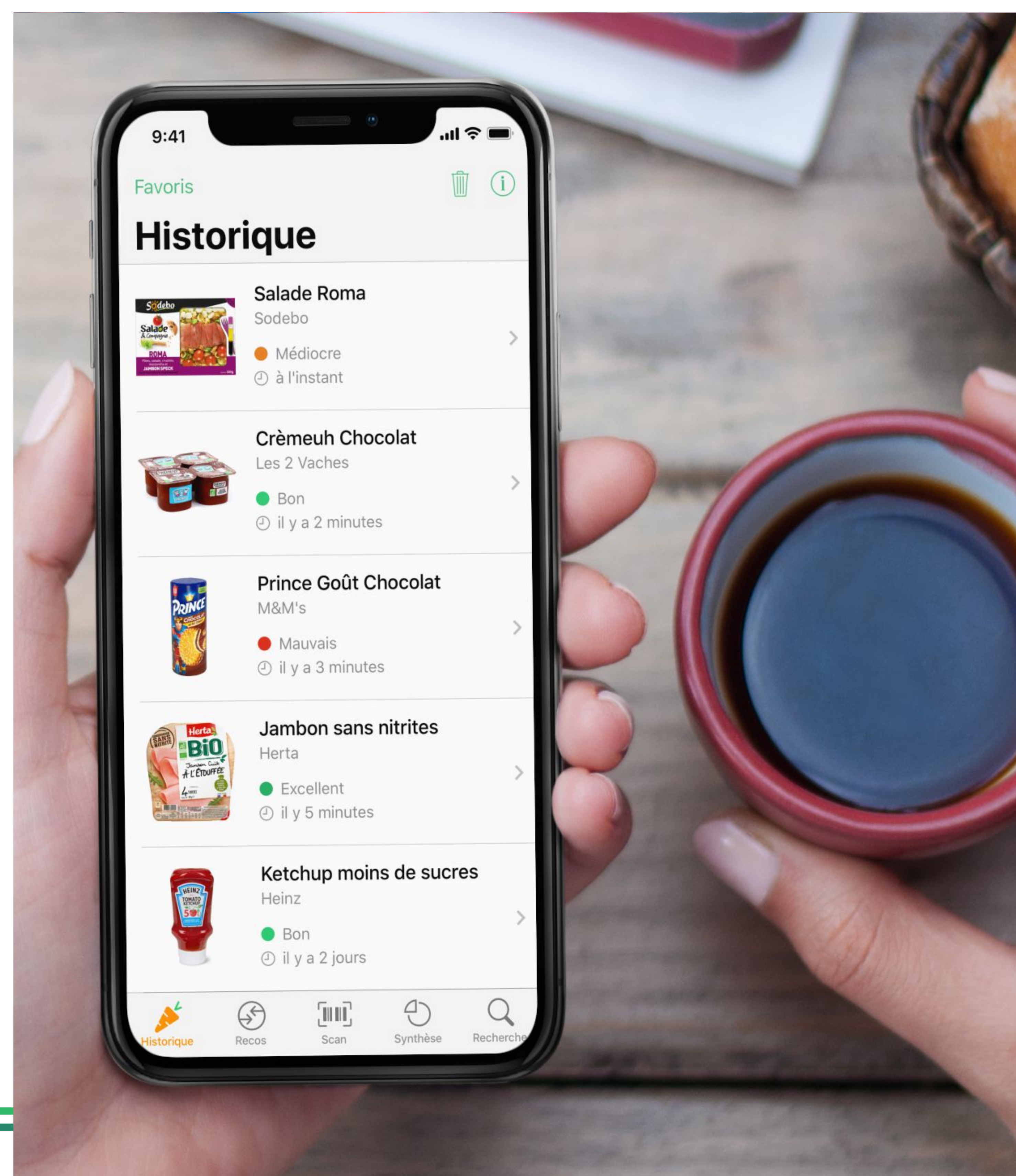
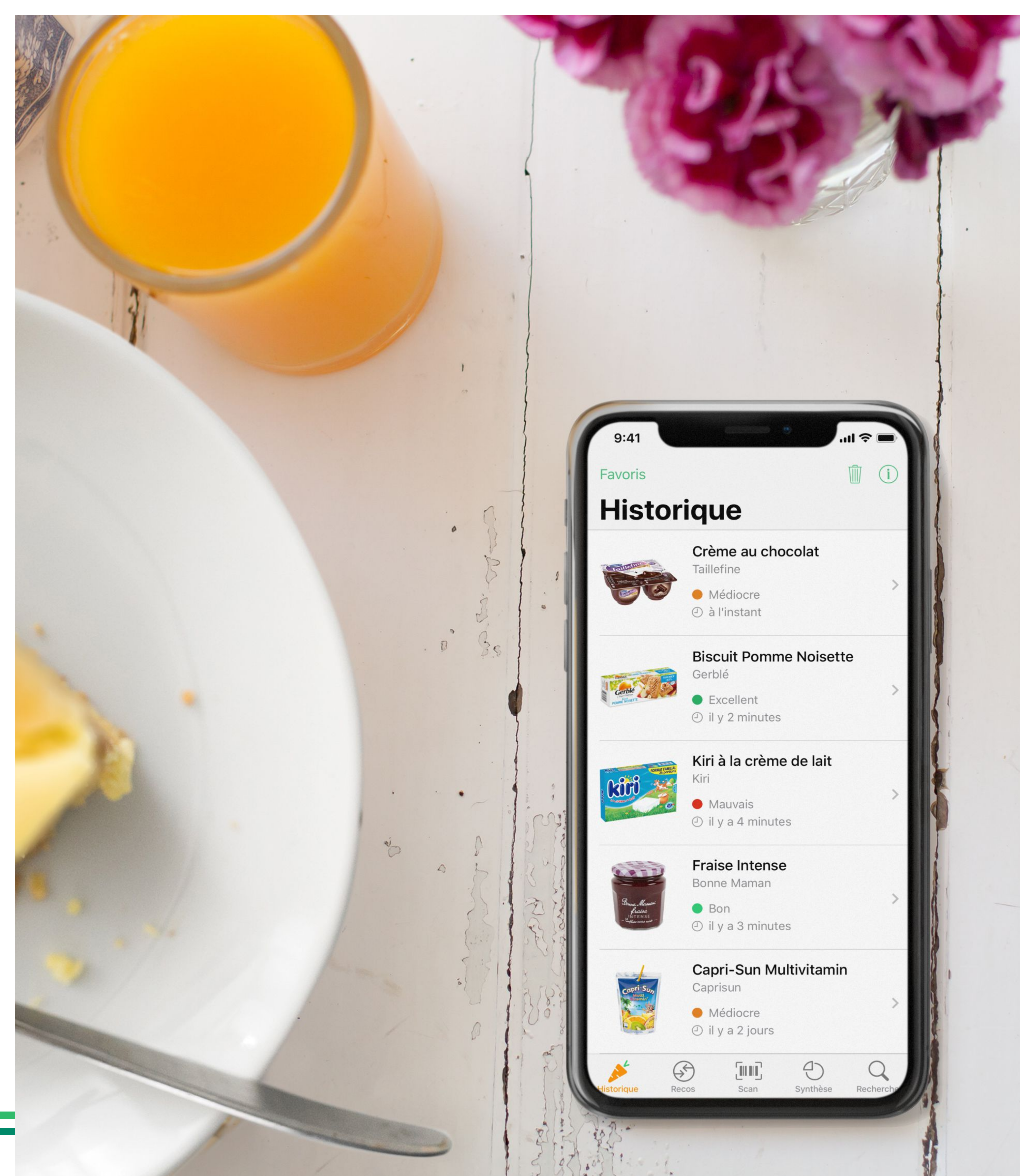




