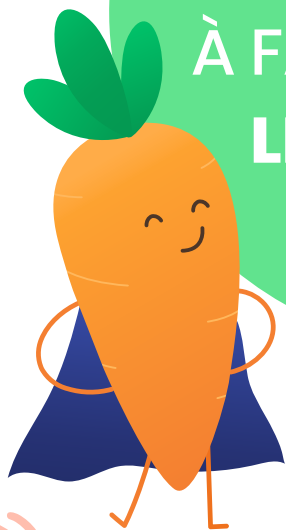




MESURE D'IMPACT

COMMENT
YUKA CONTRIBUE
À FAIRE CHANGER
LES CHOSES ?



ÉTUDE CERTIFIÉE PAR
KIMSO

Sommaire

1.
Édito

2.
**Ce qu'il
faut retenir
de l'étude**

3.
**Yuka
en bref**

4.
**Méthodo-
logie**

5.
**Notre
impact**

6.
Et après ?

ÉDITO



JULIE

Co-fondatrice

En lançant Yuka en janvier 2017, nous avions un pari fou : aider les consommateurs à faire les bons choix pour leur santé et représenter tous ensemble un levier d'action pour conduire les industriels à améliorer leurs produits.

Très rapidement, l'application d'analyse de produits alimentaires a connu un très fort engouement. Cela nous a montré qu'on répondait à un vrai besoin de transparence sur la composition des produits. Et puis, nous avons reçu des centaines de sollicitations pour étendre nos analyses aux produits cosmétiques et produits d'hygiène, ce qu'on a fait en juin 2018.



BENOÎT

Co-fondateur

Aujourd'hui, plus de 12 millions de personnes ont téléchargé Yuka. Nous recevons tous les jours de nombreux messages de remerciement d'utilisateurs qui ont changé leurs habitudes d'achat. Alors, nous avons eu envie de mesurer réellement notre impact et de comprendre dans quelle mesure Yuka contribue à faire changer les choses.



FRANÇOIS

Co-fondateur

Pour cela, nous avons réalisé une étude d'impact auprès de nos utilisateurs : plus de 230 000 personnes ont pris le temps de répondre à notre questionnaire. Nous avons aussi recueilli le témoignage de 21 industriels de l'alimentaire et de la cosmétique qui ont fait évoluer leurs produits. Nous sommes à la fois heureux et fiers de vous partager ces résultats. Et nous espérons de tout coeur que ce n'est que le début d'un impact à bien plus grande échelle !

Julie Chapon, François Martin et Benoît Martin



Ce qu'il faut retenir de l'étude

91%

des utilisateurs considèrent Yuka comme l'une des applications les plus utiles de leur téléphone

94%

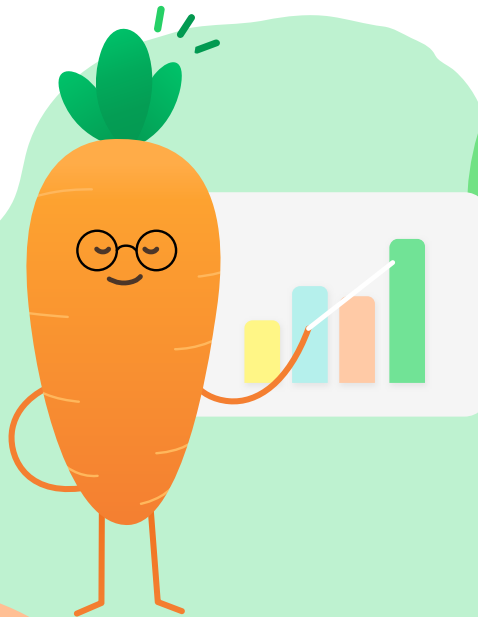
des utilisateurs ont arrêté d'acheter certains produits

