

Prompt sur Google Gemini, le 23 décembre 2025

Hello, la taxe sur les sodas et les snickers pour lutter contre l'obésité est-elle toujours d'actualité ?

La taxe sur les boissons sucrées, souvent appelée « **taxe soda** », est plus que jamais d'actualité en France. Elle a d'ailleurs connu un tournant majeur en **2025**.

Concernant les produits comme les barres chocolatées (type Snickers), la situation est différente mais évolue rapidement. Voici le point complet :

1. La "Taxe Soda" : Une forte hausse en 2025

Instaurée en 2012 et réformée en 2018, cette taxe a été considérablement durcie dans le cadre du Budget de la Sécurité sociale pour 2025 :

- **Hausse des prix** : Depuis le **1er mars 2025**, les tarifs ont bondi pour les boissons les plus sucrées. Par exemple, pour un litre de soda contenant environ 100g de sucre, la taxe est passée d'environ 16 centimes à **35 centimes**.
- **Objectif industriel** : Le barème est devenu plus "punitif" pour inciter les fabricants à reformuler leurs recettes (réduire le taux de sucre) afin de payer moins de taxes.
- **Édulcorants** : Les boissons "Light" ou "Zero" ne sont pas épargnées ; une taxation progressive sur les édulcorants de synthèse entre également en vigueur pour limiter l'accoutumance au goût sucré.

2. Le cas des "Snickers" et produits solides

Jusqu'à récemment, la fiscalité nutritionnelle ne ciblait que les liquides. Cependant, le débat s'est déplacé vers les **aliments ultra-transformés** (AUT) :

- **La "Taxe Confiserie"** : Plusieurs amendements ont été discutés fin 2024 et en 2025 pour créer une taxe similaire sur les produits solides (chocolats, biscuits, confiseries).
- **Statut actuel** : Si certains amendements ont été rejetés par le passé faute de définition juridique claire des "produits ultra-transformés", la pression politique augmente. En **2025**, de nouvelles propositions visent spécifiquement les produits contenant des **sucres ajoutés** au-delà d'un certain seuil (ex: 5g ou 8g pour 100g de produit).
- **L'enjeu** : Des marques comme Snickers ou Nutella sont régulièrement citées dans les débats parlementaires comme exemples de produits qui pourraient être taxés à l'avenir pour financer la prévention de l'obésité et du diabète.

En résumé

Produit	Statut en 2025
Sodas / Boissons sucrées	Taxe maintenue et fortement augmentée (hausse des prix visible en rayon).
Confiseries (Snickers, etc.)	En débat intense. Pas de taxe généralisée aussi stricte que le soda pour l'instant, mais des projets de loi sont en cours pour taxer les sucres ajoutés dans les aliments solides.

Est-ce que google a fait une erreur de stratégie en offrant gratuitement des snickers à ses employés même si un dentiste était à proximité ?

Google Gemini - Prompt sur stratégie des snickers,

L'histoire des **Snickers gratuits chez Google** est souvent citée comme un cas d'école de "nudging" (incitation douce) en entreprise, mais elle est parfois mal interprétée.

En réalité, Google n'a pas commis une erreur de stratégie au sens classique du terme, mais a utilisé cet exemple précis pour **affiner sa stratégie de bien-être**. Voici l'histoire réelle et ce qu'il faut en retenir :

1. L'expérience des M&M's (pas seulement Snickers)

Dans ses bureaux de New York, Google offrait initialement des friandises (M&M's, barres chocolatées) en libre-service dans des bacs transparents très visibles. Les dirigeants ont remarqué que la consommation de sucre explosait, ce qui nuisait à la santé et à la productivité des employés (le fameux "sugar crash").

2. Le "Nudge" plutôt que l'interdiction

Au lieu de supprimer les snacks (ce qui aurait pu créer une frustration), Google a appliqué les principes de l'économie comportementale :

- **Visibilité** : Les M&M's et les snacks sucrés ont été placés dans des **récipients opaques** ou dans des tiroirs moins accessibles.
- **Promotion du sain** : Les fruits frais, les noix et les pistaches ont été placés dans des bocaux en verre transparents, bien en vue.
- **Résultat** : En seulement 7 semaines, les employés ont consommé **3,1 millions de calories en moins** provenant des M&M's, sans qu'aucune interdiction n'ait été formulée.

3. Le mythe du dentiste à proximité

L'idée qu'il y aurait "un dentiste à proximité" pour compenser les snacks gratuits ressemble davantage à une légende urbaine ou à une boutade sur les avantages démesurés de la Silicon Valley. Google offre effectivement des services de santé sur place (cliniques, massages), mais leur but est de **réduire l'absentéisme**, pas de "réparer" les dégâts d'une mauvaise alimentation fournie par l'entreprise.

Pourquoi ce n'était pas une erreur de stratégie ?

Sur le plan du pur business, la stratégie de Google est un succès pour trois raisons :

- 1. Attraction de talents** : Les snacks gratuits restent un symbole fort de culture d'entreprise généreuse.
- 2. Productivité** : En modifiant la disposition des aliments (le "foodscape"), Google garde ses employés en bonne santé sans passer pour un "patron autoritaire".
- 3. Rentabilité** : Les coûts des snacks et des soins dentaires sont dérisoires par rapport au gain de temps des employés qui restent sur le campus pour manger plutôt que de sortir en ville.



**ESG - CONSULT
CLS-H**