

Samaire

| Un projet à impact devenu société à mission | 3 |
|--|---|
| Fonctionnement de l'application | 4 |
| Un projet porteur de sens depuis l'origine | 5 |
| Yuka en 2023 - Quelques chiffres | 6 |
| Les grandes étapes vers la société à mission | 7 |
| La double mission de Yuka | 9 |
| La raison d'être statutaire | 10 |
| Une mission avec une double finalité | 11 |
| | |
| La Référente de mission | 12 |
| La Référente de mission | 12 |
| | |
| Présentation de notre Référente | 13 |
| Présentation de notre Référente La feuille de route | 13 14 |
| Présentation de notre Référente | 13 14 15 |
| Présentation de notre Référente | 13141516 |



Un projet à impact devenu une société à mission



Fonctionnement de l'application

Yuka est une application mobile qui permet de scanner le code-barres des produits alimentaires et cosmétiques afin de connaître leur impact sur la santé et sur l'environnement.

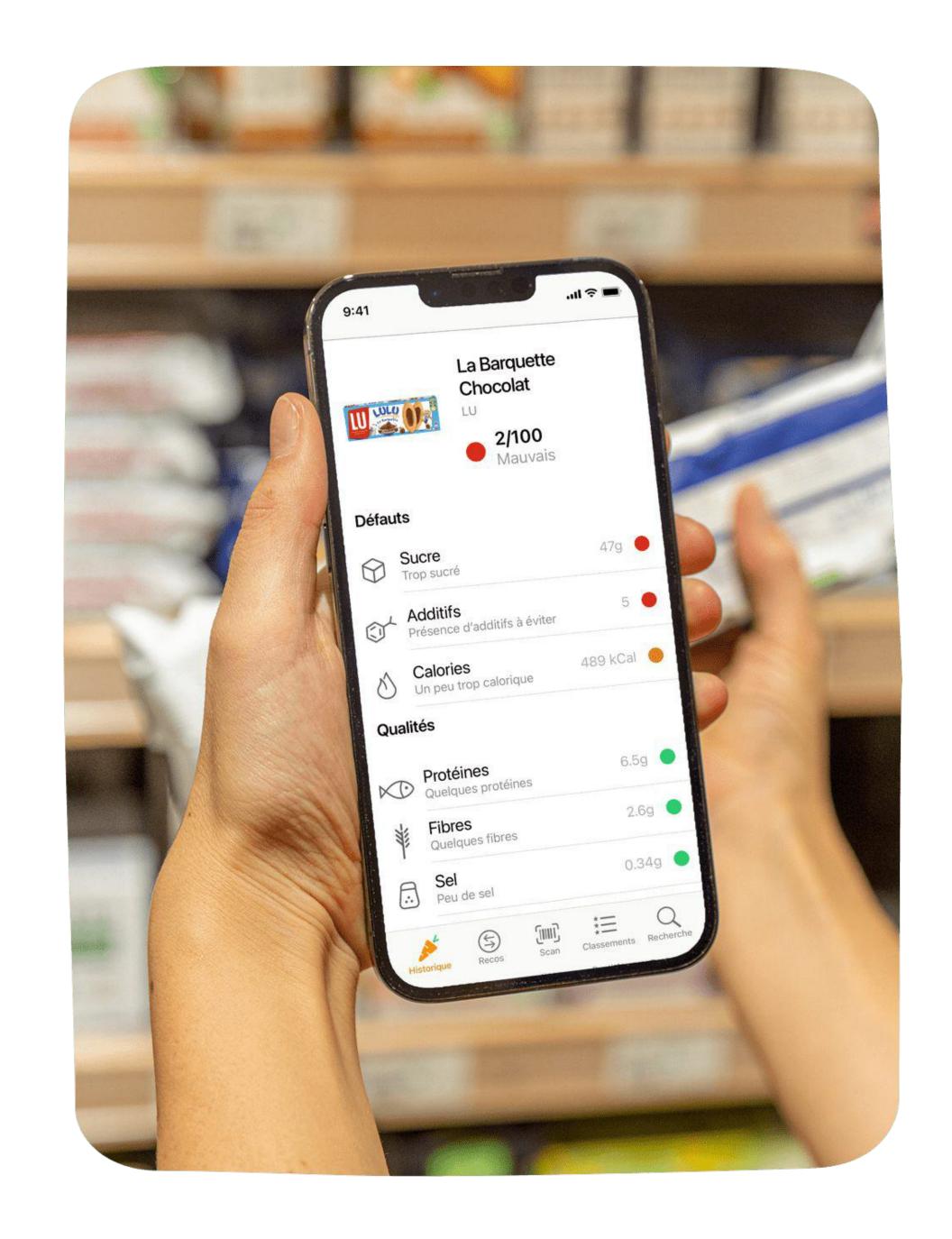
En un scan, Yuka fournit une évaluation simple et rapide via un code couleur allant du vert au rouge. Une fiche détaillée permet également de comprendre la notation du produit et les critères pris en compte.