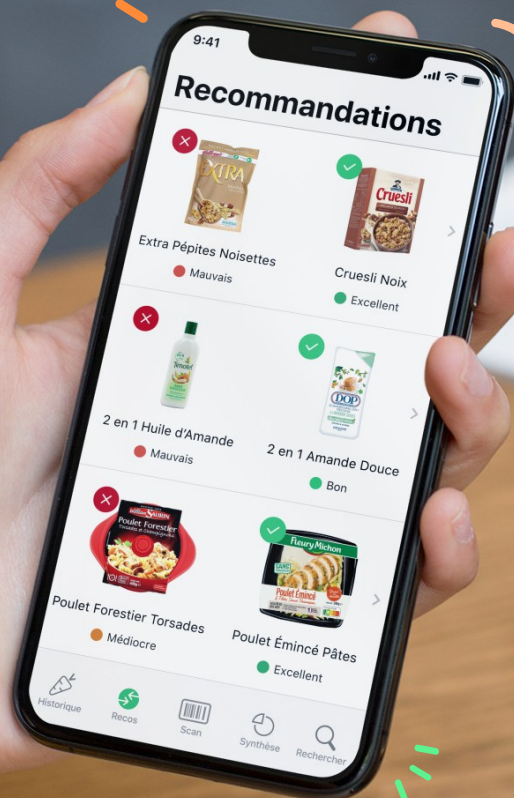
83%

des utilisateurs achètent moins mais de meilleure qualité

90%

des utilisateurs considèrent que Yuka peut pousser les marques et industriels à proposer de meilleurs produits





UN PROJET 100% INDÉPENDANT

PAS DE PUBLICITÉ

Yuka n'affiche pas de publicité. Aucune marque ne peut rémunérer Yuka pour faire la promotion de ses produits dans l'application.

AUCUNE INFLUENCE

Aucune marque ni groupe industriel ne peut influencer la notation et les recommandations proposées.

DONNÉES PROTÉGÉES

Yuka n'exploite ni ne revend aucune donnée des utilisateurs. Ces données restent strictement confidentielles.

Yuka en bref

L'OBJECTIF PREMIER DE YUKA

↳ MAXIMISER NOTRE
IMPACT POSITIF SUR
LA SOCIÉTÉ AVANT
DE MAXIMISER NOTRE
CHIFFRE D'AFFAIRES. >>>

Yuka est une petite équipe de 10 personnes qui met chaque jour toute son énergie au service d'un projet porteur de sens : **une application gratuite pour aider chacun à faire les bons choix pour sa santé.**

Nous sommes persuadés que tous ensemble, notre impact peut être fort. À travers une consommation plus éclairée, nous pouvons représenter un levier d'action pour conduire les industriels à améliorer leurs produits.



L'INDÉPENDANCE AU COEUR DE LA MISSION

Le projet Yuka est **100% indépendant** : nous refusons de recevoir de l'argent des industriels, de faire de la publicité dans l'application et d'exploiter les données personnelles de nos utilisateurs.



UN FINANCEMENT SAIN

Yuka a développé différents moyens de financement responsables ne permettant aucun conflit d'intérêt pouvant affecter l'objectivité des analyses.

Notre financement repose aujourd'hui sur trois sources de revenus :

Une version premium payante qui permet d'accéder à des fonctionnalités supplémentaires : recherche de produits, mode hors-ligne pour scanner sans réseau, historique illimité, détection d'allergènes.

Un Programme Nutrition qui est un programme en ligne disponible sur notre site web permettant d'acquérir les bases d'une alimentation saine en 10 semaines.

Un calendrier des fruits et légumes de saison pour favoriser une consommation plus respectueuse de l'environnement.



UN DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

Face au fort engouement pour Yuka en France, nous avons décidé de ne pas en rester là et de démultiplier notre impact dans d'autres pays.

En mars 2019, nous avons lancé l'application en Belgique, en Suisse et au Luxembourg. Puis, nous l'avons lancée en Espagne en mai et au Royaume-Uni en juin.

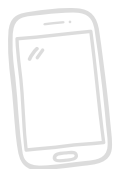
Nous souhaitons poursuivre ce développement à l'international afin de contribuer à faire changer les choses à plus grande échelle. Nous avons ainsi prévu d'ouvrir l'application au Canada et aux États-Unis avant la fin de l'année.

