

Les lauriers de la régénération



LES LAURIERS DE LA RÉGÉNÉRATION 2025

<https://noussoyonsvivants.co/les-lauriers-de-la-regeneration/>

LES PARTENAIRES DES LAURIERS 2025

LES MOUVEMENTS



perma
entreprise



L'Écologie
culturelle

LES NOUVEAUX
géants.



Tek4life

ADETEM

Le 1er réseau du marketing



THE GOOD GOODS



REGENESIS INSTITUTE
for Regenerative Practice

IMPACT TANK

Entreprendre pour

Régénérer

Université
de la terre



ACTFOR GLOBAL IMPACT



LES CONSULTANTS



rivaje



TRIBALEO

**Ceebios
bartle**

open lande

NOUS
SOMMES
LE
FUTUR

LES ATELIERS

THE WEEK



Entreprendre
pour
le vivant

la Fresque de
l'Économie
Circulaire

FRESQUE DE
l'entreprise
régénérative

Fresque
de la Biodiversité

Fresque du bonheur
durable et partagé

Jouez pour devenir et rendre un peu plus heureux.

Fresque des
Organisations
Responsables

LES FONDS A IMPACT

**citizen
capital**



**RING
CAPITAL**



**Lab
France**

**biomim
expo**

by NewCorp Conseil

hi
**Human for
impact**



RESTORE
la biodiversité, ensemble

LES CERTIFICATIONS



Regenerative
Organic
Certified™

demeter



Entrelacs

La régénération du vivant portée par les offres

CORPORATE REGEN

CSR ANNOUNCEMENTS & BUSINESS AS USUAL



REGEN PRODUCTS

REGENERATION IS EMBEDDED IN THE BUSINESS MODEL



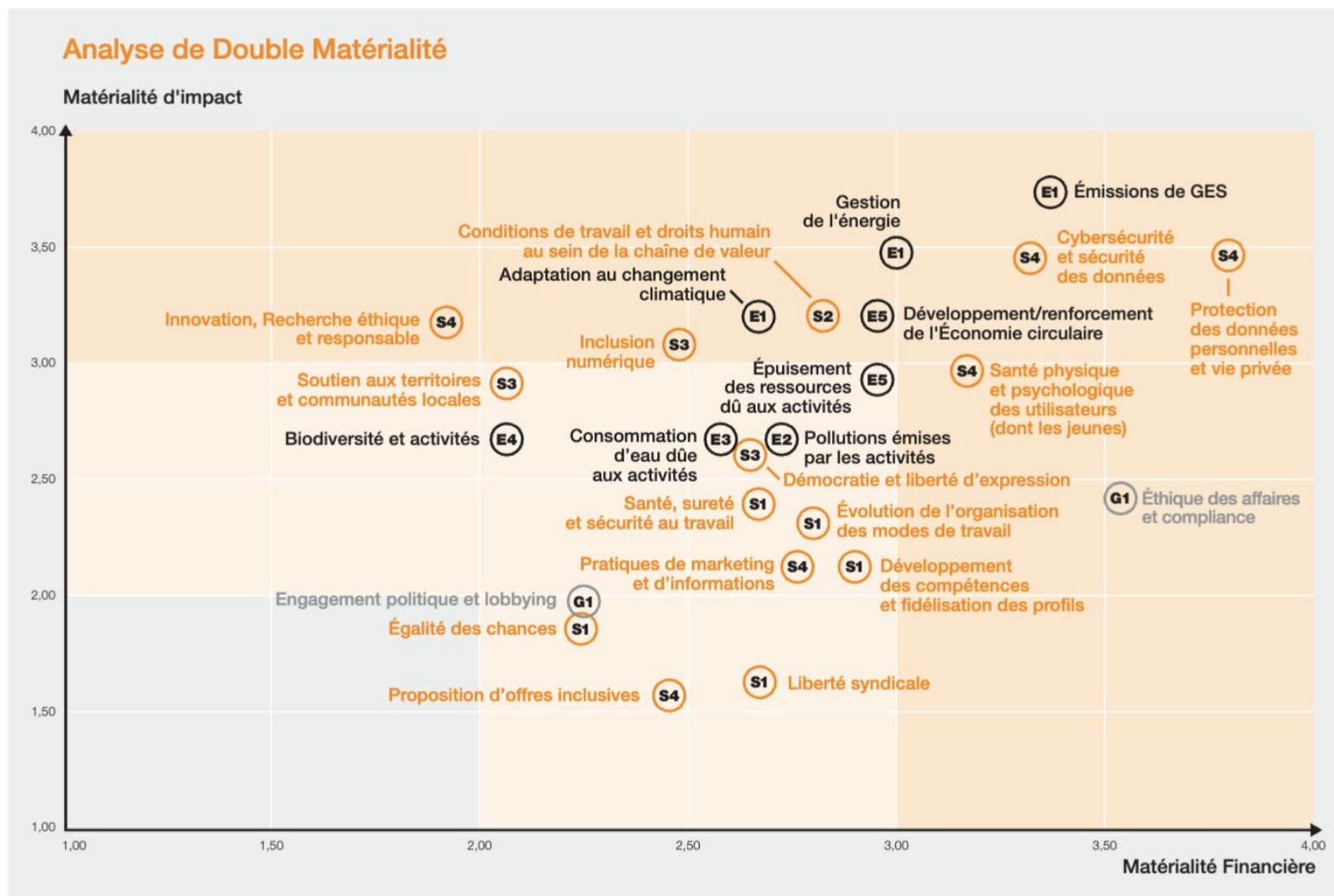
C'EST POSSIBLE DE RÉGÉNÉRER LE VIVANT VIA LA CONCEPTION RÉGÉNÉRATIVE

Les lauriers de la régénération



La régénération du vivant au coeur de la CSRD

La matrice de double matérialité d'Orange en 2023 qui alimente le processus de CSRD



Quels sont les indicateurs du vivant ?

