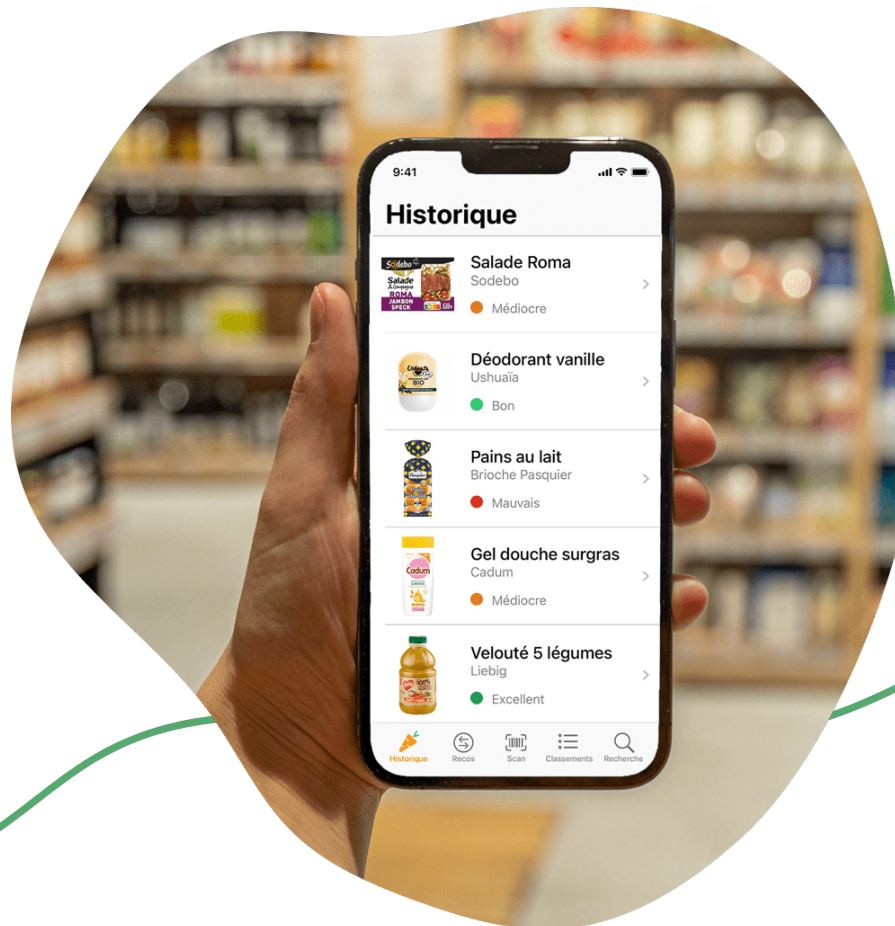




Yuka

# Rapport de mission

2024

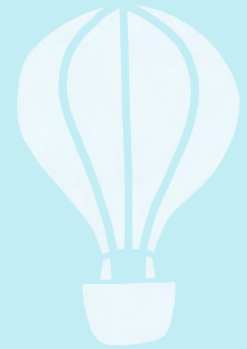


# Sommaire

|   |           |
|---|-----------|
| <b>La double mission de Yuka .....</b>                  | <b>3</b>  |
| La raison d'être statutaire .....                       | 4         |
| Une mission avec une double finalité .....              | 5         |
| <b>La Référente de mission .....</b>                    | <b>6</b>  |
| Présentation de notre Référente .....                   | 7         |
| <b>L'accomplissement de notre mission en 2024 .....</b> | <b>8</b>  |
| L'interpellation des marques .....                      | 9         |
| Yuka en 2024 – Faits marquants .....                    | 10        |
| Yuka en 2024 – Quelques chiffres .....                  | 11        |
| <b>La feuille de route .....</b>                        | <b>12</b> |
| Objectifs statutaires .....                             | 13        |
| Bilan de 2024 et priorités pour 2025 .....              | 14        |
| Objectif n°1 .....                                      | 15        |
| Objectif n°2 .....                                      | 16        |
| Objectif n°3 .....                                      | 17        |
| Objectif n°4 .....                                      | 18        |



