

La fiscalité nutritionnelle : un levier efficace pour promouvoir une alimentation plus saine chez les consommateurs ?

JULES ROQUETTE

MOTS-CLÉS : FISCALITÉ NUTRITIONNELLE, TAXES, ALIMENTS TRANSFORMÉS, SANTÉ PUBLIQUE, COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES, IMPACTS SOCIAUX

La taxation nutritionnelle est revenue au cœur du débat public en France dans le cadre des discussions liées au projet de loi de financement de la sécurité sociale (PLFSS) en novembre 2024. L'Assemblée nationale a adopté deux mesures : la première renforçant la taxe existante sur les boissons sucrées et la seconde introduisant une taxe sur les sucres ajoutés dans les produits ou aliments ultratransformés (AUT). Cette dernière proposition, qui n'a finalement pas été retenue en l'état par le Sénat, a cependant eu le mérite de relancer le débat sur la taxation du sucre au sein de l'industrie agroalimentaire. Plus largement, cette proposition de loi nous incite à nous interroger sur la pertinence de la fiscalité nutritionnelle, c'est-à-dire l'ensemble des mesures fiscales appliquées aux produits alimentaires (taxes et subventions) ayant pour but d'influencer les comportements de consommation et d'améliorer la santé publique. Nous allons nous intéresser aux enjeux soulevés par cet outil fiscal, tant au regard de son efficacité que de ses impacts socioéconomiques.

LA TAXATION NUTRITIONNELLE : UN OUTIL FISCAL MOTIVÉ PAR DES ENJEUX DE SANTÉ PUBLIQUE

Des problèmes de santé publique majeurs causés par une mauvaise alimentation

L'Organisation mondiale de la santé (OMS) alerte sur le fait que la consommation d'aliments de

mauvaise qualité nutritionnelle (en lien avec le fort degré de transformation et une teneur trop élevée en sucres, sel, matières grasses et additifs) est une cause majeure de décès en France. Cette consommation est responsable de nombreuses maladies non transmissibles (MNT), telles que les cancers, les maladies cardiovasculaires, le diabète (4,3 millions de personnes identifiées comme étant diabétiques en France en 2022 selon l'Assurance maladie) et l'obésité (17 % des adultes sont en situation d'obésité et 47 % sont en surpoids selon une étude de l'Inserm en 2020).

Ces pathologies sont responsables de 80 % des décès prématurés par MNT et représentent par ailleurs une cause majeure de dégradation de la qualité de vie et de vieillissement en mauvaise santé.

Face à ce constat alarmant, la fiscalité est présentée comme un outil potentiel pour modifier les comportements alimentaires et améliorer la qualité nutritionnelle du régime.

Au-delà des enjeux de santé publique, le recours à la fiscalité est légitimé par aux moins deux autres motifs. Tout d'abord, les coûts d'une mauvaise alimentation sont considérables pour le système de santé, *a minima* 11,7 milliards d'euros de dépenses annuelles pour les maladies précitées, en particulier diabète et obésité (Drique *et al.*, 2024). La taxe permettrait alors de compenser les surcoûts pour la caisse d'assurance maladie : « On est ici dans une logique assurantielle privée, la taxe jouant implicitement le rôle d'une prime

d'assurance augmentant avec la consommation des individus, donc avec leur risque de maladie » (Etilé, 2012).

Ensuite, la taxe nutritionnelle peut être vue comme un mécanisme d'autocontrôle que les consommateurs délègueraient à l'État pour pallier leur manque de rationalité en matière de consommation alimentaire (la publicité pouvant par exemple altérer la capacité des individus à faire des choix rationnels). La protection des enfants est un argument supplémentaire dans ce cadre (Etilé, 2012).

Un outil qui vise à améliorer la qualité nutritionnelle des aliments consommés

Les taxes nutritionnelles s'inscrivent dans une logique de fiscalité comportementale. Plusieurs options d'impôts indirects perçus sur la vente de produits, ou « droits d'accises », peuvent être envisagées pour modifier le prix des aliments selon leur qualité nutritionnelle : une taxe *ad valorem* (un pourcentage du prix du produit), une taxe spécifique selon la quantité de l'ingrédient ciblé contenu dans le produit (par exemple la teneur en sucres), ou un système hybride combinant les deux options.

