Yuka répond à l'appel d'Emmanuel Macron en lançant son éco-score

Le Président de la République avait fait part de sa volonté de voir naître rapidement un "Yuka du carbone" pour sensibiliser les consommateur·rice·s et encourager les bonnes pratiques. Quatre mois plus tard, jour pour jour, la startup répond à cet appel avec son éco-score.

Temps de lecture : minute

---

16 avril 2021

Mise à jour d'un article du 15 décembre 2020

À l'occasion d'un débat de trois heures avec les 150 membres de la Convention Citoyenne le 14 décembre 2020, Emmanuel Macron avait pris un engagement : la tenue d'un référendum sur l'introduction de la défense de l'environnement dans la Constitution. Une autre réponse était passée plus inaperçue mais elle n'engageait pas moins le Président de la République dans son implication dans la lutte contre le réchauffement climatique et la réduction de l'empreinte carbone du pays. Et pour ce faire, il avait utilisé le nom d'une startup française, Yuka:

"*Un 'score carbone' pour évaluer l'impact environnemental des produits ? J'y suis favorable. Nous pouvons créer ensemble le @YukaApp du carbone !*"

> *Un « score carbone » pour évaluer l'impact environnemental des produits ? J'y suis favorable.*

> *Nous pouvons créer ensemble le @YukaApp du carbone !*
>
> *— Emmanuel Macron (@EmmanuelMacron) December 14, 2020*

Quatre mois plus tard, la startup dont l'application a été téléchargée plus de 10 millions de fois, ajoute celle nouvelle fonctionnalité.La création de son éco-score s’inscrit dans le cadre de l’expérimentation lancée par le gouvernement afin de mettre au point un étiquetage environnemental. Celui-ci est analysé à partir de plusieurs critères comme : les émissions de gaz à effet de serre, les émissions de particules fines, la consommation d'eau ou encore l'acidification de l'atmosphère qu'il engendre. En fonction des résultats, une petite feuille - verte, jaune, rouge - souligne l'impact environnemental du produit.

La méthodologie a été proposée conjointement par 11 acteurs du numérique : Yuka, Open Food Facts, Etiquettable, Marmiton, ScanUp, Foodchéri, La Fourche, Eco2 initiative, Frigo Magic, Seazon et Karbon, précise l'entreprise dans un communiqué de presse.

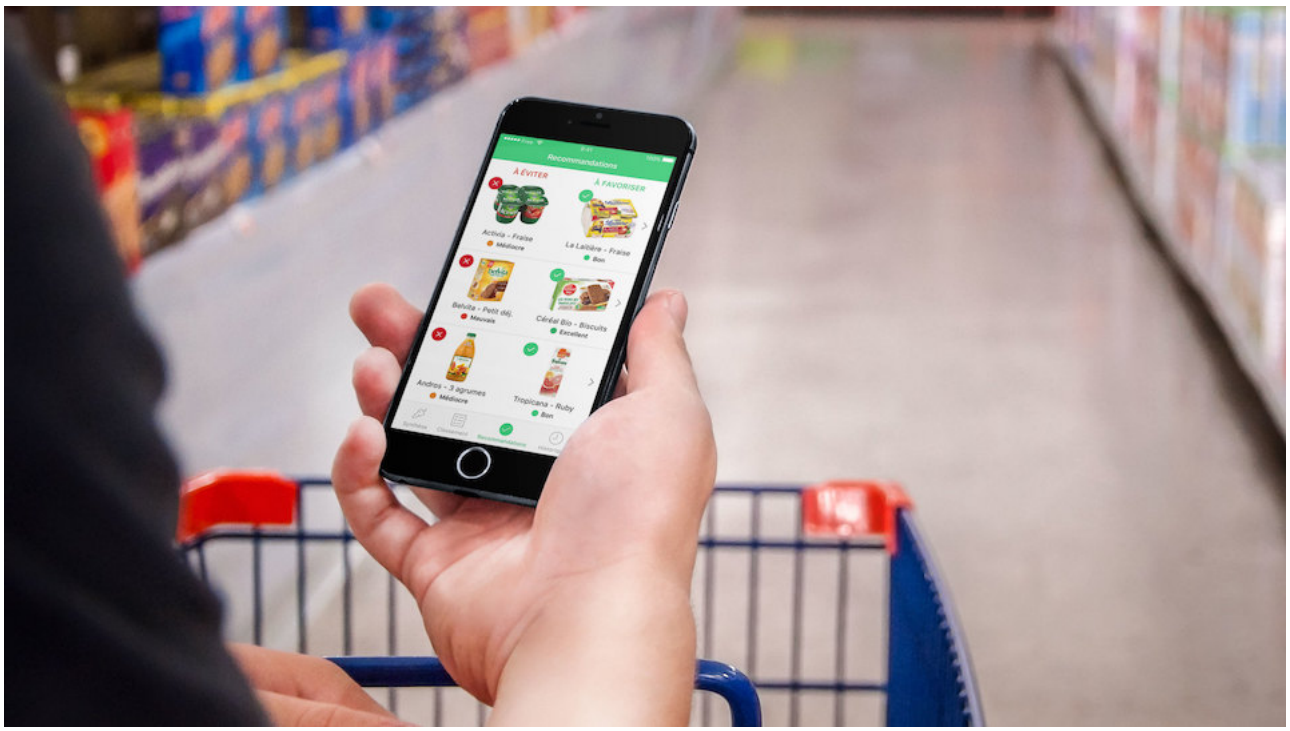
Karbon a déjà analysé un million de produits

