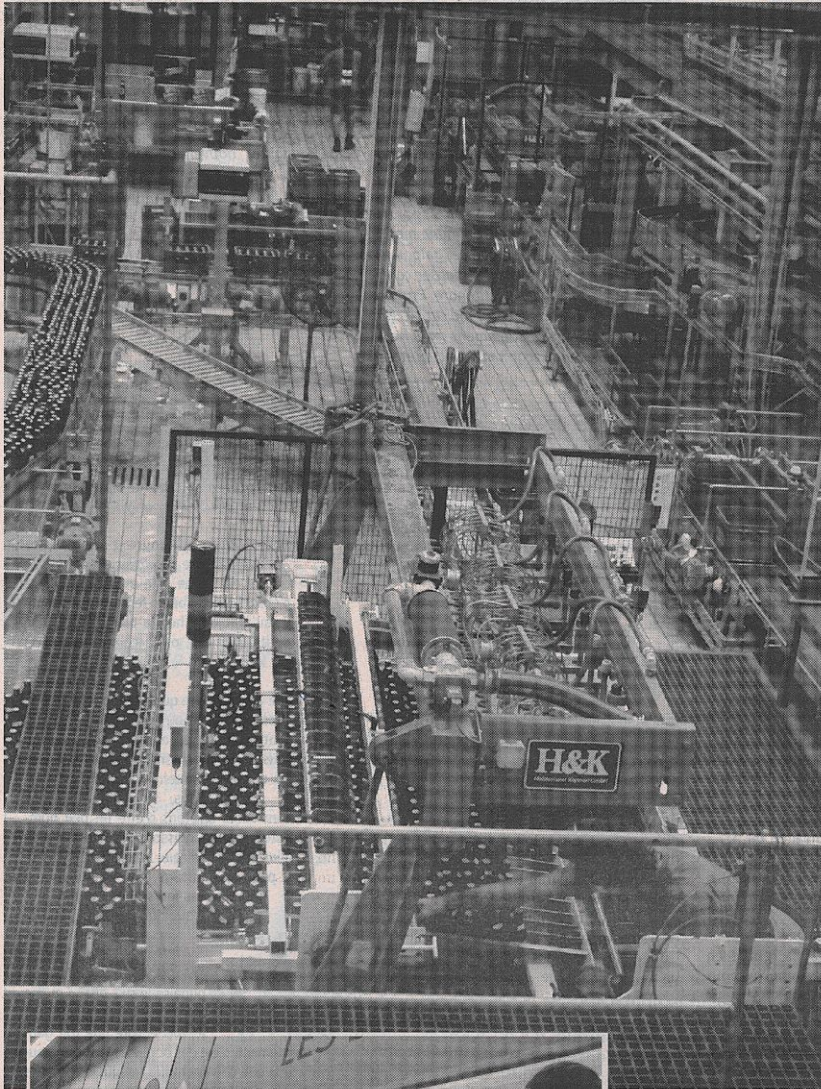
✓ La Brasserie de Tahiti produit 18 millions de litres de bière par an

✓ La consommation par an et par habitant est de 68 litres

✓ Le groupe Brasserie de Tahiti réunit, lui, sept entreprises et comptabilise 700 employés

Alcool : les professionnels réagissent

ALCOOL RÉFRIGÉRÉ. Le projet de réforme de Gaston Tong Sang qui prévoit "l'interdiction de vendre des boissons alcoolisées réfrigérées de 16 à 20 heures dans tout le territoire de la Polynésie" et celui interdisant "la publicité directe ou indirecte en faveur des boissons alcooliques" a été comme un coup de massue pour les commerçants. Après l'incompréhension et la colère, les premières sociétés montent au créneau. C'est le cas de la société Kim Fa qui vient d'adresser deux courriers au service des affaires administratives afin de lui faire part de ses observations sur la question. Extraits.