# La double mission *de Yuka*







## La raison d'être *statutaire de Yuka*

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*

1

## **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 lorsque le produit a une mauvaise note.

2

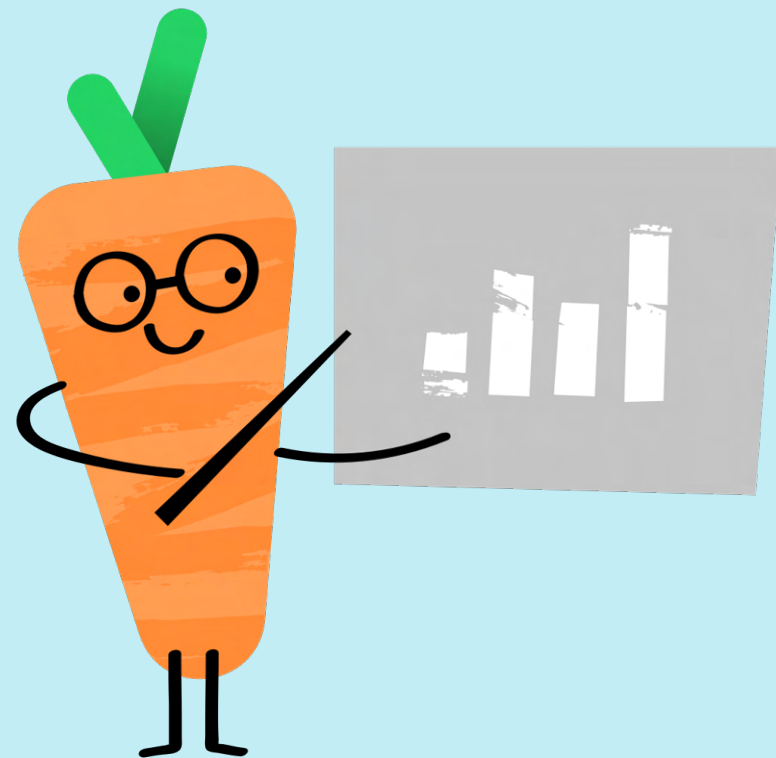
## **Redonner le pouvoir aux consommateurs afin qu'ils représentent un levier d'action.**

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 2024 une quinzaine 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.



En tant que Référente de mission, Louise a travaillé tout au long de l'année 2024 en concertation avec les trois cofondateurs au suivi de l'accomplissement des objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans les statuts de la société.