Des startups et des associations se sont déjà lancées sur le sujet sans attendre l'appel d'Emmanuel Macron ou cette nouvelle fonctionnalité de Yuka. Karbon propose déjà un tel service. L’entreprise lilloise se fonde sur les données d’Agribalyse, d’Open Food Facts, d’Alkemics et d’Ethic Ocean pour analyser et calculer l’empreinte écologique de chaque produit. Sont pris en compte la quantité de carbone émise, la qualité de l’emballage, le respect des océans, l’impact sur la déforestation et l’obtention d’un

éventuel écolabel. La société indique avoir déjà analysé la "qualité" écologique d’un million de produits. Et contrairement aux idées reçues, un produit bio n’est pas forcément bon pour la planète ! "*La réglementation biologique aujourd'hui est totalement insuffisante*" ,rappelait l’ingénieur agronome Christophe Brusset dans une interview en octobre dernier à Konbini.

Connaître son impact carbone global

D’autres entreprises et associations permettent également de mieux comprendre l’impact global de nos attitudes de consommation — alimentation, transport et voyage — sur la planète.



À lire aussi
Yuka analyse ce qu’il y a dans votre assiette pour vous aider à manger sain

Ainsi, l’application Greenly, lancée en 2019 par Alexis Normand et Matthieu Vegreville, avec Arnaud Delubac, calcule le coût écologique de nos achats en se synchronisant sur nos relevés bancaires. Les

algorithmes développées par la startup s'appuient sur les données de l'Ademe (Agence de la transition écologique) pour les produits de grande consommation et sur les rapports RSE des grandes entreprises pour les marques.

L’application Carbo fonctionne sur le même principe en utilisant les calculs de l’Ademe, de la Banque mondiale et de l’index Aland. Elle utilise deux autres critères supplémentaires : la catégorie des commerces visités (comme par exemple un supermarché bio ou un supermarché traditionnel) mais aussi le renseignement des préférences alimentaires de l’utilisateur (végétarien, végétalien…). Des associations ou des fondations comme celle de Yann Arthus-Bertrand (Good Planet) proposent aussi d'effectuer ce type de calcul.

L’enjeu ici n’est pas la culpabilisation mais bien la sensibilisation. Ces structures, startups comprises, ne font pas que constater mais proposent aussi des solutions (défis, alternatives, bons plans) pour modifier nos comportements et réduire notre impact sur la planète. L'arrivée d'un scoring "environnemental" pour les produits transformés pourrait être un bon point pour offrir plus de transparence aux consommateur·rice·s mais sans doute pas le seul levier à activer pour améliorer la situation.

Si le Président Emmanuel Macron a voulu montrer sa détermination à lutter contre le fléau qui nous guette depuis tant d’années, force est de constater que les startups et les associations ne l’ont pas attendu pour entamer ce combat, seules, sans un soutien très vigoureux du gouvernement. En revanche, avec cette annonce, l'État vise peut-être à encourager la transparence des grandes entreprises et des marques.

Article écrit par Anne Taffin