UNE TAXE À CE JOUR LIMITÉE AUX BOISSONS SUCRÉES EN FRANCE

Des objectifs de santé publique ayant conduit à la révision de la taxe

En France, la fiscalité alimentaire se limite aux boissons sucrées et édulcorées, bien que des recommandations internationales (OMS et Banque mondiale) et nationales suggèrent d'étendre cette taxe aux aliments. La taxe sur les boissons sucrées a évolué depuis 2012, passant d'un taux faible à un système progressif en fonction du contenu en sucres. En 2024, la taxe a été augmentée, de 4 à 35 centimes par litre pour les boissons les plus sucrées. Ces révisions visent à mieux aligner la taxe avec les objectifs de santé publique.

Il est légitime d'interroger l'efficacité d'une telle taxe sur la réduction de la consommation de sucres.

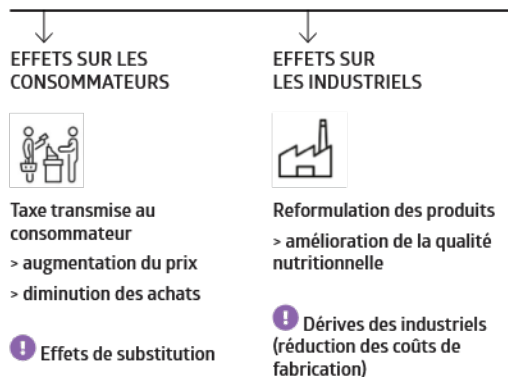
La taxe sur les boissons sucrées : une mesure efficace ?

Pour analyser l'efficacité de la taxe, il convient d'explorer *a minima* deux effets : celui sur les

comportements d'achat des consommateurs et celui sur les stratégies de reformulation des industriels, c'est-à-dire la modification des recettes (Figure 1).

FIGURE 1. LES EFFETS DE LA TAXE SUR LES ALIMENTS TRANSFORMÉS, DONT LES BOISSONS SUCRÉES

Quels effets attendre de la taxe ?



Effets sur les comportements d'achat des consommateurs

Le principal objectif de la taxe sur les boissons sucrées est d'influencer les comportements des consommateurs via l'augmentation des prix (effet du « signal prix »). Une baisse des achats de ces produits est attendue, entraînant une réduction de la consommation de sucres.

Cet effet existe si la taxe est bien répercutée sur le prix final (*i.e.* transmise au consommateur). Ainsi, une analyse du cas français (Le Bodo *et al.*, 2024) montre qu'après la réforme de 2018, l'augmentation des prix des boissons sucrées de marques nationales de 2,1 % à 4,4 % a entraîné une baisse des volumes d'achat de 2,1 %, plus marquée chez les ménages modestes.

Une autre étude en France (Bonnet *et al.*, 2023) estime qu'une taxe de 0,20 €/l (considérée comme étant le seuil au-delà duquel l'impact est significatif) réduit la consommation annuelle de sucres de manière variable selon les groupes de population :

- 290 g pour les enfants de poids normal, 380 g pour les enfants obèses ;
- 940 g et 1 260 g respectivement pour les femmes de poids normal et obèses ;
- 940 g et 1 225 g respectivement pour les hommes de poids normal et obèses.

L'impact est en outre plus marqué chez les individus obèses. Ces derniers, bien que représentant 5,4 % (pour les hommes) et 6,6 % (pour les femmes) de la population adulte, constituent 8,4 % et 10 % des consommateurs ayant le plus réduit leur consommation. Ainsi, les plus gros consommateurs de sucres sont les plus affectés par la taxe (la contrainte financière étant proportionnelle à la consommation de sucres), et modifient ainsi davantage leurs comportements.

Les résultats observés en France s'inscrivent dans une tendance globale. Une méta-analyse de quarante-six études portant sur dix-huit politiques fiscales dans différents pays du monde (Andreyeva *et al.*, 2022) met en évidence que :

- 82 % de la taxe est répercutée sur le prix ;
- une augmentation de 10 % du prix entraîne une baisse moyenne de 15,9 % des ventes ;
- en moyenne, une taxe sur les boissons sucrées réduit leurs ventes de 15 %.