Méthodologie & échantillon

- ✓ MODE D'ÉVALUATION DU CHANGEMENT : ANALYSE A POSTERIORI
- ✓ MODE DE COLLECTE : QUESTIONNAIRE EN LIGNE — DONNÉES DÉCLARATIVES
- ✓ COLLECTE PAR MAIL : DU 25 AU 29 AVRIL 2019
- ✓ CHIFFRES VÉRIFIÉS PAR LE CABINET* KIMSO

74%

des répondants ont plus de 2 mois d'ancienneté et sont à même de pouvoir constater une évolution dans leurs habitudes.



65%

des répondants habitent en zone urbaine et 35% en zone rurale.



67%

de femmes



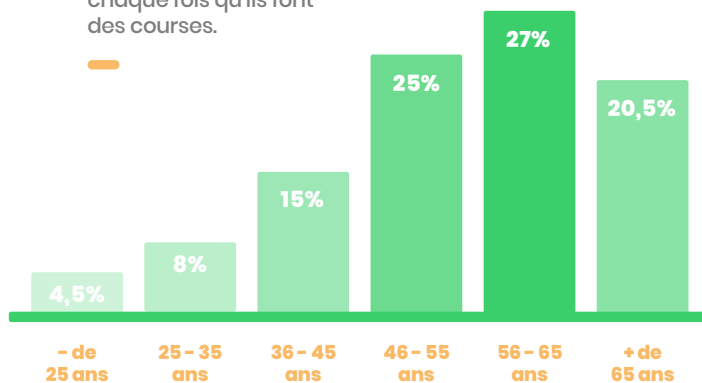
33%

d'hommes

229 005
répondants

47%

des répondants se servent de Yuka à chaque fois qu'ils font des courses.



*Cabinet spécialisé dans la mesure d'impact. Score de fiabilité des données : 9,1/10 , attribué au regard du Référentiel d'Analyse des Données d'Impact Social (entre 9 et 10 = données très fiables).

NB : Pour faciliter la lecture, les répondants seront appelés "utilisateurs" tout au long du rapport.

45%

scannent des produits alimentaires & cosmétiques



53%

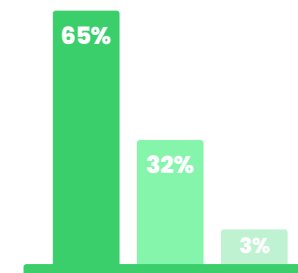
scannent surtout des produits alimentaires

2%

scannent surtout des produits cosmétiques

Les répondants utilisent Yuka au moins une fois ...

- par semaine
- par mois
- par an



LIMITES DE L'ÉTUDE

- ÉTUDE RÉALISÉE A POSTERIORI, SANS GROUPE TÉMOIN
- BIAS D'AUTOSÉLECTION : LES INDIVIDUS SE SENTANT PROCHES DE LA MARQUE PEUVENT RÉPONDRE PLUS FACILEMENT À L'ÉTUDE
- TRAITEMENT DE STATISTIQUES SIMPLE

Yuka

PERMET D'ACHETER
DE MEILLEURS
PRODUITS



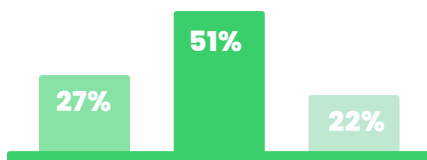
94%

des utilisateurs
ont arrêté d'acheter
certains produits
avec Yuka



95%

des utilisateurs ont arrêté d'acheter les produits contenant des additifs controversés



entre
1 et 3
produits

entre
4 et 9
produits

+
de 10
produits

Nombre de produits que les répondants ont arrêté d'acheter avec Yuka



84%

achètent davantage de produits bruts



78%

achètent davantage de produits biologiques



92%

reposent les produits lorsqu'ils sont notés rouges sur l'application



« DEPUIS QUE J'UTILISE L'APPLICATION YUKA, J'AI CHANGÉ TOUTS MES PRODUITS DE BEAUTÉ ! J'EN UTILISE AUSSI BEAUCOUP MOINS. »



Melou, utilisatrice depuis plus de 6 mois

"JE NE ME RENDAIS PAS COMPTE QUE TANT DE PRODUITS À UTILISATION QUOTIDIENNE POUVAIENT CONTENIR AUTANT DE SUBSTANCES DANGEREUSES."