DOSSIER DE PRESSE

Mise à jour : 11/02/2020





L'APPLI QUI DÉCHIFFRE L'INDÉCHIFFRABLE

3

L'IMPACT DE YUKA

4

ANALYSE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

5

ANALYSE DES PRODUITS COSMÉTIQUES

6

UNE INDÉPENDANCE À TOUTE ÉPREUVE

7

UNE BASE DE DONNÉES CONSÉQUENTE

8

L'ÉQUIPE DERRIÈRE LA CAROTTE

9

YUKA EN CHIFFRES

11

YUKA SOUS LES PROJECTEURS

13

L'APPLI QUI DÉCHIFFRE L'INDÉCHIFFRABLE

Comment s'y retrouver dans la **jungle des produits alimentaires** pour choisir les bons produits pour sa santé ? C'est le problème auquel a été confronté Benoit en regardant de plus près la composition des produits pour ses enfants.

« **Il faut avoir fait Polytechnique pour pouvoir décrypter les étiquettes !** »

Avec son frère François et une amie, Julie, il décide de rendre plus transparente la composition des produits pour **permettre aux consommateurs de faire des choix plus éclairés**. Ainsi naît l'application Yuka en **janvier 2017**.

En un scan, **Yuka évalue l'impact des produits sur la santé** via un code couleur allant du vert au rouge. Une fiche détaille ensuite l'évaluation. Lorsque l'impact du produit est négatif, Yuka recommande également **des produits similaires meilleurs pour la santé**.

Face à une très forte demande des utilisateurs, Yuka se lance également en juin 2018 dans **l'analyse des produits cosmétiques et produits d'hygiène**.

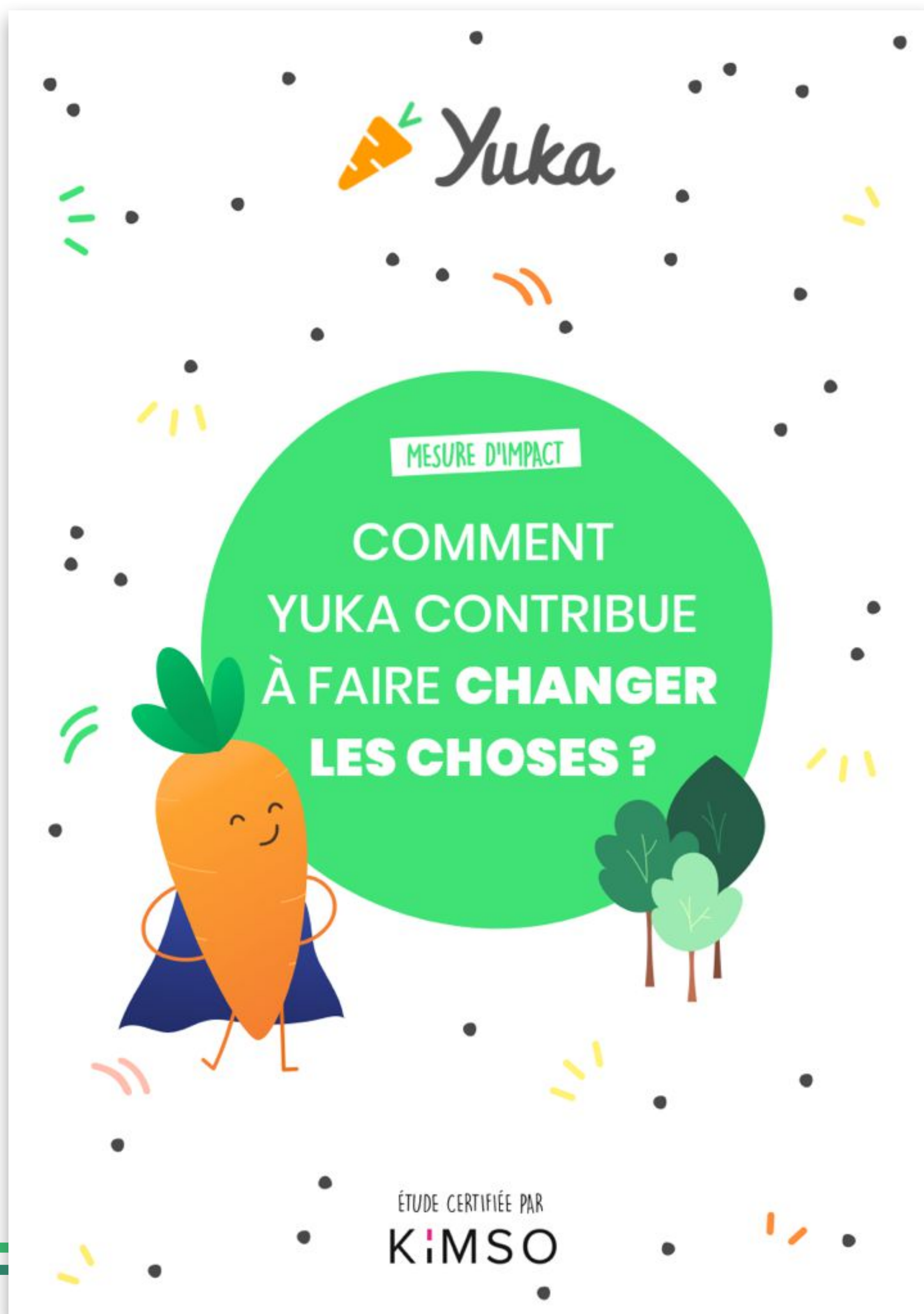
L'application a connu depuis ses débuts une forte croissance. Trois ans après son lancement, en janvier 2020, elle passe la barre des **15 millions d'utilisateurs**.