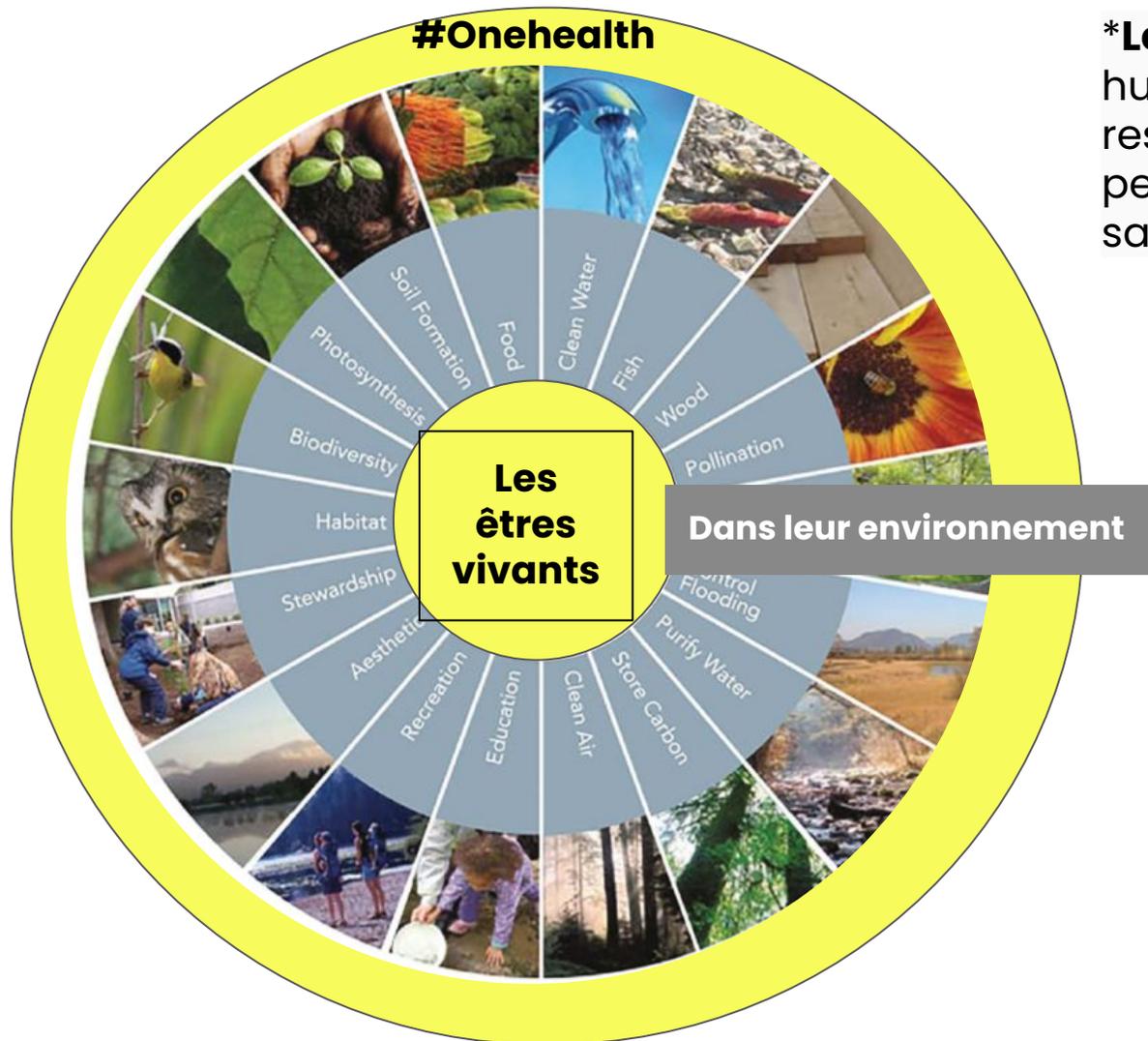
LIMITER

PRÉSERVER

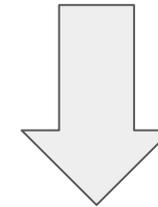
RESTAURER

RÉGÉNÉRER

La régénération = donner aux êtres vivants (dont les humains) les ressources leur permettant d'être en capacité d'atteindre leur plein potentiel dans leur environnement*.



***Les services socio écosystémiques** rendus par les humains en connexion avec la nature visent à restaurer les ressources vitales au vivant dans la perspective de mieux vivre tous ensemble sur terre, sans exclusion