Ces résultats confirment l'efficacité de la taxation pour réduire les ventes. Toutefois, son impact sur la consommation finale de sucres est plus incertain en raison de possibles mécanismes de substitution : « *Les consommateurs peuvent se tourner vers d'autres boissons sucrées non taxées, descendre en gamme ou opter pour des marques distributeurs moins chères* » (Etilé, 2012). Ainsi, bien que la taxe modifie les comportements d'achat, elle ne garantit pas une diminution significative de la consommation de sucres.

L'analyse des réactions des consommateurs reste essentielle pour appréhender l'efficacité réelle de la taxation. À ce jour, il n'existe pas de conclusions robustes permettant de comprendre l'ensemble des mécanismes en jeu. Il est donc nécessaire d'intégrer cette variabilité dans l'élaboration des politiques fiscales pour maximiser leur impact sur la santé publique.

Effets sur les pratiques des industriels et l'évolution de l'offre de boissons

Un autre effet attendu de la taxe est la réaction des industriels, qui peuvent adapter leurs recettes pour rester en deçà du seuil de taxation.

Le rapport sur la taxe soda de Le Bodo *et al.* (2024) révèle une augmentation limitée des reformulations après la mise en place de la taxe française : seuls 5 % des produits ont vu leur teneur en sucres baisser de plus de

2 g/100 ml, principalement ceux contenant plus de 10 g/100 ml. Plutôt que de modifier les boissons existantes, les industriels privilégient le lancement de nouveaux produits allégés.

En comparaison, le Soft Drinks Industry Levy (SDIL) au Royaume-Uni s'est révélé plus efficace. Cinquante jours après son application, la part des boissons dépassant le seuil de taxation avait chuté de 30,7 points de pourcentage¹ (Scarborough *et al.*, 2020). Une étude estime que cette taxe a entraîné une réduction de 300 g de sucre par ménage et par mois, due à 84 % aux reformulations et à 16 % aux augmentations de prix (Dickson *et al.*, 2023).

La moindre efficacité du modèle de taxe français pourrait s'expliquer par sa granularité, qui favorise des ajustements progressifs et limite l'incitation à des reformulations majeures en l'absence de seuils clairs. En outre, bien que la reformulation améliore la qualité nutritionnelle des boissons, elle comporte aussi un risque : les industriels peuvent chercher à réduire leurs coûts (pour compenser le surcoût de la taxe) en utilisant des ingrédients de moindre qualité.

VERS UNE FISCALITÉ ÉLARGIE AUX ALIMENTS TRANSFORMÉS

Pour influencer sur les comportements alimentaires et réduire la consommation de produits de faible qualité nutritionnelle, la taxation des aliments transformés (AT) est un outil mobilisable.

Nous nous intéresserons ici aux différentes formes que pourraient prendre ces taxes ainsi qu'à leur efficacité potentielle.

Étendre la fiscalité nutritionnelle aux AT implique d'abord de définir la base de taxation, c'est-à-dire les caractéristiques des produits sur lesquelles fonder cette taxe. Nous examinerons deux approches possibles :

- une taxation fondée sur des critères spécifiques, tels que la teneur en sucres ou la densité énergétique ;
- une approche plus globale reposant sur le profil nutritionnel des produits.

1. Un point de pourcentage correspond à la différence arithmétique de deux pourcentages obtenue en soustrayant les deux valeurs indiquées en pour cent. Par exemple, 40 % des gens ont fumé en 1970 contre 30 % en 1980 ; le tabagisme a donc diminué de dix points de pourcentage.

Taxer les aliments selon des critères spécifiques

Plusieurs pays appliquent déjà une taxation des aliments transformés (AT) en fonction de leur teneur en sucres ou de leur densité énergétique. Une approche similaire à celle de la taxe soda pourrait être envisagée en France, basée sur la densité calorique ou la teneur en sucres ajoutés.

Le Mexique a instauré en 2014 une taxe de 8 % sur les aliments transformés dépassant 275 kcal/100 g, incluant biscuits, confiseries, glaces, céréales et plats à emporter.

Au Royaume-Uni, un rapport du National Food Strategy a proposé en 2022 une taxe de £3/kg sur le sucre utilisé dans les aliments transformés et la restauration. Bien que cette mesure ne soit pas encore appliquée, elle a relancé le débat sur l'extension des taxes nutritionnelles au-delà des boissons sucrées.

Ces expériences montrent que la taxation des AT riches en sucres est techniquement faisable. En France, l'enjeu serait d'adapter ces modèles aux habitudes alimentaires nationales avec des seuils pertinents et une application efficace.