Au-delà d'aider chacun à choisir de meilleurs produits pour sa santé, Yuka souhaite aussi **transformer les consommateurs en consomm'acteurs**.

« **Les consommateurs reprennent le pouvoir.** »

L'objectif est qu'à travers des choix plus éclairés, les consommateurs conduisent les industriels à proposer de meilleurs produits. **Depuis son lancement, Yuka a déjà observé de nombreux changements de composition** : des additifs controversés ont ainsi été supprimés par plusieurs marques.

“ **JE SCANNE
DONC
JE SUIS.** ”



LA MESURE D'IMPACT YUKA

YUKA a publié en septembre 2019 une grande mesure d'impact réalisée auprès de **230 000 utilisateurs** et **21 industriels**.

Tous les résultats sont disponibles [ici](#).

CÔTÉ UTILISATEURS : DES CHIFFRES CLÉS

L'étude révèle que Yuka contribue non seulement à orienter les utilisateurs vers de meilleurs produits, mais contribue de manière plus globale à replacer l'alimentation au cœur des préoccupations :

- **92%** des utilisateurs reposent les produits lorsqu'ils sont notés rouges dans l'application
- **83%** des utilisateurs achètent moins mais de meilleure qualité
- **84%** des utilisateurs achètent davantage de produits bruts et 78% davantage de produits biologiques

CÔTÉ INDUSTRIELS : DES TÉMOIGNAGES IMPORTANTS

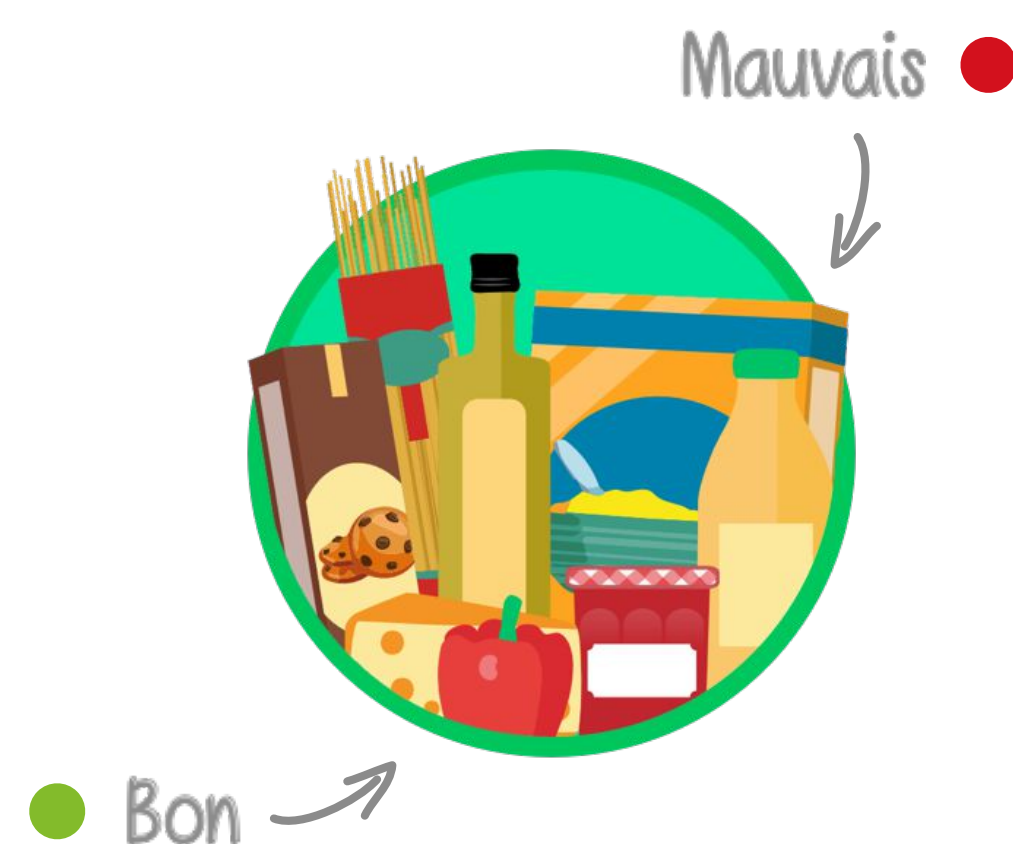
L'étude révèle aussi que 90% des utilisateurs sont convaincus que Yuka peut pousser les marques à proposer de meilleurs produits. La preuve concrète a été apportée par les témoignages de 21 industriels :