Une heure d'interdiction inadéquate

"La période définie d'interdiction de vente de boissons réfrigérées -16 h 00-20 h 00- est l'heure où les commerçants réalisent l'essentiel de leurs ventes et de leur chiffre d'affaires, eux qui sont de plus en plus écrasés de charges et à qui les pouvoirs publics imposent des linéaires de produits aux marges anti-économiques (PPN). Fermer ces frigos aux heures qui justifient précisément leur existence, c'est les rendre inutiles, obsolètes et faire gravement chuter le chiffre d'affaires des commerçants. (...) De plus, les entreprises qui distribuent notamment de la bière ont investi des sommes importantes pour doter les commerces d'instrument de réfrigération modernes et proposer aux consommateurs des produits rafraîchis afin de leur offrir une qualité optimale. Des centaines de frigos ont été acquis, à des coûts considérables, notamment en droits de douane. Ils ont été installés et sont entretenus par des professionnels qualifiés. Ils sont nettoyés et rangés quotidiennement par les "marchandiseurs" des distributeurs et des magasins. Rendre obsolète ce parc de centaines de frigos, c'est donc aussi porter un grave préjudice aux sociétés qui les ont acquises et fait installer, et qui génèrent par leur usage, à la fois des ressources fiscales et des activités induites diversifiées. Il est évident que si une telle disposition d'interdiction devait être confirmée, les entreprises en question feront valoir en Justice auprès des autorités leur droit à une indemnisation pour les investissements devenus obsolètes."

La fin de la publicité sur les boissons alcooliques

"Les conséquences de telles dispositions seraient considérables sur l'activité des sociétés d'import et de distribution, des bars, restaurants, mais aussi de tous les partenaires de ceux-ci : média et sociétés de publicité, avec toutes les activités de conception et de création des supports, décorateurs et peintres de véhicules. Des sociétés, qui emploient des centaines de professionnels aux activités diversifiées, seraient ainsi gravement affaiblies, voire menacées, et devraient inévitablement licencier du personnel... voire pour certaines mettre la clé sous la porte ! Il est aussi remarquable qu'au moment où le pays traverse une crise économique et financière inédite, il envisage de se priver des ressources considérables qu'apportent au budget toutes ces entreprises, qui sont aussi, du fait du système fiscal local, des "collecteurs d'impôts". Nos politiciens voudraient scier la branche sur laquelle ils sont assis qu'ils ne s'y prendraient pas autrement : le plus grave c'est qu'ils cherchent à entraîner les entreprises et leurs collaborateurs dans leur chute !"

Appliquons déjà les lois existantes

"La réforme annoncée serait justifiée, selon le président Tong Sang, par des dérives constatées chez certains dans la consommation de boissons alcooliques. Cette réponse est tout à fait inappropriée et disproportionnée, et n'a qu'un objet véritable : tenter de dissimuler l'incapacité des autorités à faire appliquer et respecter la réglementation en vigueur, et qui est tout à fait suffisante. Les effectifs de la fonction publique territoriale sont suffisamment généreux pour qu'un certain nombre de fonctionnaires soient affectés à des travaux d'utilité publique tels que le contrôle de la consommation dans les lieux publics, de l'interdiction de vente à des mineurs, de l'interdiction de consommation au volant, etc... Ainsi, la minorité de nos concitoyens qui causent un trouble seraient-ils surveillés... Il convient de rappeler que les entreprises de distribution de bière appellent à une observation scrupuleuse de la réglementation et font la promotion d'une "consommation responsable"."

De graves conséquences sur l'emploi

"Pour conclure, le projet de réforme annoncé par M. Tong Sang apparaît profondément démagogique, il est attentatoire aux libertés des consommateurs-citoyens ; il est également gravement préjudiciable à l'économie, en la personne des sociétés d'import, de production et de distribution de boissons alcooliques réfrigérées, notamment de bière, toutes sociétés qui emploient de nombreux collaborateurs. Il ne fait aucun doute que la mise en œuvre de cette réforme, qui semble d'ailleurs inspirée par des milieux profondément réactionnaires, aurait de graves conséquences sur l'emploi, déjà bien malmené depuis plusieurs années. Aussi nous opposons-nous fermement à la mise en œuvre de cette réforme tout à fait inutile et contre-productive."

Après l'annonce du projet de réforme interdisant la vente de boissons alcoolisées réfrigérées "entre 16 et 22 heures" et la publicité "directe ou indirecte en faveur des boissons alcooliques", les premières sociétés se manifestent.