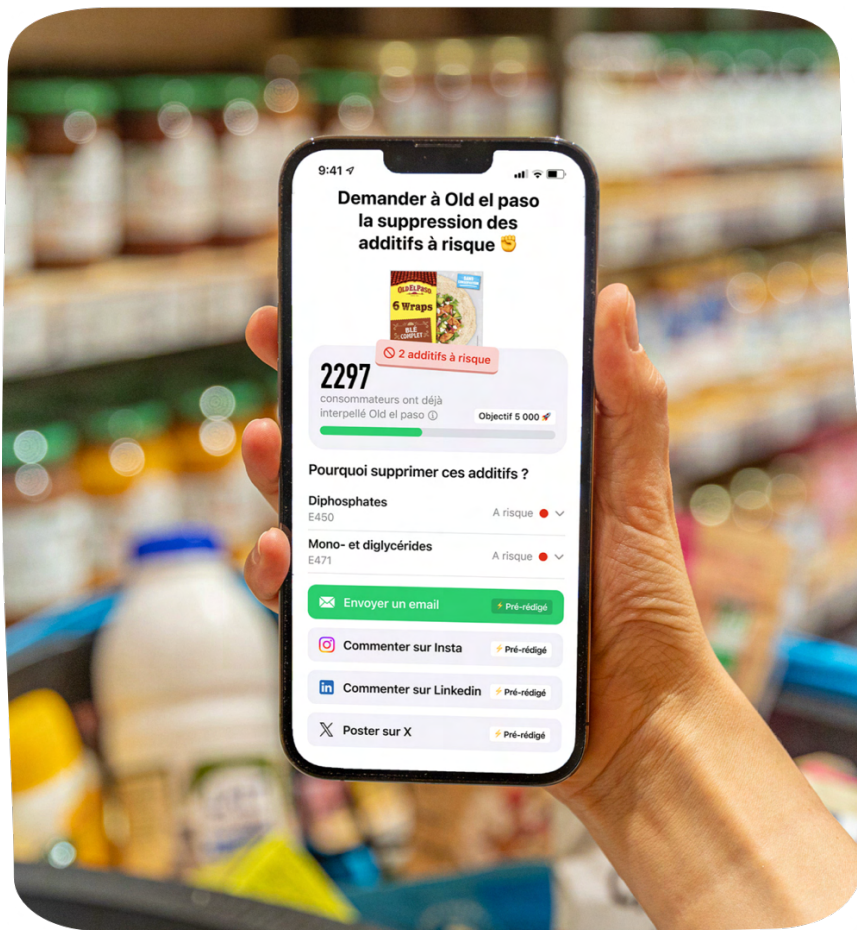




# L'accomplissement *de notre mission* *en 2024*







## Redonner le pouvoir aux consommateurs

### *Avec l'interpellation des marques*

En novembre 2024, Yuka a lancé en France et aux États-Unis une nouvelle fonctionnalité permettant d'aller encore plus loin dans l'accomplissement de sa mission : l'interpellation des marques.

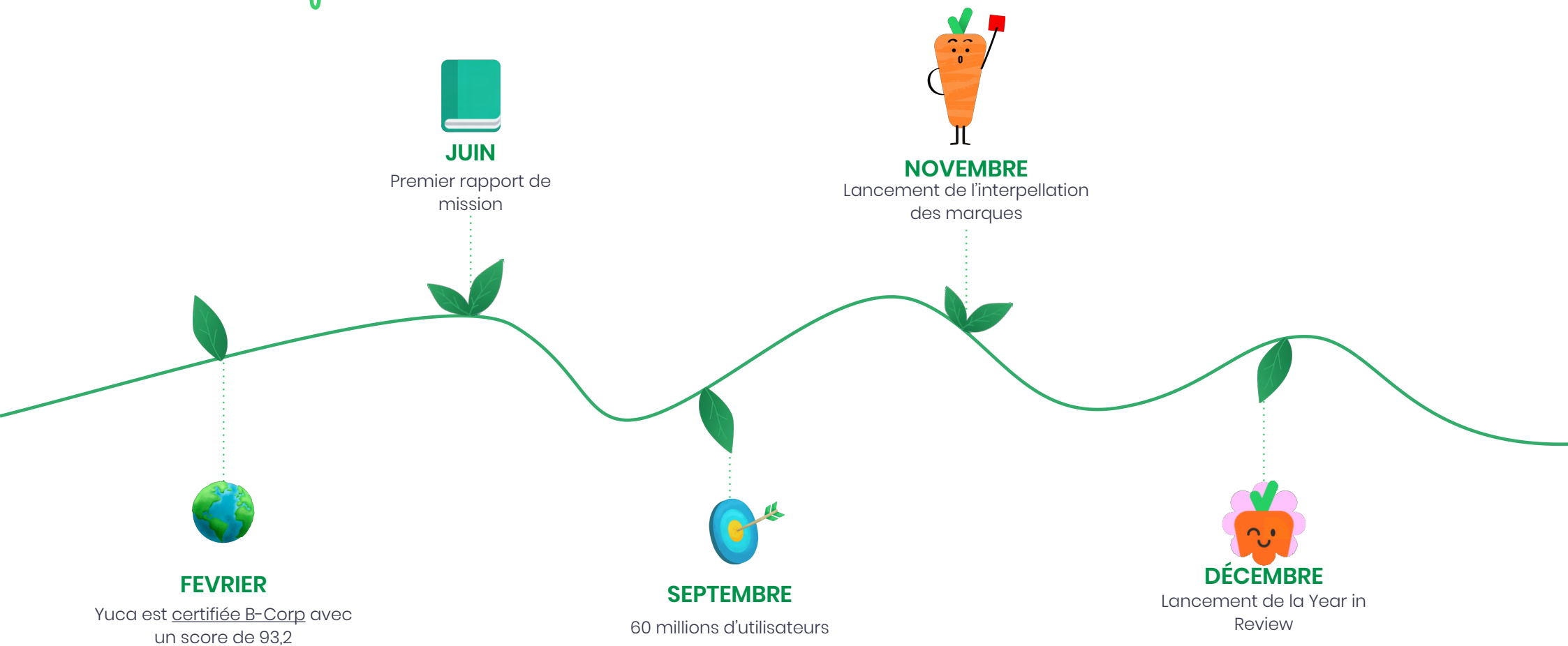
Lorsqu'un utilisateur scanne un produit qui contient un additif que Yuka évalue « à risque » pour la santé, il lui est proposé d'adresser à la marque un message pré-rédigé demandant de retirer cet additif du produit pour protéger la santé des consommateurs. L'utilisateur peut envoyer ce message par e-mail, le poster sur X ou, à partir de février 2025, en commentaire du dernier post de la marque sur Instagram ou LinkedIn.