- 21 entreprises de l'agroalimentaire et cosmétique ont témoigné de la façon dont Yuka a impacté la formulation de leurs produits. On retrouve parmi ces entreprises Nestlé France, Monoprix, Garancia, Unilever, Caudalie, Leclerc, Fleury Michon ou encore Intermarché.
- Ces entreprises apportent des exemples concrets de produits dont la composition a été améliorée grâce à Yuka.

ANALYSE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

La notation se base sur 3 critères :

- La **qualité nutritionnelle** représente 60% de la note et est basée sur la méthode de calcul du Nutriscore.
- La **présence d'additifs** représente 30% de la note : notre référentiel se base sur l'état de la science à ce jour. Nous prenons en compte les avis de l'EFSA, de l'ANSES, du CIRC mais aussi de nombreuses études indépendantes.
- La **dimension biologique** représente 10% de la note et se base sur la présence du label bio européen.



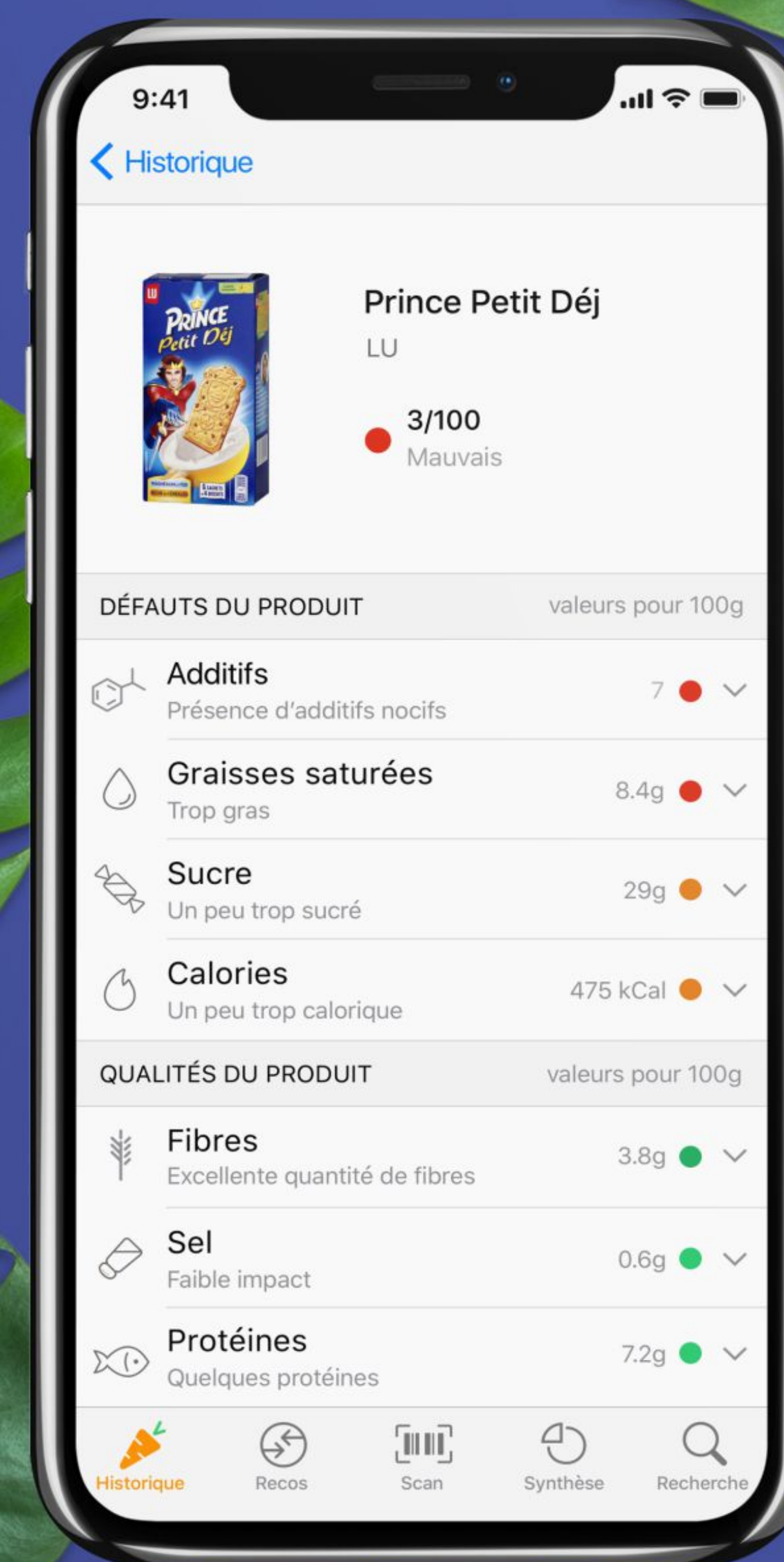
Cette notation est faite de manière **totale**ment neutre et indépendante.

Les recommandations sont également sélectionnées de façon impartiale.



Le choix des alternatives se fait via un algorithme prenant en compte 3 critères : **la catégorie du produit** afin de recommander un produit au plus proche du produit initial, **la note du produit** afin de recommander uniquement des produits bien notés, et **la disponibilité du produit** afin d'avoir des recommandations trouvables facilement en magasin.