Cependant, il faut garder à l'esprit qu'une taxation basée uniquement sur la densité énergétique des aliments pourrait aggraver les contraintes budgétaires des ménages pauvres, les incitant à consommer des produits plus denses en calories et pauvres en nutriments. De même, une taxe sur la nourriture à domicile pourrait favoriser les repas à emporter, dans l'ensemble plus caloriques (Etilé, 2012).

Une taxe plus intégrée visant plusieurs ingrédients simultanément pourrait limiter ce risque de substitution.

Taxer les aliments selon leur profil nutritionnel

Certains pays ont déjà mis en place une taxe sur les aliments excédant certains seuils en sucres, en matières grasses, en sel et, dans certains cas, en additifs. La Hongrie a par exemple été l'un des premiers pays à introduire, en 2011, une telle taxe. Cette mesure, connue sous le nom de « *public health product tax* », cible notamment les confiseries, les snacks salés, les confitures.

Une autre approche, plus complète, serait de taxer les aliments selon leur profil nutritionnel. On pourrait se baser par exemple sur les données utilisées dans le cadre du Nutri-score, qui classe

les produits en cinq catégories en fonction de leur qualité nutritionnelle, de A (très bonne qualité) à E (mauvaise qualité). Une taxation progressive pourrait être envisagée, exonérant les produits classés A et B, tout en taxant ceux classés C, D et E.

Taxer les produits selon leur profil nutritionnel présente plusieurs avantages, notamment celui de réduire le risque de substitution par des alternatives potentiellement moins saines. En effet, lorsqu'une taxe cible un unique ingrédient, comme le sucre, les consommateurs peuvent se tourner vers des produits moins sucrés (et donc non taxés) mais plus riches en sel, graisses ou additifs, ce qui n'est pas souhaitable.

De plus, ce modèle limite le risque de taxer involontairement des aliments sains. Une taxe basée sur un seul ingrédient pourrait en effet pénaliser un aliment bénéfique simplement parce qu'il dépasse un seuil spécifique.

Toutefois, la taxation basée sur le Nutri-score soulève des défis techniques : adaptation des seuils, affichage obligatoire, unité de mesure cohérente au sein de chaque catégorie alimentaire, etc. Elle exigerait une harmonisation européenne, des contrôles contre les fraudes industrielles, ainsi qu'une coordination entre les administrations fiscales et les autorités de santé publique.

Taxer selon le profil nutritionnel des produits : quelle efficacité escomptée ?

L'efficacité d'une taxe basée sur le profil nutritionnel a été étudiée dans plusieurs pays. Une revue systématique a montré que sept des huit études analysées constatent une réduction de la consommation des aliments ciblés, pouvant atteindre 30 % (Thow *et al.*, 2014). Les taxes ciblant plusieurs nutriments ou catégories sont les plus efficaces, limitant les substitutions non désirées.

Aux Pays-Bas, l'impact sur les achats de boissons sucrées et d'aliments sains d'une taxe basée sur le Nutri-score (Eykelboom *et al.*, 2021) a été évalué. Trois groupes ont été comparés dans le cadre d'un essai contrôlé randomisé dans un supermarché virtuel : a) groupe témoin avec des prix standards, b) groupe avec une taxe à deux niveaux sur les boissons sucrées, et c) groupe avec une taxe basée sur le Nutri-score augmentant de 20 % le prix des produits classés D ou E. Cette dernière taxe a entraîné la réduction de

l'achat de boissons sucrées (de 1,88 fois par rapport au groupe témoin) et favorisé l'achat d'aliments mieux notés au Nutri-score (+ 2,7 points de pourcentage). Elle a aussi diminué la teneur énergétique du panier hebdomadaire de 3 301 kcal par ménage, soit 205 kcal par personne et par jour (pour une taille moyenne de ménage de 2,3 personnes).

Au Chili, une taxe sur les boissons sucrées, des restrictions de la publicité et un étiquetage nutritionnel ont été instaurés. Une étude indique qu'une taxation de 18 % sur les aliments riches en sucres, matières grasses et sel réduirait significativement la consommation de calories et notamment de *junk food* et de boissons sucrées (Caro *et al.*, 2017).