Lorsque le produit est mal noté, **Yuka recommande** en toute indépendance des produits similaires meilleurs pour la santé ou l'environnement.

L'algorithme de recommandations prend en compte la catégorie du produit (afin de recommander un produit au plus proche du produit initial), sa disponibilité (afin de recommander des produits pouvant être trouvés facilement) et sa note.



Yuka en 2023 Quelques chiffres

47

millions d'utilisateurs

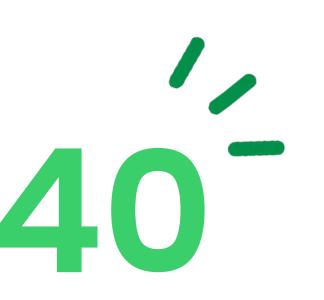
pays dans lesquels Yuka est disponible



3,7

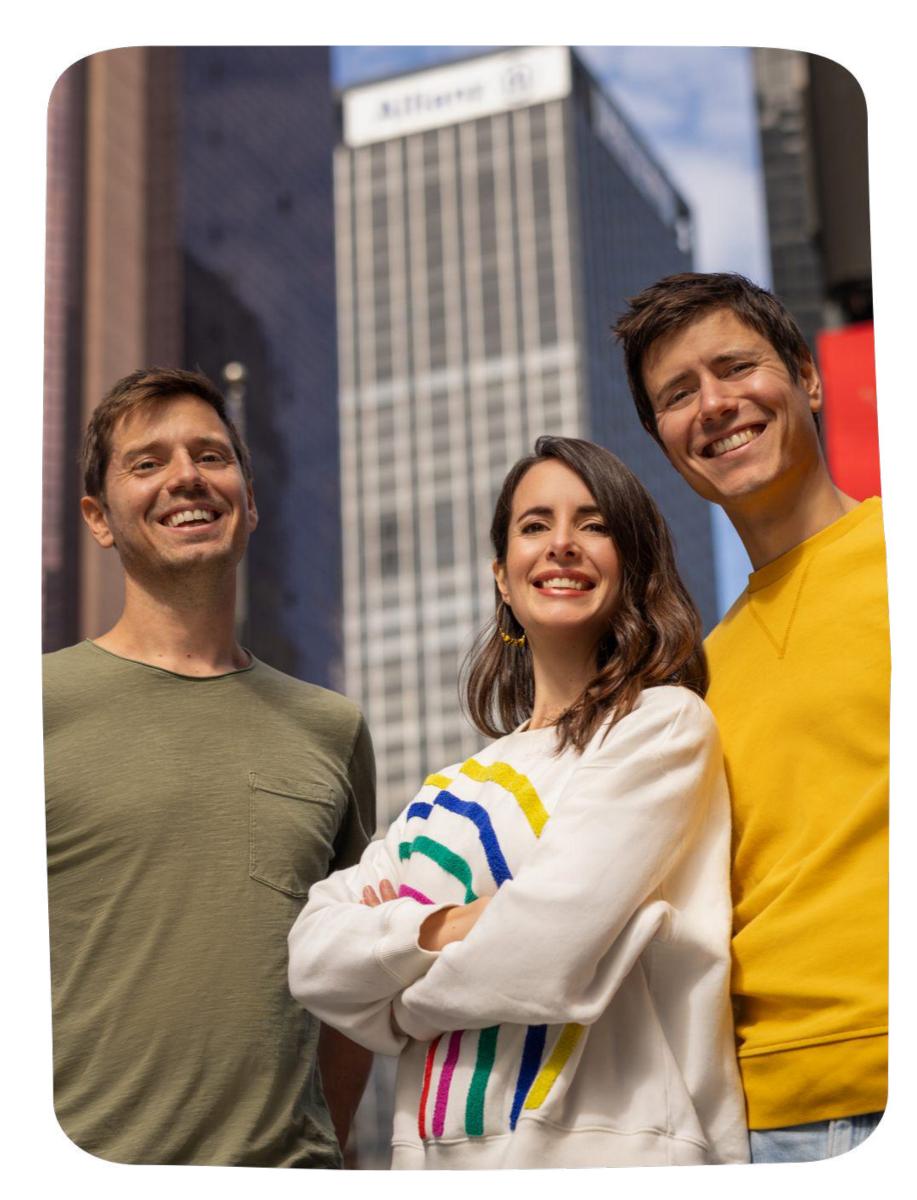
millions de produits notés





produits scannés chaque seconde





Les co-fondateurs, de gauche à droite : Benoît, Julie et François