Yuka analyse tous les produits alimentaires **ayant un code-barres**, toutes marques confondues. Certains produits ne sont en revanche pas analysés du fait de leur composition spécifique : alcools, laits infantiles, poudres protéinées, etc.



ANALYSE DES PRODUITS COSMÉTIQUES

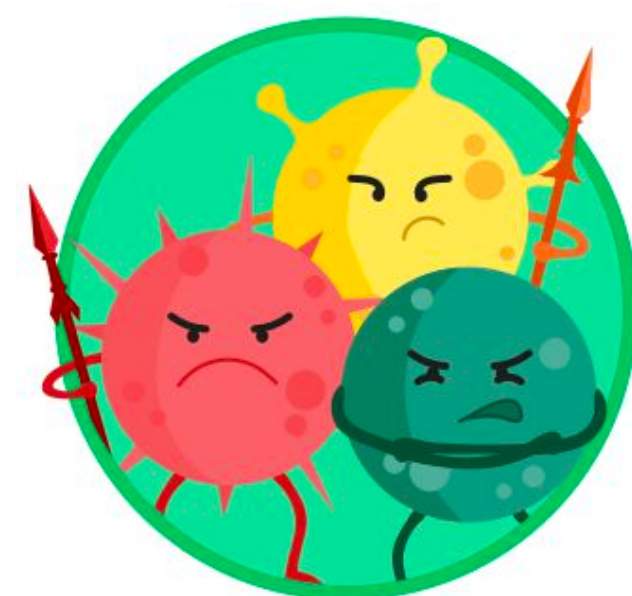
Face à l'énorme demande des utilisateurs de Yuka depuis des mois, Yuka s'est lancé le **27 juin 2018** sur l'analyse des cosmétiques et des produits d'hygiène. Cette fonctionnalité a été intégrée à l'application existante et est entièrement gratuite.

Yuka continue ainsi sa mission de **rendre plus transparentes les compositions** des produits. Notre notation se base sur l'analyse de l'ensemble des ingrédients présents dans le produit.



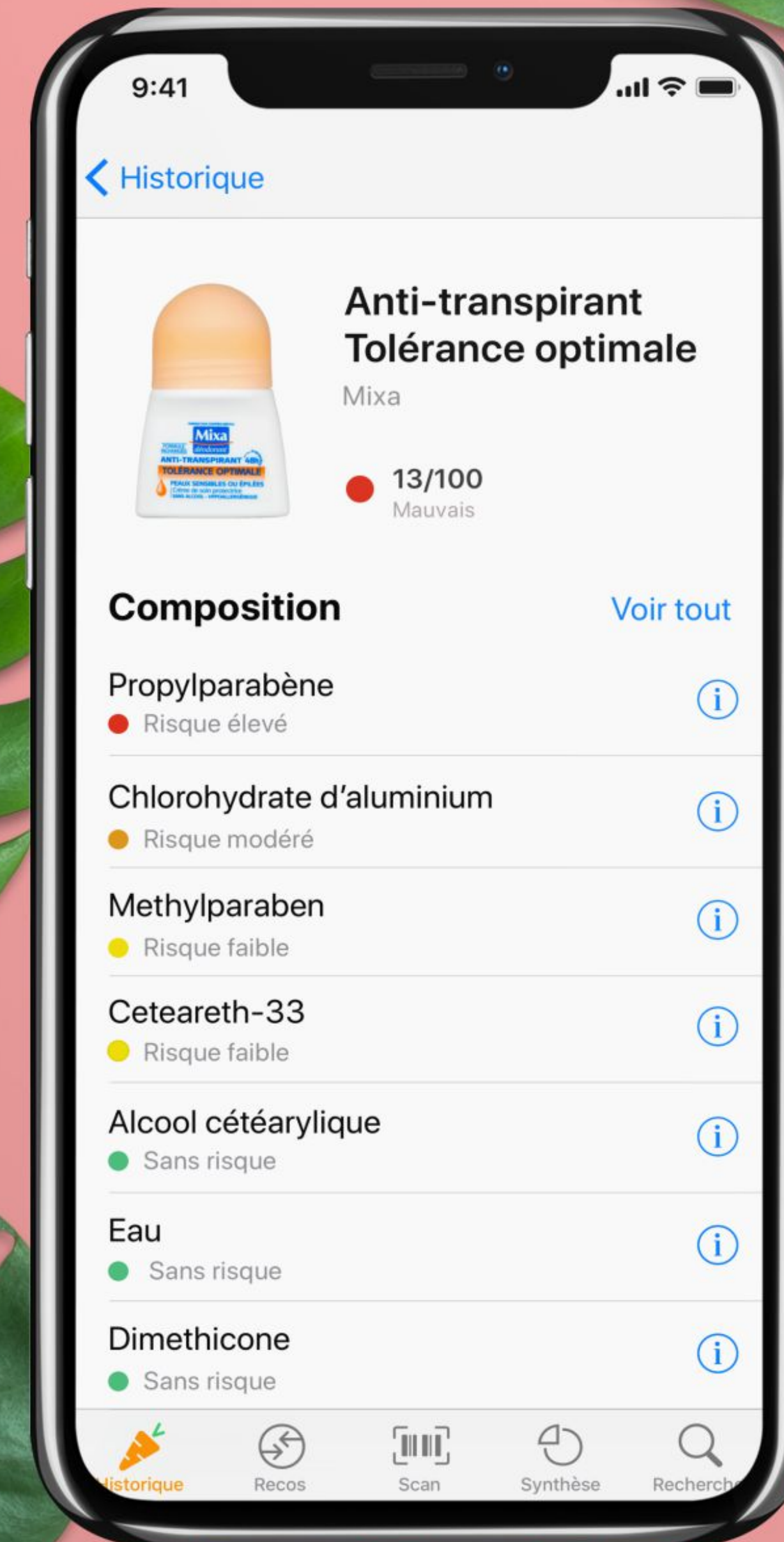
Chaque ingrédient se voit attribuer un niveau de risque en fonction de ses effets avérés ou suspectés : **perturbateur endocrinien, cancérogène, allergène, etc.**

Le niveau de risque est déterminé en fonction de l'état de la science à ce jour en se basant notamment sur l'ANSES, le CSSC, le CIRC, la liste SIN ou encore de nombreuses études indépendantes.