Ces recherches suggèrent qu'une taxe nutritionnelle pourrait efficacement réduire la consommation d'aliments de moindre qualité nutritionnelle tout en limitant les substitutions non souhaitées.

Toutefois, si une telle taxe semble efficace d'un point de vue nutritionnel, il est essentiel d'examiner les impacts sociaux qui y sont associés et qui soulèvent encore de nombreuses questions.

DES IMPACTS SOCIAUX À MAÎTRISER

Taxer les aliments peut avoir des répercussions préjudiciables pour les ménages les plus modestes, notamment en lien avec le pouvoir d'achat. Il convient ainsi de considérer ces répercussions avec attention et de mettre en œuvre une politique nutritionnelle plus large permettant de les maîtriser.

Une taxe régressive à l'acceptabilité variable

La taxe sur les boissons sucrées ou les AT est régressive en ce sens qu'elle touche davantage les ménages à faibles statuts socioéconomiques (SSE). Ceci car, d'une part ces ménages consacrent une plus grande proportion de leur revenu et de leurs dépenses de consommation à l'alimentation (Franck *et al.*, 2013) et, d'autre part, les ménages à faible revenu ont tendance à consommer davantage d'aliments gras, sucrés et ultratransformés, du fait de leur plus grande accessibilité financière. Ils se conforment aussi moins aux recommandations nutritionnelles.

Plus généralement, il est montré qu'une position sociale et des revenus plus élevés sont

corrélés à une consommation plus modérée d'aliments présentant un risque pour la santé.

Par ailleurs, ces taxes peuvent limiter l'accès à des produits perçus comme des plaisirs abordables, accentuant ainsi le sentiment d'injustice sociale parmi les ménages les plus modestes.

Néanmoins, les consommateurs à faible SSE, généralement plus réactifs aux changements de prix des aliments et présentant un risque sous-jacent plus élevé d'obésité et de MNT liées à l'alimentation (du fait d'une consommation accrue d'AT), bénéficient de manière plus importante de l'effet positif des taxes sur la santé.

Ainsi, à long terme et dans une perspective de bien-être plus large, les bénéfices sanitaires peuvent compenser les contraintes financières de la taxe (Sassi *et al.*, 2018).

En définitive, tout dépend du prisme au travers duquel on appréhende les bénéfices de la taxe : considère-t-on uniquement les effets sur le pouvoir d'achat (et la restriction induite des plaisirs associés à une « alimentation plaisir » de faible qualité nutritionnelle) ou bien évalue-t-on aussi les impacts positifs sur la santé des consommateurs à long terme ?

Au-delà de son caractère régressif, la question de l'acceptabilité de la taxe par la population est un point central à prendre en considération. Pour qu'une taxe alimentaire soit politiquement viable et mise en place, elle doit être comprise et acceptée par la population. Dans le cadre de la fiscalité nutritionnelle, l'acceptabilité varie selon les profils individuels. Une étude, qui a porté sur une cohorte de 27 900 adultes français, rend compte d'un large soutien pour les taxes sur les AUT. Une taxation basée sur le Nutri-score est aussi jugée efficace par la majorité des adultes interrogés (Manneville *et al.*, 2024).

La nécessité d'intégrer l'outil fiscal dans une politique nutritionnelle plus large pour maîtriser les impacts sociaux

Redistribuer les recettes de la taxe pour contrebalancer l'effet régressif

Si la taxation nutritionnelle peut se révéler être un outil régressif, cet effet peut être contrebalancé par la mise en place de subventions pour limiter les contraintes financières sur les ménages les plus modestes. Il est en effet du ressort des décideurs politiques d'utiliser les recettes fiscales

de la taxation comme ils l'entendent, la redistribution pouvant revêtir des formes diverses. Il peut s'agir de subventions directes à destination des ménages modestes et ciblées vers l'achat de produits sains, comme les fruits et légumes frais, ou de subventions à destination des détaillants pour réduire le prix des produits sains et les rendre accessibles. L'objectif visé est de réduire la contrainte budgétaire sur les ménages en permettant l'accès à des produits de meilleure qualité sans effort financier additionnel.

Les recettes de la taxe peuvent aussi être allouées à des services publics visant à aider les ménages modestes, ce qui renforcerait son acceptabilité politique. Fabrice Etilé (2012) souligne que l'affectation des fonds à des programmes ciblant les populations qui subissent la part la plus élevée du fardeau fiscal, comme la prévention de l'obésité en milieu populaire par exemple, améliorerait l'acceptation de la taxe.