Un projet porteur de sens depuis l'arigine

Benoît, l'un des trois co-fondateurs de Yuka, commence en 2015 à s'intéresser de plus près à la composition des produits qu'il achète pour ses enfants. Il se retrouve alors perdu face à la quantité d'informations – souvent complexes – affichées sur les emballages. En commençant à les analyser, il se rend compte que le marketing est bien souvent trompeur.

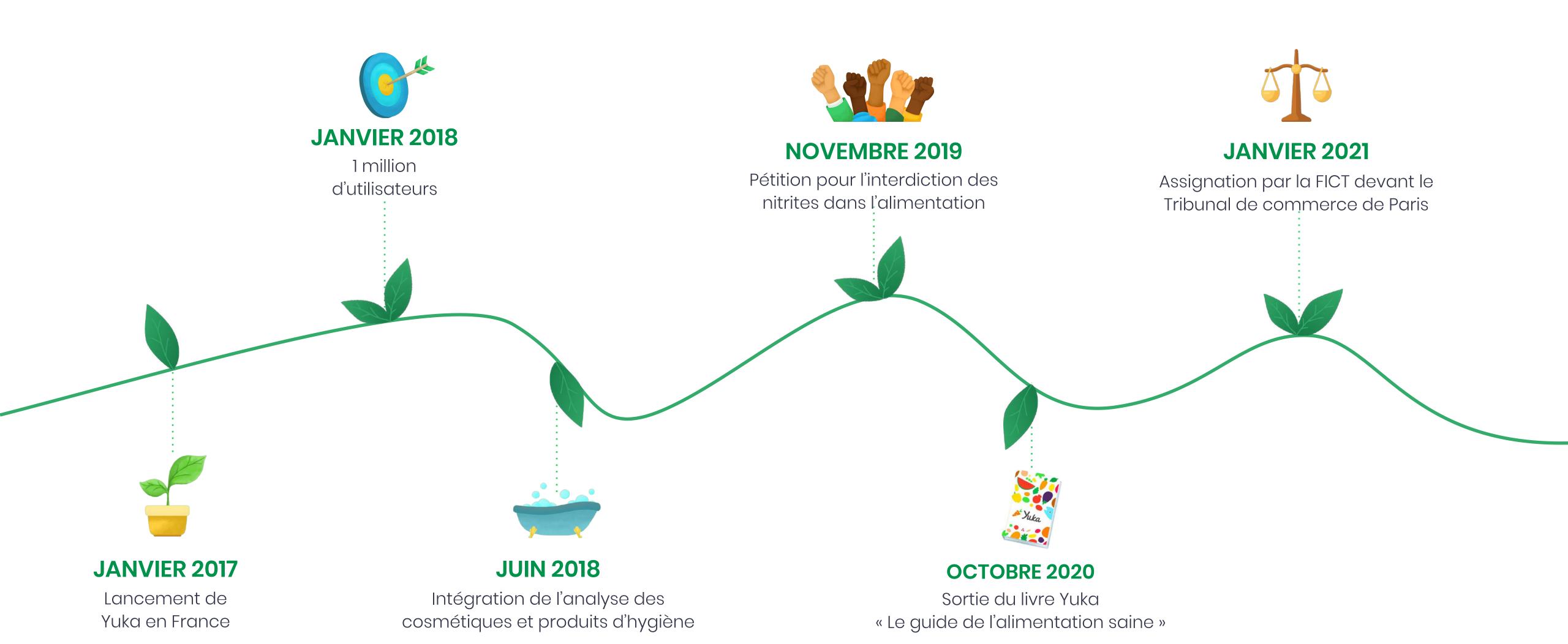
Il se dit alors qu'il serait très utile de disposer d'un outil permettant de décrypter la composition des produits rapidement et simplement. Il en parle à son frère François et à une amie, Julie, qui sont tous les deux séduits par le concept.

