



Les Français scannent, l'industrie réagit : 78% des industriels prennent en compte la note Yuka dans la formulation de leurs produits

Huit ans après le lancement de Yuka en France, l'influence de l'application sur l'industrie agroalimentaire est désormais mesurable. Selon une étude Ifop, menée auprès de 200 professionnels du secteur agroalimentaire, Yuka est devenue un véritable moteur de la reformulation des produits alimentaires.

Paris, le 20 novembre 2025 - Après des années à faire confiance à l'industrie agroalimentaire, les Français reprennent le pouvoir sur le contenu de leurs assiettes. Mieux informés et plus exigeants, ils s'appuient sur des outils comme Yuka pour décrypter la composition des produits qu'ils consomment. Huit ans après son lancement, l'application est devenue un véritable levier d'action citoyenne. Selon une étude Ifop, menée auprès de **200 professionnels** du secteur, **78%** des industriels reconnaissent que leur note Yuka influence la formulation de leurs produits, et **41%** déclarent même prendre systématiquement en compte la note Yuka dans leurs processus de formulation. Parmi les industriels utilisant des additifs perçus à risque dans la plupart ou dans certains de leurs produits, ils sont **82%** à indiquer prendre en compte la note Yuka pour la formulation de leurs produits, dont **63%** systématiquement. La prise en compte de la note Yuka dans les processus de formulation confirme la place désormais centrale de l'application dans la transformation des pratiques de l'industrie agroalimentaire.

Une industrie en mutation sous l'action des consommateurs

La pression citoyenne sur la transparence et la qualité des produits bouleverse les priorités de l'industrie agroalimentaire. Pour **82%** des industriels, l'amélioration de la composition des produits s'impose comme une priorité, et près de la moitié (**45%**) la considèrent comme une priorité absolue. Ainsi, **96%** des entreprises déclarent avoir reformulé au moins une partie de leurs produits au cours des cinq dernières années, dont une majorité (**59%**) touchant la majorité de leur gamme. Et ces reformulations s'avèrent payantes : **98%** des industriels estiment que l'amélioration de leur note Yuka a eu un impact positif sur leurs ventes (les 2% restant indiquant un impact nul, et aucun industriel interrogé n'indiquant d'impact négatif).

Une mobilisation citoyenne qui pousse à l'action

Dans le prolongement de cette dynamique, Yuka ne se limite plus à informer : elle agit désormais comme un levier de mobilisation. Depuis un an, sa fonctionnalité d'interpellation des marques permet aux utilisateurs de contacter directement les entreprises utilisant des additifs à risque élevé (pastille rouge sur Yuka). En un an, plus de **1 million** d'interpellations ont été envoyées par email ou sur les réseaux sociaux.

Cette initiative citoyenne accélère le mouvement : **58%** des industriels concernés par cette fonctionnalité déclarent avoir supprimé, ou être en cours de suppression, de ces additifs.

*« Ces résultats prouvent que les consommateurs ont un réel pouvoir de transformation. En donnant accès à une information claire et indépendante, Yuka pousse l'industrie à revoir ses pratiques pour proposer des produits plus sains », déclare **Julie Chapon, cofondatrice de Yuka.***

L'étude confirme ainsi que Yuka n'est plus seulement un outil d'information, mais un véritable moteur de transformation du secteur.

[Lien vers l'étude Ifop](#)

Méthodologie de l'enquête : enquête online Ifop, réalisée du 21 août au 8 septembre 2025, auprès d'un échantillon de 200 professionnels du secteur agroalimentaire, travaillant sur des produits semi-transformés ou transformés (hors produits bruts non transformés exclusifs). L'échantillon a été structuré sur plusieurs critères dont : le secteur de l'entreprise, sa taille, et la fonction occupée par l'interviewé(e). Cette enquête s'inscrit dans la continuité du baromètre propriétaire « Ifop Food Ingrédients », qui mesure l'attention que les Français portent à la composition des aliments et aux sources d'informations qu'ils utilisent pour l'évaluer.

A propos de Yuka :

Créé en 2017, [Yuka](#) est un projet à impact 100% indépendant. L'application permet de scanner les code-barres des produits alimentaires et cosmétiques afin de connaître leur impact sur la santé, dans l'objectif d'apporter plus de transparence sur la composition des produits et d'aider les consommateurs à faire de meilleurs choix pour leur santé. L'application compte aujourd'hui plus de 75 millions d'utilisateurs dans le monde, dont 21 millions en France.

A propos du groupe Ifop :

Fondé en 1938, l'Ifop est le pionnier de la méthode des sondages et le premier institut à avoir mené des enquêtes d'opinion publique en France. Devenu un acteur international, le groupe est spécialisé dans la connaissance des consommateurs et des citoyens. L'Ifop place l'humain, l'expertise et l'objectivité au cœur de sa démarche pour décrypter les attentes et comportements.

CONTACTS



OPHELIA BIRSCHWALE

Relations Presse
ophelia@yuka.io
+33 6 60 20 32 92



VIRGINIE HUET-DELMOTTE

Directrice d'Expertise Consumer & Retail
Virginie.Huet-Delmotte@ifop.com
+33 6 68 00 07 85