



Rédigé par Mediatiko

Julie Chapon, Yuka : « Les industriels et les distributeurs doivent nous considérer comme une opportunité »

Scanner le code barre des produits pour connaître leur impact sur la santé, en voilà une bonne idée ! C'est ce que permet Yuka, l'application mobile d'analyse alimentaire et cosmétique totalement indépendante, devenue ultra-populaire en un temps record. Fondée par Julie Chapon, François Martin et Benoît Martin, l'application lancée en France en janvier 2017 rencontre un succès phénoménal. Disponible dans neuf pays et regroupant désormais plus de 16 millions d'utilisateurs, Yuka permet à sa communauté de mieux maîtriser sa santé. Mieux, elle bouscule les industriels.

En septembre 2019 Yuka a réalisé une mesure d'impact auprès de 132.000 utilisateurs afin de montrer son influence sur les comportements d'achat. Dans cette interview accordée à Mediatiko lors du salon Change Now, Julie Chapon nous explique que *« 92 % des utilisateurs déclarent reposer les produits en rayon lorsqu'ils sont notés rouges dans l'application »*.

21 grandes entreprises reconnaissent que Yuka les aide à améliorer leurs produits

La demande de transparence des individus apparaît comme une tendance de fond bien plus qu'un phénomène de mode. Voilà donc qui pousse les entreprises alimentaires et cosmétiques à s'adapter : *« Les industriels et les distributeurs ont plutôt intérêt à nous considérer comme une opportunité »*. Aujourd'hui, la demande des consommateurs se tourne vers des produits plus sains. Les industriels ont donc largement intérêt à s'adapter à cette évolution.

Dans la mesure d'impact réalisée par Yuka, 21 groupes industriels ou de distribution, tels que Nestlé, Unilever, Leclerc, Auchan ou Mondelez, affirment que la start-up française les pousse à améliorer leurs produits. Ils donnent même plusieurs exemples de produits qu'ils ont décidé d'améliorer grâce à l'application. « *Ils ont pris le pli de s'adapter* », affirme Julie Chapon. L'enseigne Intermarché s'est notamment engagée publiquement à supprimer 142 additifs sous l'impact de Yuka et à modifier la formule de 900 de ses produits. Chez Mediatico on adore.

« On peut créer de la valeur tout en ayant un impact positif sur la société ».

Yuka se montre aussi très fière de son modèle d'entreprise sociale, qui génère des revenus tout en ayant un impact positif sur la société. Bien que disponible en version gratuite, ses revenus sont générés par les services payants que propose l'application, tels qu'une version plus complète ainsi qu'un programme de nutrition. Enfin, Julie Chapon met un point d'honneur à défendre l'indépendance de l'application, son entreprise n'étant aucunement soumise à l'influence des marques et des groupes industriels.

Plus qu'une simple application, Yuka est un projet porteur de sens. En identifiant l'impact des produits alimentaires et cosmétiques sur la santé, l'entreprise promet à ses utilisateurs la transparence la plus complète possible sur la composition des produits qu'ils consomment. Yuka éclaire aussi les choix de consommation et elle dispose, grâce à son succès, d'un véritable pouvoir sur les industriels et les distributeurs en les incitant à opter pour des compositions plus saines. A l'évidence, « *on peut créer de la valeur tout en ayant un impact positif sur la société* », résume Julien Chapon.

Retrouvez la vidéo complète sur mediatico.fr