Tous les trois participent en février 2016 à un concours de start-ups à Paris, le Food Hackathon et terminent à la première place. Convaincus que leur idée répond à un réel besoin, ils décident de se lancer ensemble sur ce projet.

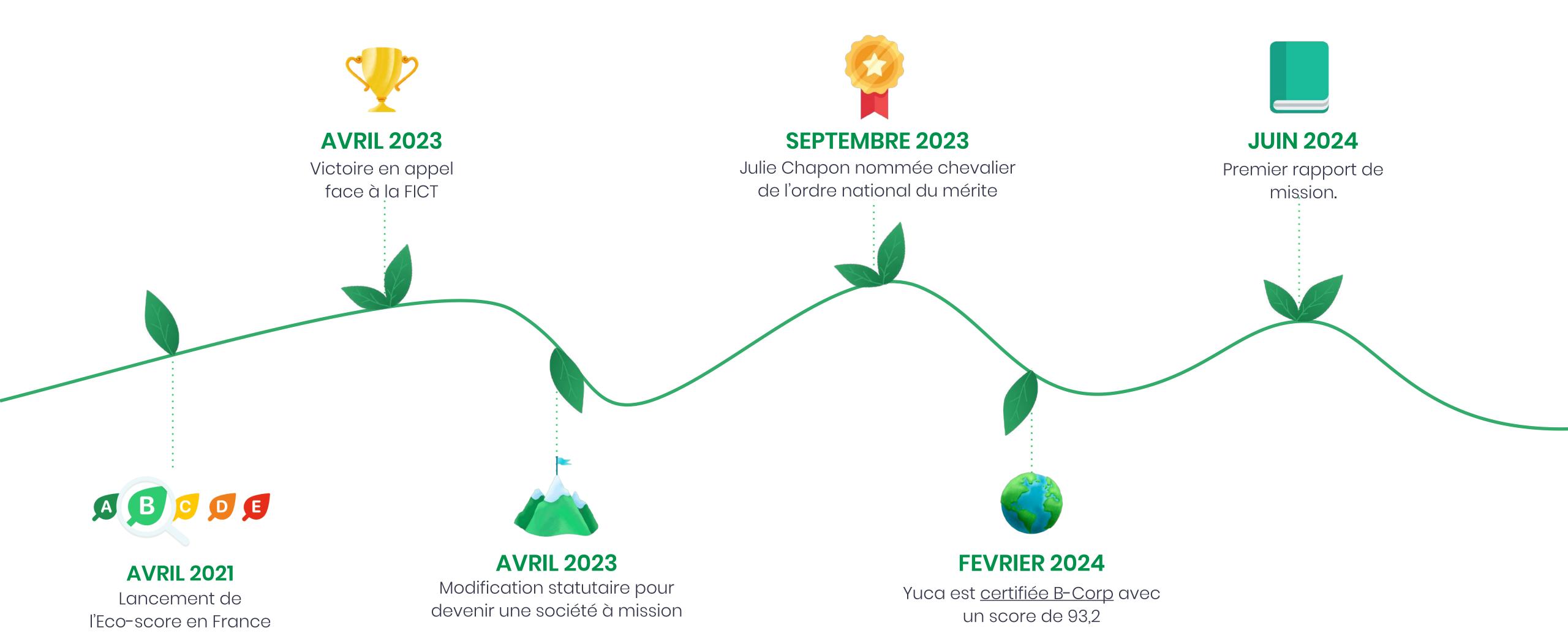
Yuka a été créée dans l'unique but d'avoir un impact positif sur la société et d'aider les consommateurs à faire des choix éclairés. C'est la raison pour laquelle Yuka a toujours été totalement indépendante vis-à-vis des entreprises. La formalisation de cette mission et l'obtention du statut de société à mission en constituait la suite logique.