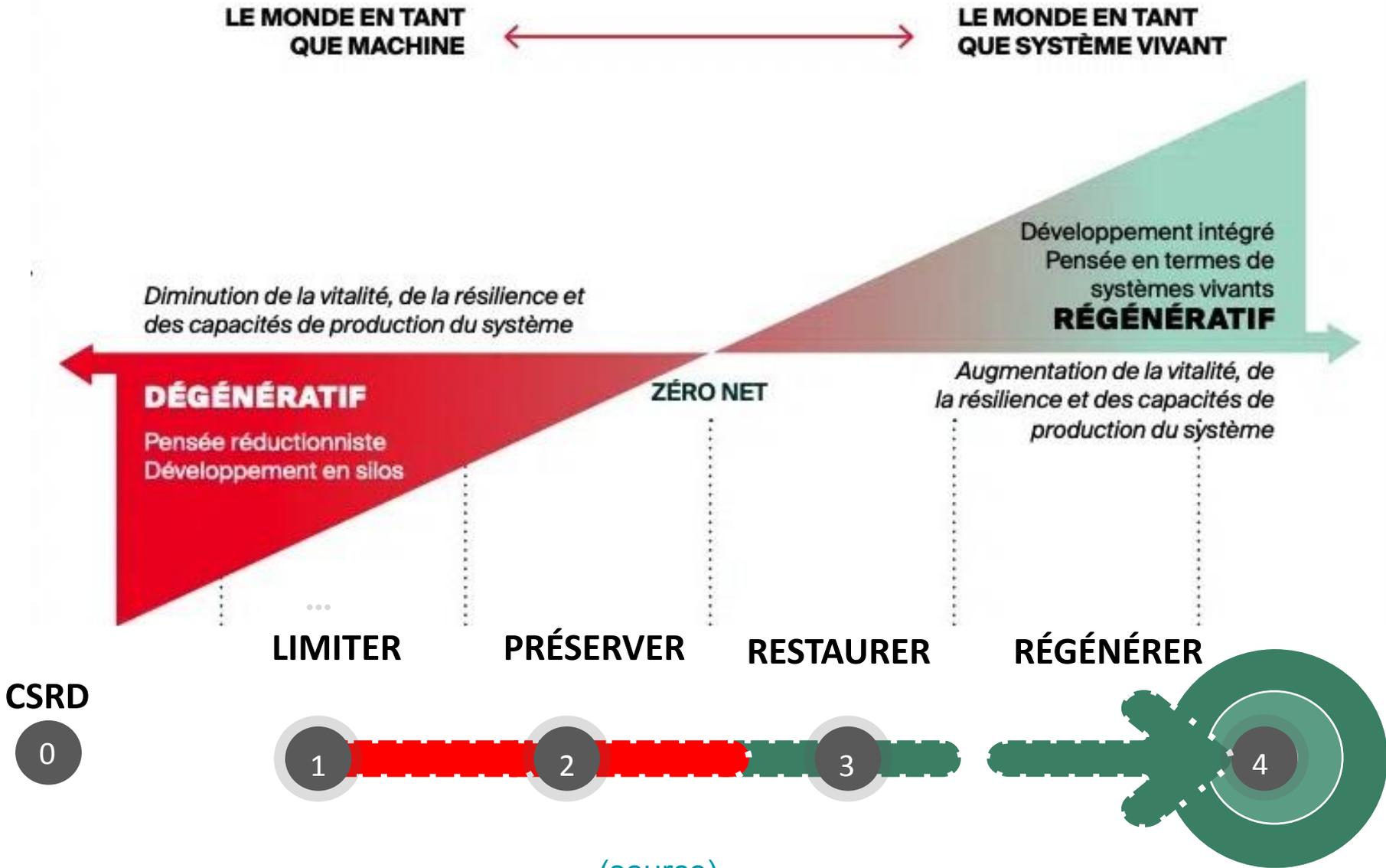
= forment des écosystèmes localisés

L'écosystème c'est le milieu au sein duquel biotope (environnement) et biocénose (êtres vivants) interagissent. Il est par convention à l'équilibre.

Une définition émerge en 2005 du vivant: « **Est vivant tout système autonome pourvu de capacités évolutives ouvertes** », comme l'écrivent J. Pereto, J. Catala et A. Moreno dans un article publié en 2005 dans la revue La Recherche.



Le chemin vers l'entreprise régénérative via l'innovation



(source)

Atteindre la régénération **au delà du net zéro impacts négatifs***

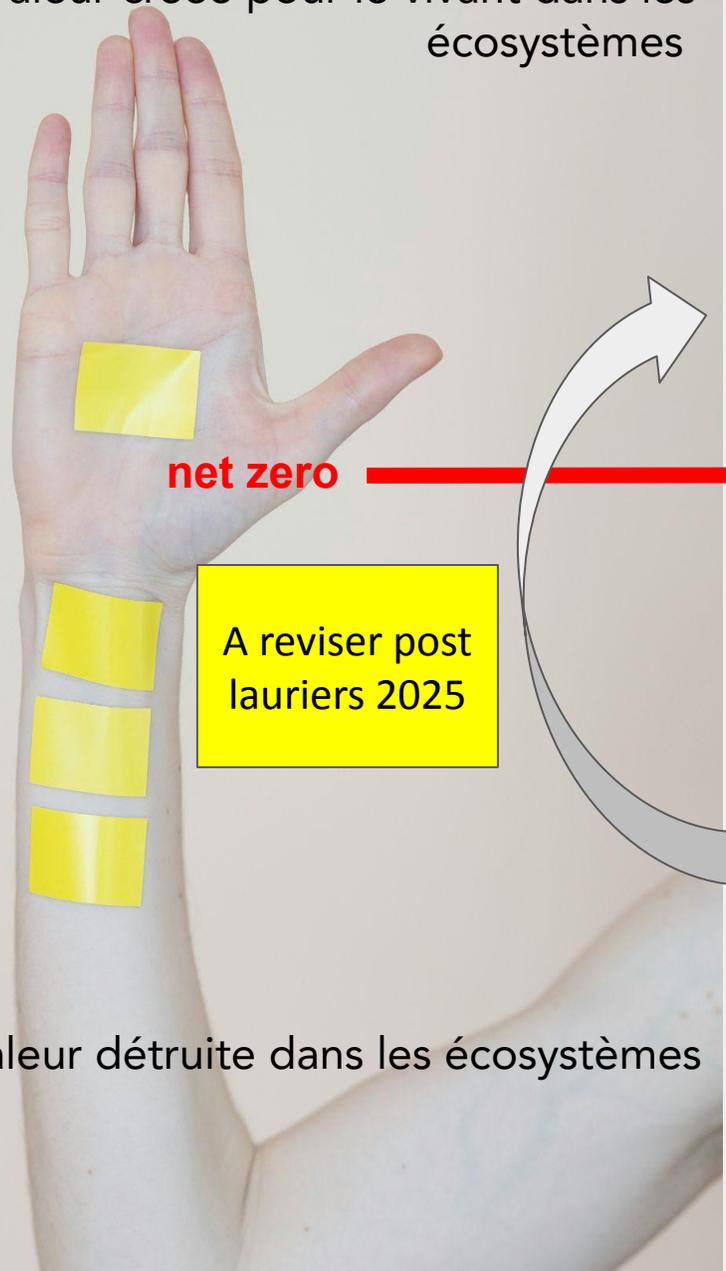
Valeur créée pour le vivant dans les écosystèmes

Démarches d'éco socio conception régénératives visant l'augmentation des capacités du vivant humain et non humain dans des écosystèmes localisés. Ex de labels / certifications multicritères regen : nutri score, planet score, cyclo score...