Il faut dire que si les compositions des produits alimentaires sont difficiles à déchiffrer, c'est encore bien pire côté cosmétiques, où **les ingrédients sont indiqués via leur nom scientifique ... en latin !**

Tout comme sur l'alimentaire, lorsque la note d'un produit est mauvaise, **Yuka recommande des alternatives similaires meilleures pour la santé** car contenant moins d'ingrédients controversés, et cela en toute indépendance.



UNE INDÉPENDANCE À TOUTE ÉPREUVE

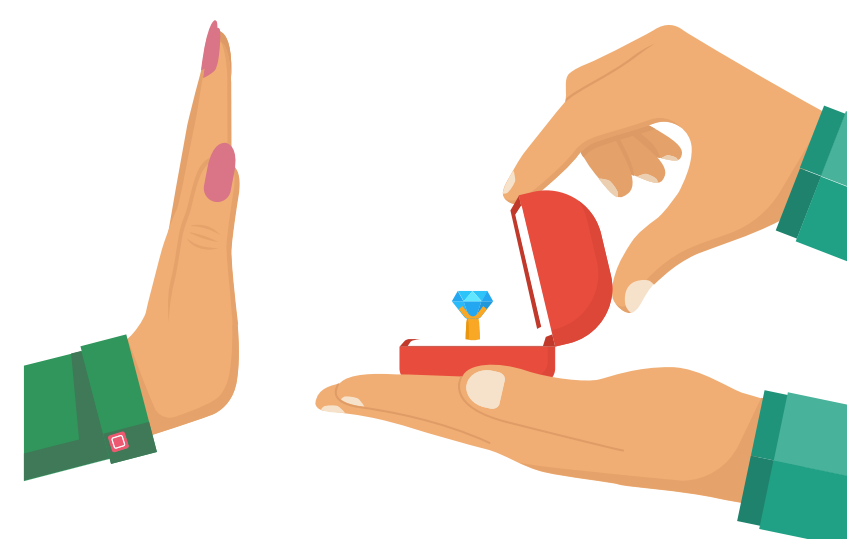


LE SENS AVANT TOUT

Avec Yuka, nous avons à cœur de faire un projet porteur de sens. Notre objectif premier est de **maximiser notre impact positif sur la société** avant de maximiser notre chiffre d'affaires. Cette philosophie est issue de notre participation au programme Ticket for Change en 2016. C'est pourquoi nous refusons tout financement qui pourrait provenir de marques ou de distributeurs. De la même manière, **nous n'exploitons ni ne revendons aucune donnée** de nos utilisateurs. Le contenu de leur frigo est donc un secret bien gardé !

LA PUBLICITÉ BANNIE DE L'APPLI

La notation des produits alimentaires et cosmétiques, tout comme les recommandations, se basent sur un **algorithme totalement impartial qu'aucune marque ne peut influencer**. Deux produits de marque différente aux compositions identiques ont toujours la même note dans Yuka. Par ailleurs, pour les recommandations, Yuka propose jusqu'à 10 alternatives et permet de filtrer par distributeur.



**LA NOTATION
ET LES RECOMMANDATIONS
SONT FAITES DE FAÇON
TOTALEMENT NEUTRE**



**YUKA A DÉVELOPPÉ
UN BUSINESS MODEL SAIN
LUI PERMETTANT DE
RESTER 100% INDÉPENDANT**

UN FINANCEMENT SAIN

Yuka se finance à travers 3 sources de revenus. Notre 1ère source de financement est **la version premium de l'application**. Il s'agit d'une version payante (15€/an) permettant d'accéder à des fonctionnalités supplémentaires : mode hors-ligne pour scanner sans réseau, barre de recherche pour rechercher un produit sans avoir à le

scanner, alertes personnalisables en fonction des préférences alimentaires.

En dehors de la version premium, nous avons également deux autres sources de revenu :

- Un **Programme Nutrition** vendu sur notre blog 59€, permettant d'acquérir les bases d'une alimentation saine en 10 semaines.
- Un **Calendrier des fruits et légumes de saison**, à accrocher ou à poser dans sa cuisine. Il est vendu sur notre site à 14,90€



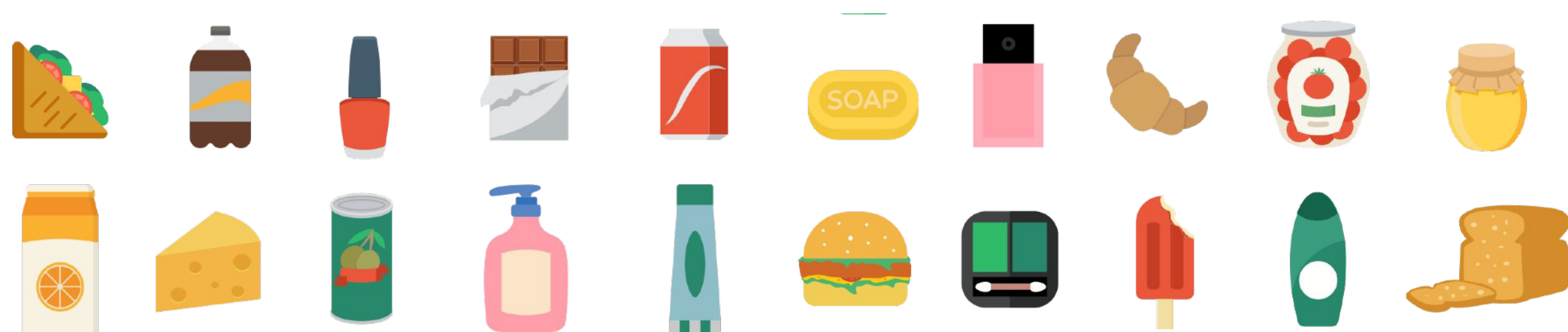
UNE BASE DE DONNÉES CONSÉQUENTE

1 500 000 DE PRODUITS RÉPERTORIÉS DANS LA BASE YUKA

Yuka a constitué depuis janvier 2018 sa **propre base de données**. Elle contient aujourd'hui **1,5 millions de produits** (dont 70% de produits alimentaires et 30% de produits cosmétiques).