Les grandes étapes du projet vers la société à mission (1/2)



Les grandes étapes du projet vers la société à mission (2/2)



La double mission de Uuka





La raison d'être statutaire de Uuka

La raison d'être de Yuka, telle qu'elle figure dans ses statuts du 26 avril 2023, a vocation à traduire la double finalité de sa mission :

« sensibiliser les consommateurs sur la composition des produits, notamment alimentaires et cosmétiques, afin de les aider à faire de meilleurs choix pour leur santé et pour la planète,





tout en représentant un levier d'action pour encourager les entreprises à améliorer la transparence et la qualité de leurs produits. »

Une mission avec une double finalité



Aider les consommateurs à faire de meilleurs choix pour leur santé et pour la planète.

Le constat de départ de Yuka : les étiquettes sont indéchiffrables pour la plupart des consommateurs. Ils ont besoin de transparence sur la composition des produits qu'ils achètent au quotidien pour comprendre leurs effets sur la santé et l'environnement.

Le décryptage des ingrédients par Yuka leur permet de choisir leurs produits alimentaires et cosmétiques de manière éclairée, notamment grâce aux alternatives proposées par Yuka lorsque le produit a une mauvaise note.



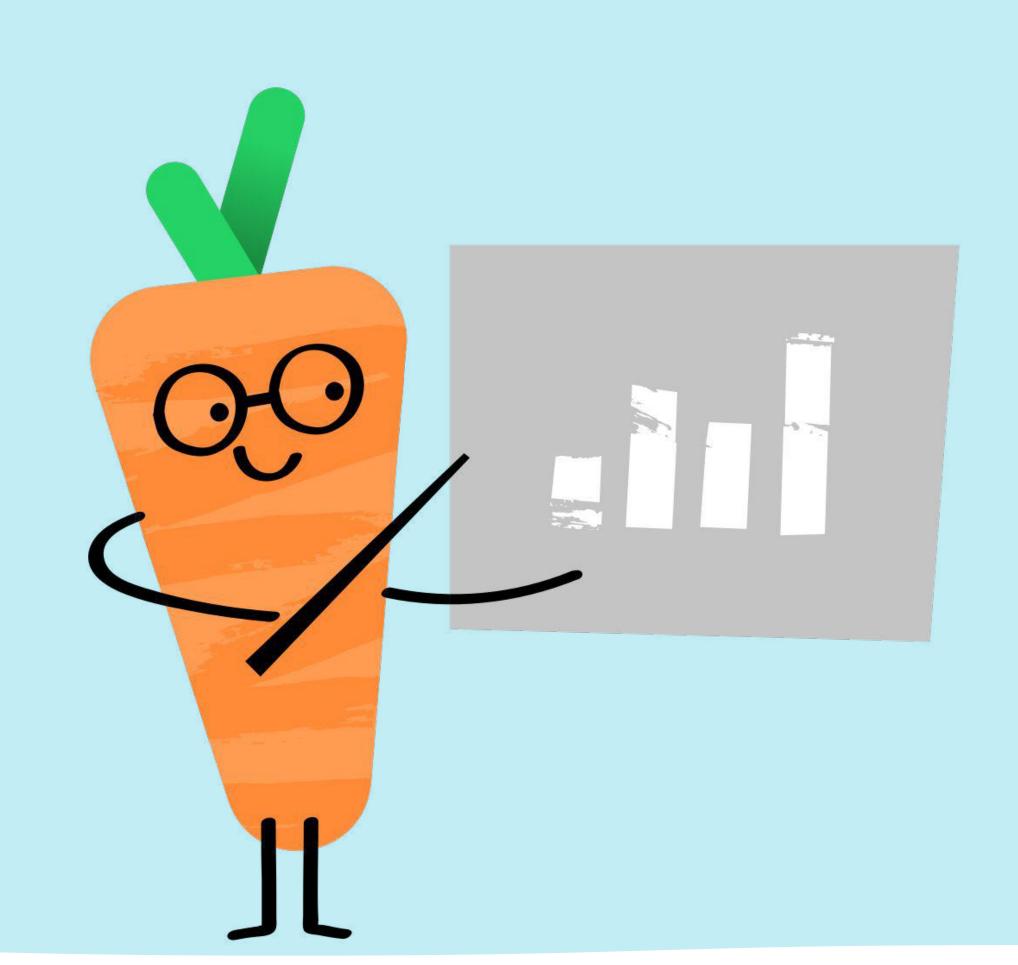
Redonner le pouvoir aux consommateurs afin qu'ils représentent un levier d'action.