Régénérer

Augmenter les contributions +



Réduire les impacts -

Valeur détruite dans les écosystèmes



Restaurer



Préserver



Limiter

Capture carbone

Qualité eau / air

Vitalité de la Biodiversité

Qualité de de vie

Alimentation

Electronique

Architecture

Agriculture Biologique

Label BIO

Appareil Reconditionné

Label RecQ

Bâtiment Rénové

Certification HQE

Normes CSRD / ISO 26000 / ISO 14006 ...

Réduction carbone

Pollution eau / air

Pressions Biodiversité

Conditions de travail

Démarches d'éco conception visant la réduction de l'exploitation des ressources naturelles dans des écosystèmes sains.

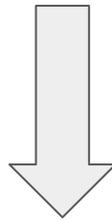
***Au niveau d'un produit/service**



Compter ce qui compte

La grille de reporting au niveau d'un produit / service.

Choisir de rendre des services socio-écologiques sur la base des indicateurs CSRD.



Mesure et suivi de l'ambition régénérative

Wilderness-Based Checklist for Design

ÉVALUATION DU PROGRÈS vers la régénération des lieux prospères

Objet de l'évaluation

	vers la dégradation				vers la régénération				
	-100 toujours	-75 habituellement	-50 parfois	-25 à peine	+25 à peine	+50 parfois	+75 habituellement	+100 toujours	
pollue l'air pur									purifie l'air
émet du carbone									capture le carbone
pollue l'eau potable									rend l'eau potable
gaspille l'eau de pluie									conserve l'eau de pluie
ne produit pas de nourriture									produit sa propre nourriture
détruit les sols fertiles									génère des sols fertiles
gaspille l'énergie solaire									utilise l'énergie solaire
ne stocke pas d'énergie solaire									stocke l'énergie solaire
consomme de l'énergie de manière disproportionnée									consomme de l'énergie de manière équitable
importe toute son énergie									exporte de l'énergie
rompt le silence									crée le silence
déverse ses déchets sans les utiliser									consomme ses propres déchets
a besoin de nettoyage et de réparations									s'entretient lui-même
ne tient pas compte des cycles de la nature									s'harmonise avec les cycles de la nature
détruit l'habitat de la faune									crée un habitat pour la faune
détruit les milieux de vie humains									crée un milieu de vie humain
intensifie le climat local									modère le climat local
est laid									est beau
décourage les interactions communautaires									encourage les interactions communautaires
est exclusif sur le plan social et écologique									est inclusif sur le plan social et écologique
est un mauvais voisin									est un bon voisin

pointage négatif
possibilité de -2 100

pointage positif
possibilité de +2 100

pointage final

© Malcolm Wells, 1969
avec modifications
SBSE © Québec, 2009

La conception régénérative

Méthode pour nouveaux produits ou redesign des offres

[DÉCOUVRIR LA MÉTHODE ICI](#)



Les lauriers de la régénération 2024



[Découvrir les lauréats de l'édition 2024 des lauriers de la régénération : ICI](#)

LES LAURIERS 2024

ALIMENTAIRE : OMIE | CRACKERS À L'EMMENTAL
ALIMENTAIRE : BIO & LO | LES YAOURTS BIOLOGIQUES,
FERMIERS ET EN VRAC
LES ALCOOLS : LES VINS OÉ
LES INFUSIONS : JARDINS DE GAIA | TOUS LES THÉS
LES CAFÉS : L'ARBRE À CAFÉ | LES CAFÉS BIO
LES COSMÉTIQUES : ÉCLO | SÉRUM SOIN
SUBLIMATEUR
LA MODE : LAINES PAYSANNES | TEXTILES
LES MEUBLES : CARBONE14.STUDIO | LA CHAISE QUI
CACHE LA FORÊT
L'ESS : ENTRAIDE 18 | ACTIVITÉS DIVERSES
LE TOURISME : LA FENIÈRE | LE RESTAURANT
GASTRONOMIQUE
L'URBANISME : TRANSITIONS LIMOUSINES | LE PTE LIM
CULTURE : L'ÉCOLOGIE CULTURELLE | LES MAISONS DE
L'ÉCOLOGIE
MEDIA | FORÊT CITOYENNE | LE PODCAST NOUS
SOMMES FORÊT
FINANCE | MILPA

LES COUPS DE COEUR 2024

LES ALCOOLS : ALCOOLS VIVANTS | LES GINS
LES INFUSIONS : L'ESPRIT DES SIMPLES | TOUTES LES
PRÉPARATIONS
LES COSMÉTIQUES : EXPANSCIENCES | GAIALINE
LA MODE : SASU TEXTILE PYRÉNÉES | MONT VALIER
LES MEUBLES : NME STUDIO | LES TISSUS POUR LA
MAISON BIO
L'ESS : LES ALCHIMISTES | COMPOST
L'ESS : LES COLS VERTS | FORMATIONS À
L'AGRICULTURE URBAINE
LE TOURISME : LES OASIS | L'OFFRE DE VACANCES
EN ÉCOLIEU
L'URBANISME : LA PERMACULTURELLE |
COWORKING
CULTURE : NATURE PROFONDE | LES EXPÉRIENCES
CONÇUES AVEC LES GARDIENS DE LA FORÊT
MEDIA | LA THÉORIE DU BOXEUR
MEDIA | SATOR
FINANCE | FEVE
FINANCE | RESTORE.