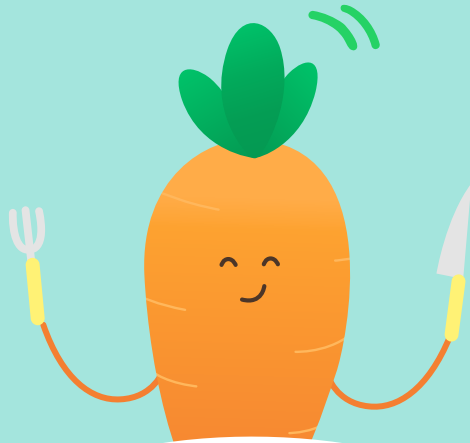


Coralie, utilisatrice depuis plus de 6 mois

« GRÂCE À YUKA J'AI ABSOLUMENT TOUT CHANGÉ, AUSSI BIEN L'ALIMENTATION QUE LES COSMÉTIQUES, MES PLACARDS SONT VERTS ! »



Utilisatrice depuis plus de 6 mois



Yuka[®]
REPLACE
L'ALIMENTATION
AU COEUR DES
PRÉOCCUPATIONS

83%

des utilisateurs
achètent moins
mais de meilleure
qualité

57%



des utilisateurs
déclarent cuisiner
davantage

66%

des parents utilisent
l'application avec
leurs enfants et s'en
servent comme outil
de sensibilisation



96%

des lecteurs du blog*
nutrition ont appris
des choses en
lisant les articles



83%

des lecteurs du blog*
nutrition Yuka ont mis en
pratique des éléments
concrets appris
dans les articles



"MERCİ, MAINTENANT JE
CUISE LES ALIMENTS
"BRUTS" ET ESSAIE DE
ME FOURNİR LE PLUS
POSSIBLE AUPRÈS DE
PRODUCTEURS LOCAUX."



Utilisateur depuis moins
de 6 mois

"JE SUIS IMPRESSIONNÉE
DE VOİR QUE MES
ENFANTS UTILISENT YUKA
ET QUE D'EUX-MÊMES
ILS LIMITENT LES
PRODUITS AVEC ADDITIFS."



Gima, utilisatrice depuis
plus d'un an

"LE CONTENU DU BLOG,
PAR EXEMPLE LES ARTICLES
SUR L'EAU, LE SAUMON OU
LE PAIN SONT SUPER ET
ONT VRAIMENT CHANGÉ
MA MANIÈRE DE
CONSOMMER."



Adrien, utilisateur depuis
plus d'un an

Yuka[™]
A DE
L'IMPACT
SUR LES
INDUSTRIELS

90%

des utilisateurs
sont convaincus que
Yuka peut pousser les
marques à proposer de
meilleurs produits





84%

des utilisateurs sont convaincus que Yuka peut avoir plus d'impact que les pouvoirs publics pour changer les choses.



88%

des utilisateurs affirment que Yuka peut contribuer à faire évoluer la législation sur les substances autorisées dans les produits.

"INCROYABLE LE POIDS QU'UNE SI PETITE APPLI PEUT AVOIR POUR FAIRE CHANGER LES CHOSSES ALORS QUE LE GOUVERNEMENT N'Y ARRIVE PAS SOUS LA PRESSION DES LOBBYINGS."



Dine, utilisateur depuis plus d'un an

"AVEC YUKA J'AI L'IMPRESSION D'AVOIR UN RÔLE À JOUER ET DE MOINS SUBIR LE POUVOIR DES INDUSTRIELS !"



Utilisateur depuis plus d'un an

"NOUS DEVENONS DAVANTAGE CONSOMM'ACTEURS ET CONSTATONS DÉJÀ DES CHANGEMENTS DANS LES INGRÉDIENTS DE NOS PRODUITS."



Martine, utilisatrice depuis moins de 2 mois

Ces retours d'utilisateurs ont également été complétés avec des témoignages d'industriels sur l'impact de Yuka dans leur démarche d'amélioration produits.