Les consommateurs ne veulent pas acheter des produits qui sont mauvais pour leur santé ou pour l'environnement (Source : Etude Appinio, « Cooperation / LSA - Les scores », 2022 : 69,7% des répondants déclarent que le mauvais score d'un produit a un impact sur leur choix).

Les entreprises ont intégré cette prise de conscience des consommateurs, et la plupart d'entre elles cherchent désormais à améliorer la composition de leurs produits alimentaires et cosmétiques, afin qu'ils soient bien notés sur Yuka.



La référente de mission



Présentation de notre Référente de mission

Yuka est une très petite entreprise (TPE) qui comptait fin 2023 une dizaine de salariés ou équivalents à temps plein.

Le décret d'application de la loi PACTE prévoit la possibilité, pour les entreprises de moins de 50 salariés, de nommer uniquement un référent de mission plutôt qu'un comité de mission composé de plusieurs membres. La Référente de mission de Yuka est Louise Decarsin, Responsable juridique depuis septembre 2023.



Avant de rejoindre Yuka, Louise était Avocate au Barreau de Paris et l'a notamment représentée en appel dans l'affaire des nitrites. Elle a été amenée à appréhender et expliquer en détail aux magistrats le fonctionnement de l'application, la robustesse de sa méthode de notation, ainsi que l'engagement qui la guide en faveur d'une meilleure transparence alimentaire.

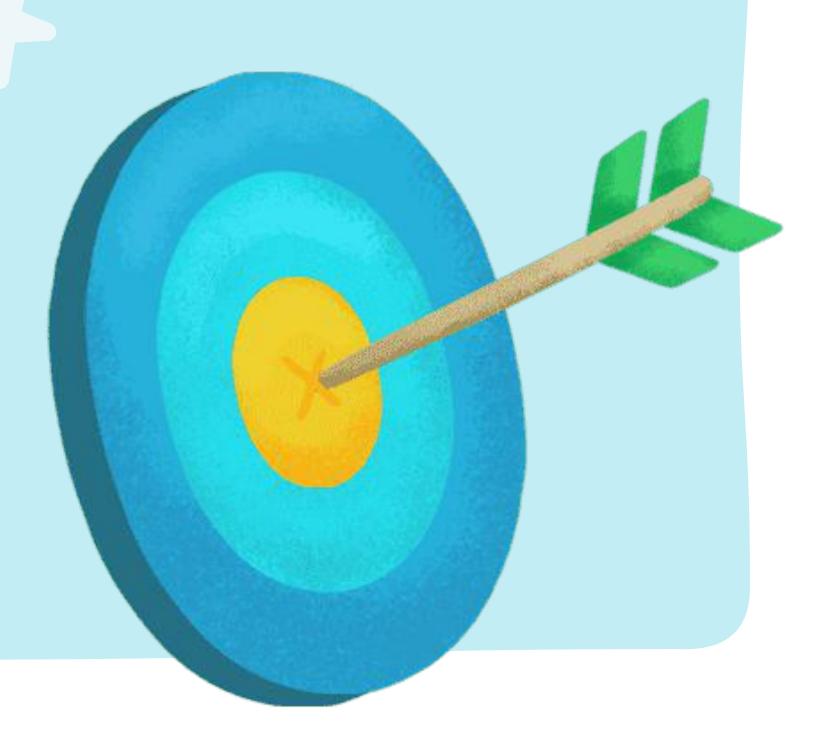
Louise dispose des compétences et de l'expérience pour remplir le rôle de Référente de mission, compte tenu non seulement de ses attributions au sein de l'entreprise mais aussi de sa connaissance du cadre légal. Elle a accompagné Yuka dans la détermination de sa mission lorsqu'elle exerçait en tant qu'avocate.



La Référente de mission a travaillé en concertation avec les trois cofondateurs afin de définir les indicateurs et les objectifs cibles pour l'accomplissement de la mission.