Pépité : HUMO SAPIENS



LES LAURIERS DE LA RÉGÉNÉRATION

Déposer un dossier

Les lauriers de la régénération

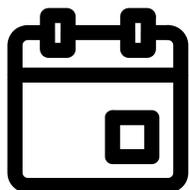


Notre proposition aux acteurs de la régénération

Réunir l'écosystème Français des acteurs de la régénération. Avec :



Mise en lumière les marques ayant mis sur le marché des produits et services issus de pratiques régénératives ou collectivités locales ayant mené à terme un projet régénératif du vivant en France via son jury qui délibèrera.



L'échange de bonnes pratiques avec les organisations qui souhaitent se lancer dans la régénération et celles déjà bien avancées. En posant un cadre sur le régénératif et en proposant des outils permettant de réussir ses projets régénératifs

Candidater aux lauriers de la régénération

Nous proposons aux organisations pionnières de la régénération de déposer un dossier de candidature qui sera soumis à un jury pour sélectionner celles le plus à même d'inspirer d'autres organisations dans plusieurs secteurs d'activité.

Exemples issus d'offres régénératives du vivant

- Les marques ayant lancé des produits ou services régénératifs en France : les lauriers de la régénération 2024 Plus largement les marques à visée régénérative en FRANCE (ICI).
- Focus sectoriels marques et produits régénératifs en France : l'alimentation régénérative, la mode régénérative, la beauté régénérative, le vin et champagne régénératifs et le chocolat bio et régénératif Autres secteurs avancés sur la régénération en France : le tourisme régénératif et l'architecture régénérative (dont la construction). Focus startups : les starts ups à impact dans le secteur alimentaire font partie de la solution.
- Les marques qui ont lancé des produits régénératifs aux USA (LA). Et le détail en 5 parties
 - a. PART 1 – THE CLIMATE SOIL STORY
 - b. PART 2 – POSITIVE FOOD FROM REGENERATIVE AGRICULTURE
 - c. PART 3 – LOCAL REGENERATION
 - d. PART 4 – RECONNECTING WITH NATURE
- Raconter l'histoire régénérative complète : le concept régénératif sur les produits et l'implication de toutes les parties prenantes ICI
- La marque pionnière de la régénération PATAGONIA : quel plan de transformation cadrée par la triple comptabilité ICI
- Focus transformation : donner un siège à la nature et aux générations futures au sein de son conseil d'administration et le leadership régénératif

Pourquoi candidater aux lauriers de la régénération



- Valoriser les impacts de vos produits et les démarches engagées
- Rencontrer et échanger avec d'autres acteurs engagés
- Bénéficier d'une mise en visibilité au sein de notre réseau

Candidater aux lauriers de la régénération – France

Peuvent candidater gratuitement les marques, structures, organisations qui ont des produits ou services issus de pratiques régénératives déjà commercialisés sur le marché ou des projets sur un territoire (bien que des catégories pépète et international existent).

Les critères d'éligibilité sont :

- Pratiques régénératives mises en place
- Limitation des impacts négatifs proche de zéro
- Impacts contributifs constatés à la fois sur la nature ET les humains
- Résultats économiques constatés
- Engagements avérés, impacts mesurés et certifiés
- Gouvernance des parties prenantes pour juste partage
- Clarté sur les services socio écosystémiques visés avec une filière / coalition
- Localisation territoriale de la chaîne de valeur et des impacts

CANDIDATER AUX LAURIERS DE LA RÉGÉNÉRATION

Remplir le formulaire avant le 01/06/2025

Les catégories des lauriers de la régénération*

*non exhaustif

A AGRICULTURE

B ALIMENTATION

C BANQUE/ASSURANCE

D ALCOOLS

E ARCHITECTURE

F COSMETIQUES

G CULTURE

H EDUCATION

I INDUSTRIE

J FINANCE

K TEXTILE

L NUMERIQUE

M ESS

N JOUETS

O TOURISME

P START UP

Q TERRITOIRE

R INTERNATIONAL

[CANDIDATER AUX LAURIERS DE LA RÉGÉNÉRATION](#)

Le jury 2025

LES LAURIERS DE LA RÉGÉNÉRATION

- [Thomas Busuttil](#), Dirigeant La 5ème Saison, Expert innovation et business models régénératifs, Stratégie RSE
- [Sarah Dubreil](#), Entrepreneurse / chercheuse circl.earth, Co autrice « Understanding regenerative approaches » pour BPI Le Lab
- [David Garbous](#), Président Collectif En Vérité et fondateur de Réussir Avec Un Marketing Responsable
- [Marceau Guérin](#), Designer de systèmes vivants, OMG
- [Fabrice Bonnifet](#), Président du C3D, Président de GenAct, Auteur & Conférencier, #RSE
- [Vaia Tuuhia](#), Directrice de Climate Chance et l'Entreprise Symbiotique, Experte en économie circulaire et de la fonctionnalité
- [Alain Renaudin](#), Fondateur de Biomim'expo, Président de NewCorp Conseil, Ambassadeur de la Nature Inspirante
- [Anna Le Faouder](#), Equipe CEC et Regen Ecosystem, Fondatrice de CO DOING, Conseil en transformation socio-écologique
- [Philippe Schiesser](#), Expert en écoconception, Directeur d'Ecoeff Lab, animateur du GT Regen by Design, Fondateur #interscores
- [David Amar](#), expert cradle to cradle, Nous sommes le futur