En outre, l'étude réalisée aux Pays-Bas citée plus haut s'est également intéressée au comportement des consommateurs confrontés à différentes politiques de prix (taxes et subventions) dans un supermarché virtuel. Cette étude a révélé qu'une approche combinant ces deux leviers serait la plus efficace. Cette stratégie permettrait de maximiser les bénéfices des taxes tout en limitant les effets indésirables liés aux substitutions alimentaires en rendant les produits sains accessibles (Waterlander *et al.*, 2019).

Des mesures plus larges permettant d'améliorer l'efficacité du dispositif de taxation et de garantir sa pertinence

Outre la redistribution des recettes de la taxe, il existe d'autres actions à promouvoir, complémentaires à la fiscalité et permettant de renforcer son efficacité tout en construisant une politique nutritionnelle cohérente. Nous pouvons par exemple proposer les mesures suivantes :

- encadrer les pratiques des industriels via la réglementation ou bien la mise en place d'accords interprofessionnels pour lutter contre les risques de dérives et engager l'ensemble des acteurs sur des pratiques responsables ;
- renforcer la sensibilisation et la communication : il est essentiel d'aller au-delà du simple levier du prix en développant des campagnes de sensibilisation percutantes, visant à expliquer le dispositif de taxation et informer les

consommateurs au sujet des enjeux nutritionnels ;

- encadrer les pratiques de la grande distribution : la régulation des stratégies commerciales, notamment la limitation des promotions sur les produits trop riches en sucres, en graisses ou en sel, constitue un levier important pour réduire l'attractivité de ces aliments auprès des consommateurs ;
- améliorer l'étiquetage nutritionnel : un étiquetage clair et obligatoire permettrait de mieux orienter les consommateurs en rendant l'information nutritionnelle plus accessible, favorisant ainsi des choix alimentaires éclairés.

CONCLUSION

Principalement motivée par des enjeux de santé publique, la taxe nutritionnelle sur les boissons sucrées, et par extension sur les aliments transformés, est un levier à disposition des pouvoirs publics pour promouvoir une alimentation plus saine. À condition que son design (critères, seuils, valeurs) soit adapté et réfléchi pour limiter les risques de substitution, une taxe sur les AT peut s'avérer efficace pour réduire la consommation d'aliments de faible qualité nutritionnelle. Néanmoins, il faut impérativement considérer et maîtriser les impacts sociaux qu'entraînerait sa mise en place, notamment du fait de son caractère régressif, c'est-à-dire touchant davantage les ménages les plus modestes. Mobiliser l'outil fiscal semble donc pertinent, à la seule condition qu'il soit combiné à des mesures plus larges qui permettent de construire une politique nutritionnelle cohérente, inclusive et acceptée par tous.

Enfin, la fiscalité nutritionnelle présente un double avantage, en agissant à la fois sur la santé publique et sur l'environnement. Une étude menée par Eykelenboom *et al.* (2024) a mis en évidence l'impact positif des taxes nutritionnelles sur l'empreinte environnementale des achats alimentaires, réduisant notamment l'empreinte carbone et la consommation de terres arables.

BIBLIOGRAPHIE

Andreyeva, T., Marple, K., Marinello, S., Moore, T.E. & Powell, L.M. (2022). Outcomes Following Taxation of Sugar-Sweetened Beverages. *JAMA Network Open*, 5(6), e2215276. [10.1001/jamanetworkopen.2022.15276](https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2022.15276)

Bonnet, C. & Réquillart, V. (2023). The effects of taxation on the individual consumption of sugar-sweetened beverages. *Economics & Human Biology*, 51, 101277. [10.1016/j.ehb.2023.101277](https://doi.org/10.1016/j.ehb.2023.101277)

Caro, J.C., Ng, S.W., Taillie, L.S. & Popkin, B.M. (2017). Designing a tax to discourage unhealthy food and beverage purchases: The case of Chile. *Food Policy*, 71, 86-100. [10.1016/j.foodpol.2017.08.001](https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.08.001)

Dickson, A., Gehrsitz, M., & Kemp, J. (2023). Does a Spoonful of Sugar Levy Help the Calories Go Down? An Analysis of the UK Soft Drinks Industry Levy. *The Review of Economics and Statistics*, 1-29. [10.1162/rest_a_01345](https://doi.org/10.1162/rest_a_01345).