La feuille de route Andicateurs et objectifs cibles



Les objectifs statutaires de Yuka

Yuka s'est donné 4 objectifs sociaux et environnementaux :

- Sensibiliser le plus grand nombre à l'impact sanitaire, nutritionnel, et environnemental des produits, notamment alimentaires et cosmétiques
- Alerter les consommateurs sur les risques susceptibles de résulter des produits qu'ils consomment, en particulier lorsqu'ils contiennent des ingrédients, additifs ou composants faisant l'objet de controverses scientifiques remettant en cause leur utilisation
- Aider les consommateurs à faire de meilleurs choix pour leur santé et pour la planète, en leur proposant de manière indépendante des alternatives respectueuses de leur santé et/ou des enjeux environnementaux
- Encourager les entreprises à améliorer la composition de leurs produits pour les rendre plus sains et plus durables



Sensibiliser le plus grand nombre à l'impact sanitaire, nutritionnel et environnemental des produits

Cet objectif traduit l'essence même de la mission de Yuka. Il est essentiel d'informer le plus grand nombre de consommateurs sur les effets sanitaires, nutritionnels et environnementaux des produits qu'ils consomment au quotidien. Leur permettre de faire des choix plus éclairés et responsables contribuera à leur santé individuelle et la préservation de l'environnement.

L'accomplissement de cet objectif se traduit naturellement par l'accroissement du nombre d'utilisateurs et de scans.

| | 2023 (Etat des lieux N0) | 2024 (Cible N+1) |
|------------------------|------------------------------------|----------------------------|
| Nombre d'utilisateurs | 47 millions | 56 millions |
| Nombre de scans / jour | 3,6 millions | 4 millions |



Alerter les consommateurs sur les risques susceptibles de résulter des produits qu'ils consomment

Yuka défend et applique le principe de précaution : les consommateurs doivent être alertés de la présence d'ingrédients et additifs qui font l'objet de controverses scientifiques, même lorsque les risques sont seulement potentiels. Ceux-ci se voient affecter les niveaux de risque les plus élevés, auxquels sont associés les pastilles de couleur orange ou rouge.

Notre Ingénieure toxicologue, Zoé Kerlo, est chargée d'identifier les risques sanitaires et environnementaux des additifs alimentaires et ingrédients cosmétiques. Elle réalise également une veille active permettant d'identifier les nouvelles publications et mettre à jour les contenus scientifiques disponibles dans l'application.

Concrètement, Yuka réévalue chaque année le niveau de risque des additifs et ingrédients.

| | 2023 (Etat des lieux N0) | 2024 (Cible N+1) |
|--|------------------------------------|----------------------------|
| Nombre d'ingrédients / additifs réévalués | 130 | 137 |