Le jury 2025

La grille du jury

catégorie	Dossier	Produit / service	NOTRE GRILLE D'ANALYSE					EN OPTION
			Impacts négatifs limités : ressources et vivant	Impacts contributifs nets sur l'environnement (contribue à rendre son secteur ou territoire nature positif,	Impacts contributifs nets sur la société	Potentiel business - viable et diffusable	Gouvernance & partage de la valeur	leadership du vivant (culture regen de la direction et diffusée)
Alimentation	ECOTONE	bonnetrerre avoine	3	3	3	3	3	
Alimentation	COMPAGNIE LEA NATURE	So ethic Bio	3	3	3	3	3	

Le calendrier des lauriers de la régénération

Conditions pour candidater :

- Tout le monde peut déposer un dossier de candidature *
- Pas de frais de dossier
- Formulaire complété à envoyer **avant le 1 juin**

Sélection des lauréats :

- Choix final de catégorie avec candidat
- Dossiers envoyés au jury
- Délibération du jury

Annnonce des gagnants :

- Le 18 juin (en informant les lauréats une semaine avant)

Et on gagne quoi ?

- Une mise en avant sur un média national et notre réseau

* Sous réserve des critères d'éligibilité



Nous sommes vivants



Les ateliers régénératifs de Nous Sommes Vivants

CYCLE TRANSFORMATION

1- La fresque du facteur humain ICI

2- La fresque des émotions. ICI

3- La fresque des imaginaires. ICI

4- Les Régénération Camp ICI

Et le business model canvas de la régénération (V5) ICI



CYCLE INNOVATION

Les membres du collectif animent également : la fresque de la biodiversité, la fresque de la renaissance écologique, l'atelier des sols vivants, la fresque de l'entreprise régénérative et bien d'autres...

Notre atelier favorisant la bascule de modèles économiques

Nous avons développé le business model canvas de l'entreprise régénérative pour permettre aux entreprises de **réduire** leurs impacts et/ou **contribuer** à la régénération.

La régénération apparaît comme essentielle à **la résilience des activités économiques** dans leurs territoires et à **la capacité de régénération du vivant** dont elles sont dépendantes.

Nous avons un business model pour ça ! En savoir plus ICI



Présentation du canvas du business model régénératif

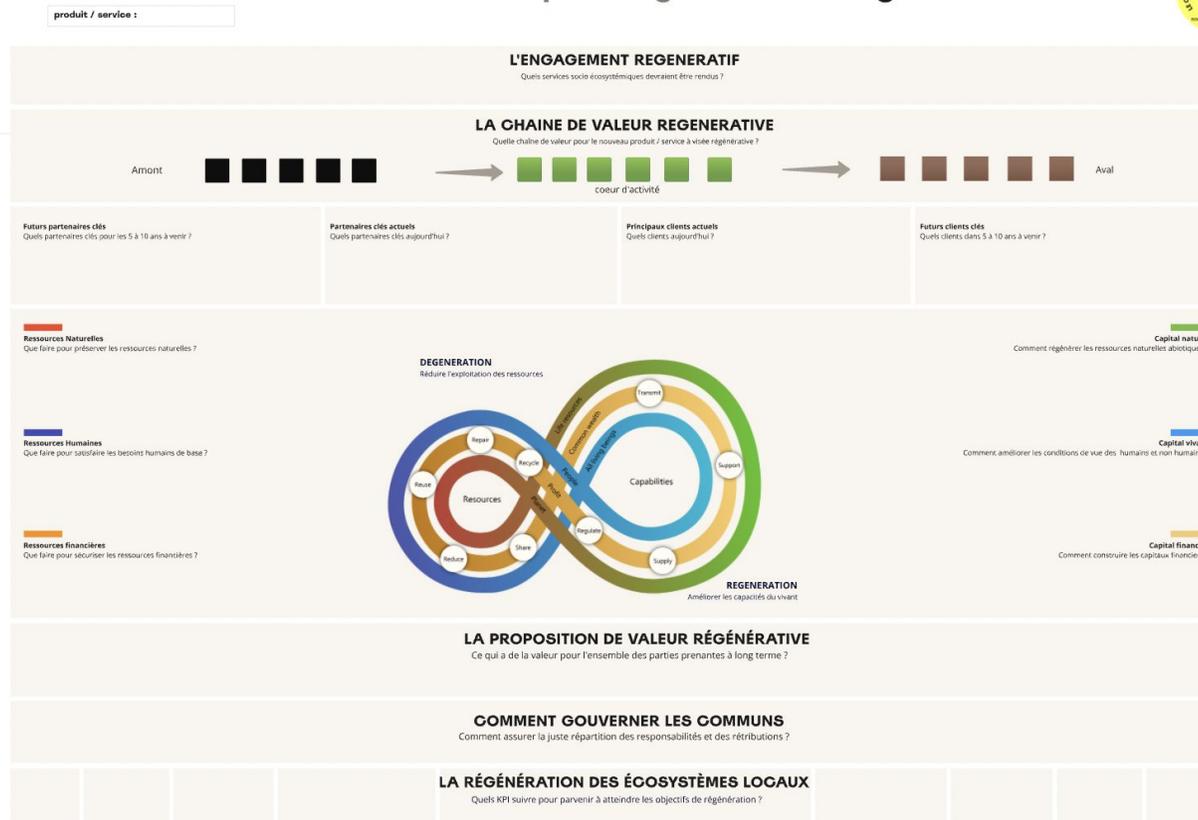
Le Regen BMC est dérivé du Business Model Canvas (BMC).

De la même façon au coeur de la démarche il y a la proposition de valeur qui est faite à la fois aux fournisseurs ET aux consommateurs.

Une échelle de temps est introduite dans la ligne sur les parties prenantes présentes aujourd'hui (court terme) et dans 10 ans (long terme) pour se répartir équitablement les efforts financiers à faire, comme les gains à espérer.