Drique, M., Aulanier, A., Théodore, M., Coulet, C., Merckaert, J. (2024). *L'injuste prix de notre alimentation. Quels coûts pour la société et la planète ?* <https://www.secoures-catholique.org/sites/default/files/03-Documents/RAP-CoutCache2024BD.pdf>

Etilé, F. (2012). La taxation nutritionnelle comme outil de santé publique : justifications et effets attendus. *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 47(1), 25-34. [10.1016/j.cnd.2011.12.002](https://doi.org/10.1016/j.cnd.2011.12.002)

Eykelenboom, M., Olthof, M.R., Van Stralen, M.M., Djojosoeparto, S.K., Poelman, M.P., Kamphuis, C.B., Vellinga R.E., et al. (2021). The effects of a sugar-sweetened beverage tax and a nutrient profiling tax based on Nutri-Score on consumer food purchases in a virtual supermarket: a randomised controlled trial. *Public Health Nutrition*, 25(4), 1105-1117. [10.1017/s1368980021004547](https://doi.org/10.1017/s1368980021004547)

Eykelenboom, M., Mersch, D., Grasso, A.C., Vellinga, R.E., Temme, E.H., Steenhuis, I.H. & Olthof, M.R. (2024). The effects of health-related food taxes on the environmental impact of consumer food purchases: secondary analysis of data from a randomised controlled trial in a virtual supermarket. *Public Health Nutrition*, 27(1). [10.1017/s1368980024000090](https://doi.org/10.1017/s1368980024000090)

Franck, C., Grandi, S.M. & Eisenberg, M.J. (2013). Taxing Junk Food to Counter Obesity. *American Journal of Public Health*, 103(11), 1949-1953. [10.2105/ajph.2013.301279](https://doi.org/10.2105/ajph.2013.301279)

Le Bodo, Y., Jabot, F., Breton, E., Etilé, F., Lecocq, S., et al. (2024). *Rapport de recherche sur l'élaboration, la mise en œuvre et les effets de la taxe soda appliquée en France depuis juillet 2018*. EHESP. [hal-04876345](https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-04876345)

Manneville, F., Sarda, B., Kesse-Guyot, E., Péneau, S., Srour, B., Baudry, J., Allès, B., et al. (2024). Acceptability patterns of hypothetical taxes on different types of foods in France. *Public Health Nutrition*, 1-34. [10.1017/s1368980024002556](https://doi.org/10.1017/s1368980024002556)

Sassi, F., Belloni, A., Mirelman, A., Suhrcke, M., Thomas, A., Salti, N., Vellakkal, S., et al. (2018). Equity impacts of price policies to promote healthy behaviours. *The Lancet*, 391(10134), 2059-2070. [10.1016/S0140-6736\(18\)31761-5](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31761-5)

Scarborough, P., Adhikari, V., Harrington, R.A., Elhussein, A., Briggs, A., Rayner, M., Adams, J., et al. (2020). Impact of the announcement and implementation of the UK Soft Drinks Industry Levy on sugar content, price, product size and number of available soft drinks in the UK, 2015-19: A controlled interrupted time series analysis. *PLoS Medicine*, 17(2), e1003025. [10.1371/journal.pmed.1003025](https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1003025)

Thow, A.M., Downs, S. & Jan, S. (2014). A systematic review of the effectiveness of food taxes and subsidies to improve diets: Understanding the recent evidence. *Nutrition Reviews*, 72(9), 551-565. [10.1111/nure.12123](https://doi.org/10.1111/nure.12123)

Waterlander, W.E., Jiang, Y., Nghiem, N., Eyles, H., Wilson, N., Cleghorn, C., Genç, M., et al. (2019). The effect of food price changes on consumer purchases: a randomised experiment. *The Lancet Public Health*, 4(8), e394-e405. [10.1016/S2468-2667\(19\)30105-7](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(19)30105-7)

Cette étude s'est également basée sur les entretiens suivants dont les contenus sont venus enrichir l'analyse

Leveneur P., chercheuse en post-doctorat, CEE-M, entretien en visioconférence le 20/03/2025.

Morice A., chargée de campagnes, Foodwatch, entretien en visioconférence le 18/02/2025