Cette base est alimentée via deux sources d'information :

- 1) **Les contributions des utilisateurs**, qui peuvent renseigner directement à travers l'application les produits non reconnus par Yuka, en ajoutant les photos des produits et de leur composition. De nombreux systèmes de contrôle permettent ensuite de s'assurer de l'exactitude des informations. Plus de 2000 contributions / jour sont enregistrées.
- 2) **Les contributions des marques**. Nous travaillons aujourd'hui avec de nombreuses marques et groupes industriels sur la transmission de données produits. Ces informations correspondent à celles obligatoirement inscrites sur les étiquettes des produits : il n'y a donc aucun conflit d'intérêt.



UN SYSTÈME DE CONTRÔLE COMPLET

Afin de sécuriser les informations affichées dans l'application, Yuka a mis en place différents moyens de contrôle. Tout d'abord, **de nombreux contrôles sont réalisés de manière automatique dans l'application** afin de détecter en amont les informations erronées ou incohérentes et empêcher leur saisie.

Par ailleurs, **trois personnes travaillent à temps plein sur la base de données**. Elles se chargent de vérifier les données des produits et de leur éventuelle correction. Elles contrôlent aussi les contributions quotidiennes et **banissent les utilisateurs remplissant des informations erronées**.



Crédits : Evelyne de Brauw

L'ÉQUIPE DERRIÈRE LA CAROTTE



Julie Chapon est en charge du marketing, du service client et de la création de contenu. Elle a d'abord passé 5 ans dans le conseil en transformation digitale des entreprises avant de rejoindre cette **aventure entrepreneuriale, davantage porteuse de sens**. C'est notamment elle qui a réussi à faire télécharger l'appli à plus de 4 millions de personnes sans dépenser d'argent en publicité. Elle est **passionnée par la nutrition** et adore rédiger des articles sur le sujet ! Il lui tient aussi à cœur de valoriser **l'entrepreneuriat féminin**, notamment dans la Tech.



François Martin pilote les sujets techniques de Yuka. Il se charge en particulier du développement de l'appli sur iOS, du backend et de l'infrastructure. Le geek de l'équipe a toujours été entrepreneur dans l'âme : en sortie d'école, **il a créé une agence web** avec deux amis. Il y a passé 6 ans à

développer des sites web et des applis mobiles pour des associations et des entrepreneurs. Puis, il a voulu mettre ses compétences au service de son propre projet. C'est aussi un **passionné de design** qui a à cœur de faire une application belle et simple d'utilisation.



Benoit Martin est en charge du développement de l'application sur Android. C'est aussi le grand frère de François, d'où la ressemblance ! Avant Yuka, Benoit a travaillé pendant 10 ans dans les achats en banque et assurance. Puis, il a voulu opérer une **totale reconversion** et se consacrer à une envie qu'il n'avait jamais pu assouvir : le code. Il a donc suivi une formation en ligne et **appris à coder en quelques mois**, avant de sortir l'application sur Android. Il est aussi papa de 3 merveilleux enfants, grâce auxquels il commence à travailler de bonne heure.