Le RegenBMC permet donc de définir la viabilité d'une innovation à impact avec ses parties prenantes réunies en coalition à visée régénérative.

Le business model canvas de l'entreprise régénérative #regenbmc



Le business model canvas de l'entreprise régénérative - RegenBMC

L'utilisation de ces outils est protégée par les droits d'auteur



La mobilisation des parties prenantes d'une offre à impact

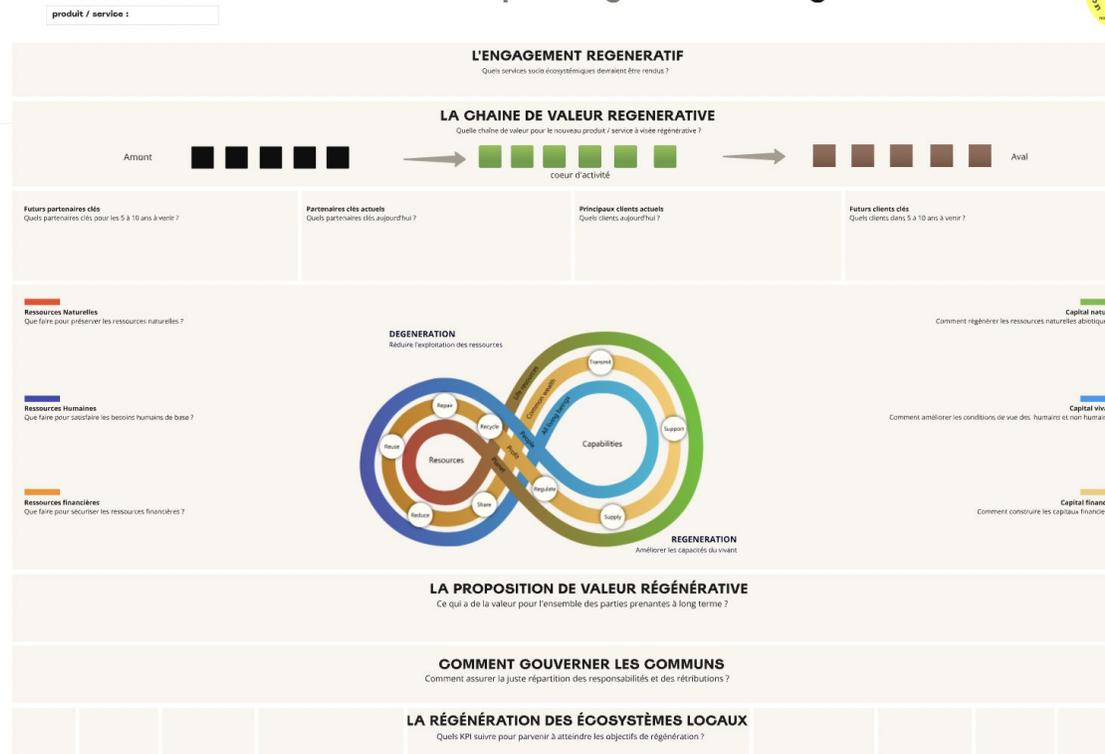
Les écosystèmes (- Fournisseurs

Consommateurs-) générations futures

Réunir toutes les parties prenantes autour de services écosystémiques essentiels au vivant au fil de la chaîne de valeur dans des relations mutuellement bénéfiques.

En donnant une voix à la nature et aux générations futures sur les choix à long terme.

Le business model canvas de l'entreprise régénérative #regenbmc



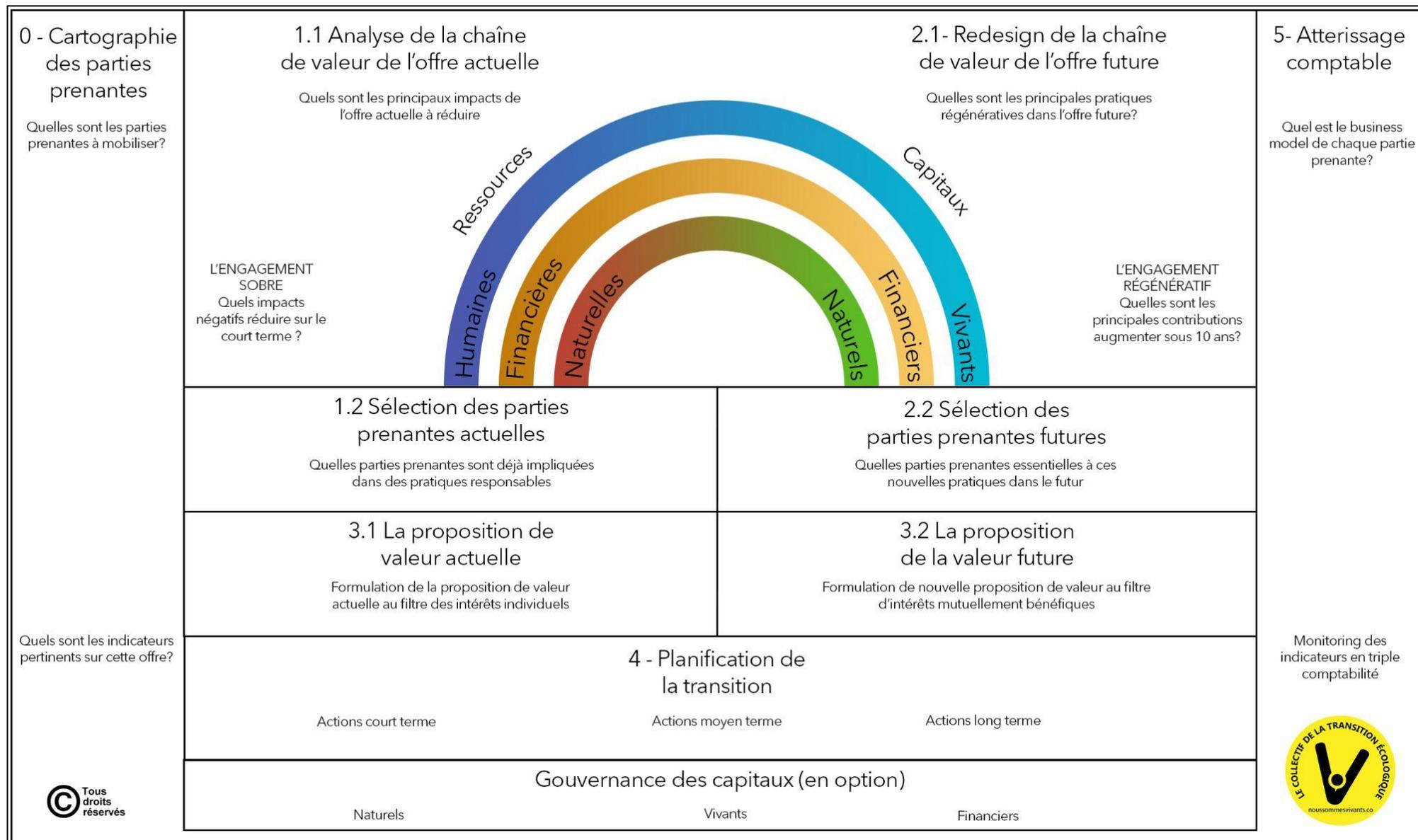
Le business model canvas de l'entreprise régénérative - RegenBMC