Les consommateurs, qui auparavant auraient simplement reposé un tel produit, représentent désormais un levier d'action bien plus puissant en demandant directement à la marque d'améliorer son produit. Cette fonctionnalité d'Interpellation des marques s'inscrit ainsi pleinement dans l'accomplissement de la mission de Yuka, en redonnant encore davantage de pouvoir aux consommateurs et en favorisant un dialogue constructif avec les marques.



# Yuka en 2024

## Faits marquants



# Yuka en 2024

## *Quelques chiffres*

63

millions  
d'utilisateurs



215K

interpellations de  
marques



4,5

millions de produits  
notés



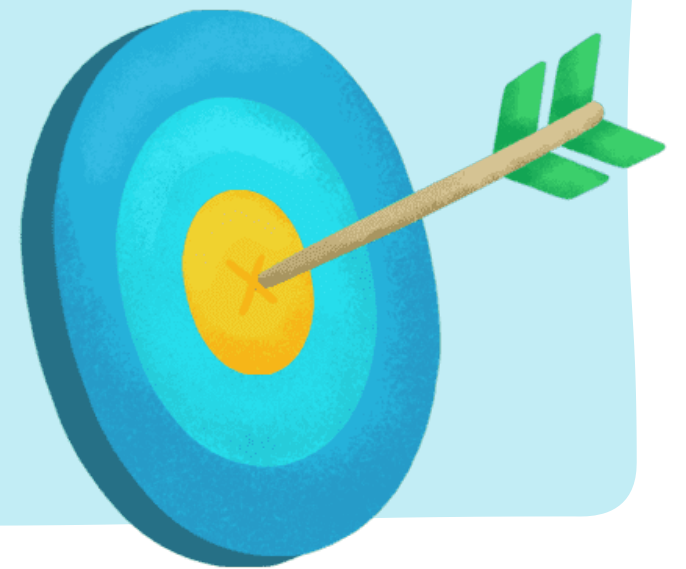
65

produits scannés  
chaque seconde



# La feuille de route

## *Bilan 2024 et cibles pour 2025*





# Les objectifs statutaires de Yuka

Yuka s'est donné 4 objectifs sociaux et environnementaux :

1. Sensibiliser le plus grand nombre à l'impact sanitaire, nutritionnel, et environnemental des produits, notamment alimentaires et cosmétiques
2. 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
3. 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
4. Encourager les entreprises à améliorer la composition de leurs produits pour les rendre plus sains et plus durables



# Comment Yuka a atteint ses objectifs en 2024 Et détermine ses priorités pour 2025

**Pour sa première année en tant que société à mission et grâce à la mobilisation de toute l'équipe, Yuka est fière d'avoir atteint – voire surpassé – tous ses objectifs cibles en 2024.**

Plusieurs facteurs y ont contribué :

- Le recrutement d'une nouvelle Ingénieure nutritionniste, Gabriela, qui a travaillé en binôme avec notre Ingénieure toxicologue. Leur travail en binôme a permis de dépasser largement le nombre de mise à jour et de réévaluation d'additifs et d'ingrédients cosmétiques qui avait été fixé.
- Le recrutement de nombreux freelances pour renforcer l'équipe service client, qui a décuplé sa disponibilité pour mettre à jour et vérifier les produits, en particulier ceux recommandés par Yuka.

En 2024, un nouvel indicateur a aussi fait son apparition : celui du nombre d'interpellation des marques.



**Pour 2025, Yuka compte continuer sur sa trajectoire de croissance.**

Nous avons fixé des objectifs ambitieux en nombre d'utilisateurs, de produits scannés et de mise à jour de produits recommandés. Grâce à la croissance exponentielle aux États-Unis, nous pourrions continuer à sensibiliser le plus grand nombre à l'impact sanitaire et environnemental des produits alimentaires et cosmétiques.