- L'appel aux témoignages d'industriels était public et ouvert à toute entreprise souhaitant témoigner de l'impact de Yuka sur ses produits.
- Yuka étant un projet 100% indépendant, aucun industriel n'a été payé pour apporter son témoignage dans cette étude.
- Les témoignages des industriels portent uniquement sur l'impact de Yuka et n'ont en aucun cas pour objectif de faire la promotion de leurs marques et produits.
- Il s'agit d'une liste d'exemples non exhaustifs : Yuka a probablement eu un impact sur de nombreux autres industriels et produits.

Des changements concrets sur les produits 1/3



Gerblé

Suppression du diphosphate de sodium dans le biscuit Chocolat saveur amande.

Avril 2019



Daunat

Suppression du sulfite de sodium (E221), de la curcumine (E100), et réduction du sel dans la Salad'Bar Scandinave.

Avril 2019



Buitoni

Réduction du sel dans les pizzas Fraich' Up.

Avril 2019



Sylvie WILLEMIN, Nestlé France

Directrice Nutrition

« Yuka, qui utilise le Nutri-Score sur lequel nous sommes engagés, nous pousse à accélérer l'amélioration de nos produits, la simplification de nos listes d'ingrédients et le développement de nos offres bio et végétales. »



Monique Ranou - Intermarché

Enrichissement en légumes, diminution des matières grasses, du sucre et du sel dans le taboulé oriental.

Avril 2019



L'Occitane

Suppression du phenoxyethanol, du diméthicone (silicone) et de composés éthoxylés dans le Lait Riche Corps Karité.

Courant 2019



Carte d'Or

Lancement d'une nouvelle gamme de sorbets bio contenant moins d'ingrédients et plus que 2 additifs.

Avril 2019



Mathilde THOMAS, Caudalie

Fondatrice

« Nous sommes passés de 65% de références vertes sur Yuka à 80% en 1 an. Notre objectif est que tout soit vert sur Yuka en 2021. »



Saint Eloi - Intermarché

Suppression de l'ascorbate de sodium et du nitrite de sodium dans la Poêlée paysanne.

1er trimestre 2020



Knorr

Lancement d'une gamme de soupes sans sucre ajouté, sans conservateur ni exhausteur de goût.

Septembre 2019



Caudalie

Suppression du benzyl salicylate dans les sprays et crèmes solaires.

Avril 2020

Sophie CREUSOT JAYET, Unilever France

Directrice de la Communication et des Relations Extérieures

« Nous avons formulé de nouveaux produits pour répondre aux besoins et attentes des consommateurs qui sont très alignés aux critères d'évaluation de Yuka. »



Des changements concrets sur les produits 2/3



Liebig

Gamme PurSoup : suppression des arômes artificiels, de l'amidon modifié et du sucre, enrichissement en légumes, réduction du sel.

Juillet 2019



William Saurin

Suppression du nitrite de sodium dans l'ensemble des produits.

Début 2019



Horace

Suppression du phenoxyethanol dans l'ensemble des produits.

Janvier 2018



Gwenaëlle FUZELLIER, Björg

Directrice Recherche et Développement

« Yuka nous pousse à aller encore plus loin dans notre démarche. Nous avons ainsi affiné nos seuils de sucres à la baisse et notre blacklist d'additifs. L'appli nous permet aussi de mesurer nos efforts sur le plus long terme. »



Heudebert

Lancement d'une gamme bio avec 3 références : épeautre complet, germe de blé, 3 céréales.

Septembre 2019



Björg

Diminution des sucres ajoutés et des acides gras saturés dans les céréales Croustillant Chocolat.

Janvier 2018



Michel et Augustin

Réduction du sucre de 49% dans la Citronnade, qui devient également Bio.

Mai 2019



Cécile MERLIN, Mondelēz International

Directrice Communication et Affaires Publiques

« Nous sommes à l'écoute de nos clients, qui sont de plus en plus nombreux à utiliser Yuka et qui contribuent ainsi à accélérer notre démarche de progrès dont l'ambition est de réconcilier snacking et bien manger. »



Inell - Marque Repère

Suppression dans les sticks lèvres des huiles minérales, de l'Ethylhexyl Methoxycinnamate et du BHT.

Septembre 2019



TUC

Réduction du sel de 15 à 25% selon les variétés, réduction des graisses saturées de 70%.