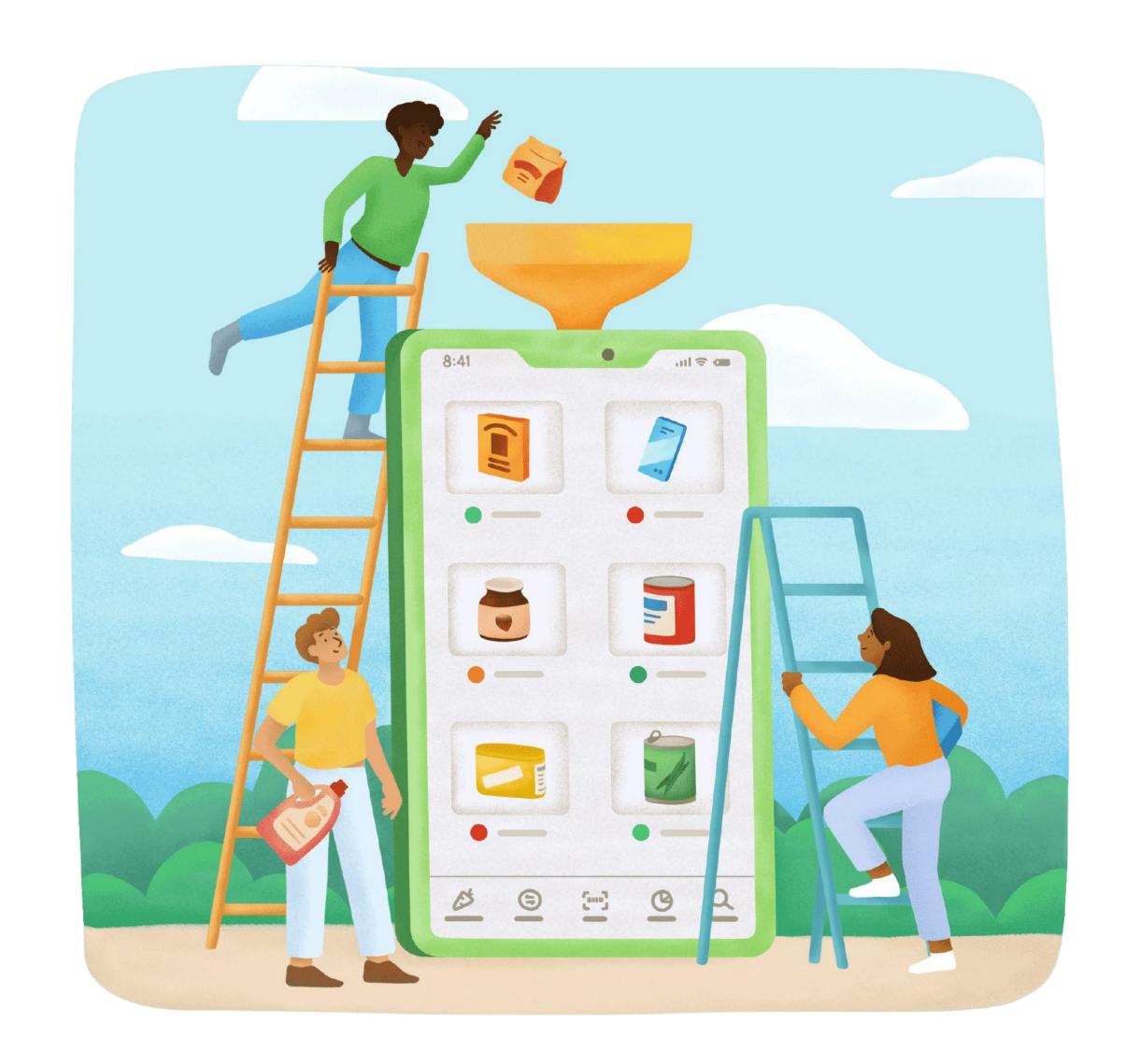


Aider les consommateurs à faire de meilleurs choix pour leur santé et pour la planète

Lorsqu'un produit est mal noté, Yuka propose de manière indépendante des alternatives respectueuses de la santé et/ou des enjeux environnementaux. Les produits alternatifs recommandés par Yuka sont régulièrement mis à jour et vérifiés par l'équipe du Service client, afin de s'assurer qu'ils sont les plus pertinents (i.e., le produit recommandé relève bien de la même catégorie).

En 2023, Yuka a lancé une nouvelle fonctionnalité : les classements des produits les mieux notés (disponibles en France et aux États-Unis uniquement). Il est prévu de proposer cette fonctionnalité dans d'autres pays où l'application est déjà présente, ainsi que créer de nouvelles catégories de classements - qui seront également régulièrement mises à jour.

| | 2023 (Etat des lieux N0) | 2024 (Cible N+1) |
|--|------------------------------------|----------------------------|
| Nombre de produits recommandés mis à jour / an | 24936 | 29 920 |
| Nombre de classements publiés / mis à jour / an | 50 | 60 |



Encourager les entreprises à améliorer la composition de leurs produits.

Cet objectif est également au coeur de la mission de Yuka. En apportant de la transparence sur la composition des produits, Yuka a permis une prise de conscience chez les consommateurs qui veulent prendre soin de leur santé et de la planète.

Cette prise de conscience a conduit à une nécessaire évolution des mentalités au sein des entreprises fabriquant ces produits, dont beaucoup ont compris qu'elles avaient un intérêt - essentiellement commercial - à améliorer leur composition. Certaines ont d'ailleurs témoigné de l'impact positif de Yuka dans la mesure d'impact réalisée en 2019.



Concrètement, plus il y a de produits notés sur Yuka et de marques qui y sont référencées, plus Yuka a un impact sur la composition de ces produits et sur leur amélioration par ces marques.

| | 2023 (Etat des lieux N0) | 2024 (Cible N+1) |
|---|------------------------------------|----------------------------|
| Nombre de produits notés sur Yuka | 3,7 millions | 3,8 millions |
| Nombre de marques référencées dans la base de données Yuka | 59240 | 62200 |