YUKA EN CHIFFRES

1,5M
PRODUITS RÉFÉRENCÉS

70% en alimentaire et
30% en cosmétiques



16M **D'UTILISATEURS**
en date de février 2020



5M
DE PRODUITS
scannés chaque jour

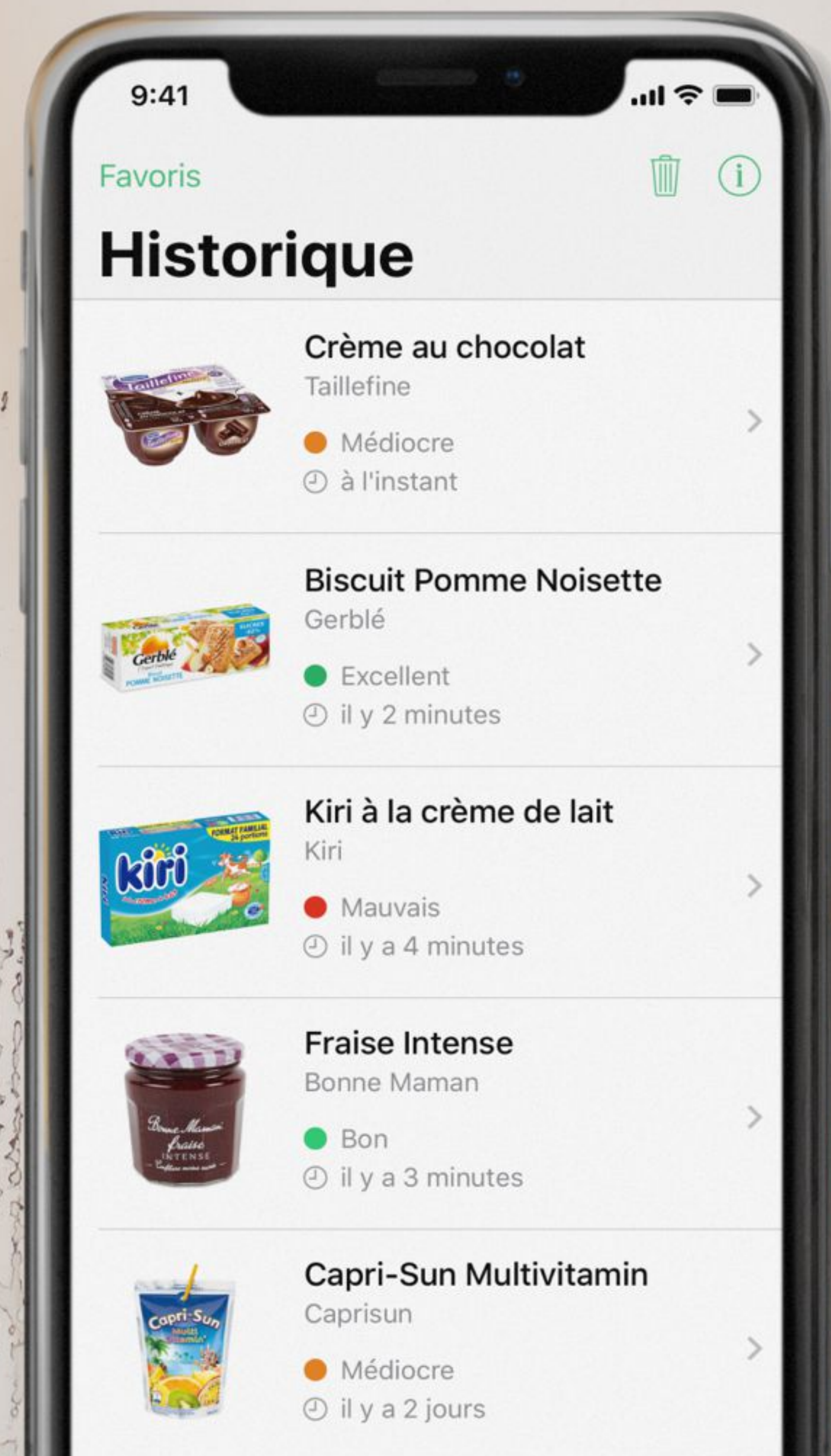


8 **PAYS LANCÉS**
France, Belgique, Suisse, Luxembourg,
Espagne, Royaume-Uni, Canada, USA

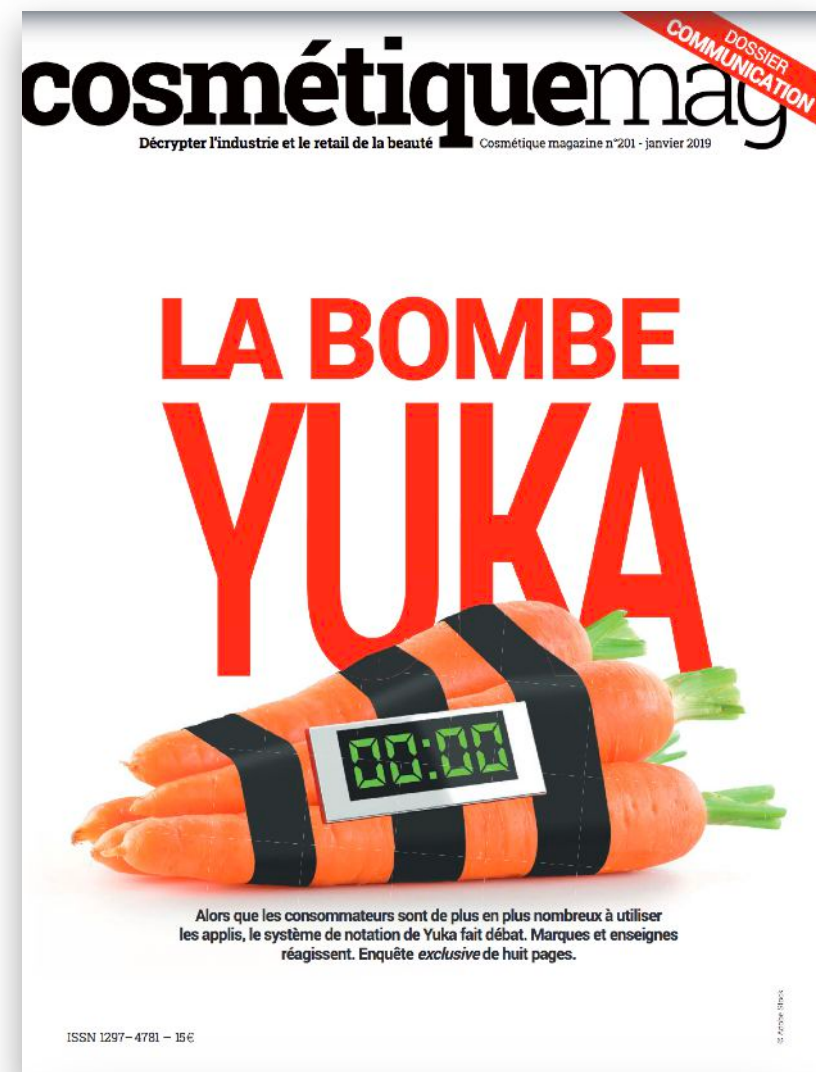
1,5M
VISITEURS UNIQUES
sur le blog chaque mois,
accessible depuis le site web



55 **SCANS / SECONDE**
en moyenne sur la journée, avec
des pics à 100 scans / sec



YUKA SOUS LES PROJECTEURS



CONTACT PRESSE



Julie CHAPON
Co-fondatrice
julie.chapon@yuka.io



Ophélie BIERSCHWALE
Responsable presse
ophelia@yuka.io

Et pour suivre nos péripéties ...