Mars 2018



Fleury Michon

Lancement d'un jambon Zéro nitrite.

Février 2019



Barbara BIDAN, Fleury Michon

Directrice santé et alimentation durable

« Yuka a contribué à accélérer nos efforts initiés il y a 10 ans pour améliorer la composition de nos produits. Notre objectif : zéro conservateurs sur les plats cuisinés à la fin de l'année et la généralisation de notre jambon Zéro Nitrite. »



Michel-Edouard LECLERC, Leclerc

Président

« Le succès de YUKA nous conforte dans nos démarches d'amélioration de la composition de nos produits Marque Repère alimentaires mais aussi cosmétiques. »



Des changements concrets sur les produits 3/3



Garancia

Suppression des silicones dans le Mystérieux Repulpant.

Avril 2019



Raynal et Roquelaure

Suppression des sulfites dans l'ensemble des produits.

Début 2019



Zapetti

Suppression des sucres ajoutés dans les raviolis.

Début 2019



Monoprix

Suppression d'additifs (E250, E331, E407, E301) et réduction du sel dans Le Club sandwich dinde fromage frais ciboulette.

Octobre 2019



Energie Fruit

Suppression du benzyl salicylate dans le shampoing Monoï et huile de macadamia.

Février 2019



Les Comtes de Provence

Lancement d'une gamme de confitures Bio avec moins de sucre et plus de fruits.

Mois 2020



Vitaline

Lancement de barres complètes bio, faibles en sucre, avec suppression de 10 additifs.

Avril 2019



Cosmia - Auchan

Suppression du phenoxyethanol, du methylisothiazolinone et du methylchloroisothiazolinone dans la crème lavante mains Fleur de coton.

Juillet 2019



Savéria COSTE, Garancia

Fondatrice

« L'arrivée de l'application Yuka nous a confortés dans nos choix et poussés à proposer des formules encore plus saines. Nos produits sont bien notés et nous travaillons constamment pour qu'ils soient encore meilleurs »

Yvan CHAMIELEC, Monoprix

Chef du département Qualité

« Yuka nous encourage à accélérer les changements initiés dans le cadre de nos engagements et à améliorer notre offre de produits et leur composition pour répondre aux attentes des consommateurs. »



Sophie BLIN & Carol-Ann LOVERA, Energie Fruit

Fondatrices

« Yuka nous a conduit à diminuer les allergènes dans tous les types de parfums que nous utilisons, même les plus naturels. »

Louise DANIEL, Auchan

Responsable qualité DPH (Droguerie, Parfumerie, Hygiène)

« Yuka nous permet de faire évoluer les formules cosmétiques des produits à marques Auchan, afin que celles-ci soient composées des meilleurs ingrédients possibles pour nos consommateurs. »



Vous êtes une marque et Yuka a contribué à accélérer l'amélioration de vos produits ?

> Témoignez dans notre mesure d'impact (contact : ophelia@yuka.io)

ET APRÈS ?

CÔTÉ APPLI

Les résultats de cette étude nous ont confortés sur l'impact du projet, à la fois sur la santé de chacun mais aussi sur les industriels. Alors, on ne va pas s'arrêter là et nous allons continuer de développer Yuka à plus grande échelle. C'est pourquoi nous avons prévu de lancer l'application au Canada et aux États-Unis d'ici fin 2019 !

Notre ambition, c'est aussi de pouvoir aller plus loin dans l'information aux consommateurs. Ainsi, nous souhaiterions à terme pouvoir analyser l'impact environnemental des produits. C'est un chantier complexe mais nous sommes persuadés qu'il s'agit d'un véritable enjeu de société sur lequel nous pourrions également avoir un fort impact.

CÔTÉ NUTRITION

Au vu de l'engouement pour les articles du blog nutrition, qui contribuent aussi à sensibiliser chacun à l'alimentation, nous avons décidé de réaliser un livre. Du petit-déjeuner au dîner, il expliquera de façon ludique la nutrition à travers les 4 repas de la journée : petit-déjeuner, déjeuner, goûter, dîner. Il comportera aussi des recettes associées à chacun de ces repas. Sa sortie est prévue en avril 2020.

MERCI À TOUS !





<https://yuka.io>