L'utilisation de ces outils est protégée par les droits d'auteur



Le détail des 5 ateliers du RegenBMC pour remplir le canvas

Cette approche et ces outils sont protégés par les droits d'auteur





5- NOS RÉFÉRENCES

Nos références



Les pionniers de la filière ortie pour le textile en France

JEAN-MARC VIENOT CLUBTEX LIMITED Laurent MATUSZCZAK Région Hauts-de-France Laurent Capon Maxel fils a coudre Christophe Lemaire Bastien Tissages Techniques MERLE FREDERIC EuraMaterials Vanessa Jaglale Région Hauts-de-France KHENNACHE MEHDI SAFILIN Alexandre Laflotte Université de Lorraine Dervaux Laurent Station d'expérimentation de Roville-aux-Chênes (anciennement Est Horticole) Cesar Segovia Cetelor Nina Giorgi Cedric AUPLAT PEIGNAGE DUMORTIER



Case study

Nous avons posé les bases d'un business modèle régénératif pour l'ortie avec les acteurs de la chaîne de valeur « fibres libériennes pour le textile » dans le nord de la France grâce au Business Model Canvas de l'Entreprise Régénérative que nous avons conçu.



Lire le retour
d'expérience
<https://lnkd.in/emEE6txS>

**QUEL BUSINESS MODEL RÉGÉNÉRATIF
POUR LA FILIÈRE ORTIE DANS LE TEXTILE
DANS 3 RÉGIONS FRANÇAISES ?**



talifacollective

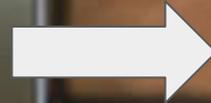
La version découverte du Regen BMC pour Orange a été customisée pour la LiveBox. Nous avons formé 10 designers.

Est il possible de **délivrer l'accès internet, TV, et mobile, avec un objet physique de type décodeur/routeur** en éliminant radicalement tous les impacts négatifs, voire en contribuant à la régénération de la nature, des humains et plus largement des territoires.

Accès numérique 2023

Impact négatifs sur les ressources :

- naturelles
- humaines
- financières



Accès numérique 2035

Impacts contributifs sur les capitaux :

- naturels
- humains
- financiers



CONSEIL EN INNOVATION À VISÉE RÉGÉNÉRATIVE

LES DESIGNERS DE ORANGE EN FORMATION AU REGEN BMC



EMBARQUER LE COMEX

MELVITA REGENERATIVE SKINCARE BRAND



EMBARQUER LE COMEX

1- La régénération c'est quoi ?

2- La régénération pour MELVITA ?

2-1 Plateforme de marque Régénérative de MELVITA

2-2 Les retombées business pour MELVITA

**3- Les autres business models à explorer sous regenerative
skincare brand ?**

**4- Melvita entreprise à visée régénérative, comment y aller
en 3 étapes?**



THE REGENERATIVE OPPORTUNITY IN CONSUMER GOODS

FRANCE + USA MARKET RESEARCH

DESIGN OF RESEARCH – FROM AGRI PRACTICES TO CONSUMER MOTIVATIONS

DESIGN INSIGHTS AND FIRST JOBS TO BE DONE



Insights and baby concepts (JTBD)

FICHE PROJET : DESCRIPTION DU PROJET

Thème: Projet:

POUR QUELS USAGERS ? QUELS COMMANDITAIRES ? LEURS ENJEUX ?

CONDITIONS DE REUSSITE
Ressources, connaissances, contacts,...

QUELLE PROPOSITION DE VALEUR ?

QUELS RESULTATS RECHERCHES ? EN QUOI CE PROJET VA CHANGER LE SYSTEME, AVOIR DE L'IMPACT ? QUAND ? COMMENT ?

le super collectif

GATHER INSIGHTS AND TEST FIRST JOBS TO BE DONE*



ECOLOGY CENTER (USA) HECTAR FR)

FARMERS ITW (USA + FR)

EXPO WEST (USA) REGENERATIVE BRAND DAY (FR)

STORE CHECKS (USA + FR)

CONSUMER FOCUS GROUPS (LA + PARIS)



* we also tested reactions to regenerative agriculture description and regenerative products

Workshop dans l'incubateur RUNGIS & CO





MERCI

MERCI



noussoimmesvivants.co

jeremy@noussoimmesvivants.co

0609864863