En cohérence avec le deuxième volet de notre mission, l'autre priorité de 2025 est d'étendre la fonctionnalité d'interpellation des marques à d'autres réseaux sociaux et d'autres pays - l'Italie et l'Espagne. Ce qui se traduit par un objectif cible d'interpellations élevé, que nous espérons atteindre grâce à la mobilisation de nos utilisateurs.

# Objectif n°1

## 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.

L'accomplissement de cet objectif se traduit naturellement par l'accroissement du nombre d'utilisateurs et de scans. Yuka a connu une très belle croissance en 2024, en particulier aux États-Unis mais aussi en Europe, et continuera ses efforts pour poursuivre cette trajectoire en 2025.

|                           | Etat des lieux<br>2023 | Cible<br>2024 | Etat des lieux<br>2024 | Cible<br>2025 |
|---------------------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|
| Nombre d'utilisateurs     | 47 M                   | 56 M          | 63 M                   | 76 M          |
| Nombre de scans /<br>jour | 3,6 M                  | 4 M           | 5,6 M                  | 6 M           |



## Objectif n°2

### 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 à l'état de suspicion. Ceux-ci se voient affecter les niveaux de risque les plus élevés, auxquels sont associés les pastilles de couleur orange ou rouge dans l'application.

Notre équipe scientifique, composée d'une Ingénieure toxicologue et d'une Ingénieure nutritionniste, est chargée d'identifier et de mettre à jour les risques sanitaires et environnementaux associés aux additifs et ingrédients cosmétiques.

L'objectif d'additifs et ingrédients réévalués a été largement dépassé en 2024, en raison des nombreux additifs revus dans le cadre de l'interpellation des marques. Yuka se fixe donc un objectif légèrement supérieur pour 2025.

|  | Etat des lieux<br>2023 | Cible<br>2024 | Etat des lieux<br>2024 | Cible<br>2025 |
|--|------------------------|---------------|------------------------|---------------|
| Nombre<br>d'ingrédients /<br>additifs<br>réévalués | 130                    | 137           | 172                    | 174           |





## Objectif n°3

### 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 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.

Les classements des produits les mieux notés, lancés en 2023, sont toujours uniquement disponibles en France et aux États-Unis pour le moment.

Les objectifs fixés pour 2024 ont été largement dépassés. Pour 2025, Yuka cible une nette progression concernant la mise des produits recommandés qui constitue une priorité par rapport aux classements, moins consultés.

|   | Etat des lieux<br><b>2023</b> | Cible<br><b>2024</b> | Etat des lieux<br><b>2024</b> | Cible<br><b>2025</b> |
|---|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|----------------------|
| Nombre de produits recommandés mis à jour / an  | 25 K                          | 30 K                 | 36 K                          | 44 K                 |
| Nombre de classements publiés / mis à jour / an | 50                            | 60                   | 68                            | 70                   |



# Objectif n°4

## Encourager les entreprises à améliorer la composition de leurs produits.

Cet objectif est également au cœur de la mission de Yuka. La prise de conscience, chez un grand nombre de consommateurs, de l'importance de la composition des produits alimentaires et cosmétiques a conduit à une nécessaire évolution des mentalités au sein des entreprises fabriquant ces produits. Beaucoup d'entre elles 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.



Yuka a surpassé les indicateurs fixés pour 2024 en terme de nombre de produits et de marques référencées. Les objectifs de 2025 restent stables, car les efforts se concentrent sur la nouvelle fonctionnalité d'interpellation des marques. Notre priorité est qu'un maximum d'utilisateurs s'emparent de cet outil et ouvrent directement un dialogue constructif avec les marques, afin de pousser celles-ci à améliorer leur produits.

|                                       | Etat des lieux<br><b>2023</b> | Cible<br><b>2024</b> | Etat des lieux<br><b>2024</b> | Cible<br><b>2025</b> |
|---------------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|----------------------|
| Nombre de produits notés              | 3,7 M                         | 3,8 M                | 4,5 M                         | 4,7 M                |
| Nombre de marques<br>référéncées      | 59 K                          | 62 K                 | 72 K                          | 75 K                 |
| Nombre d'interpellations<br>de marque | -                             | -                    | 215 K                         | 750 K                |

