

CAHIER D'ÉTÉ · N°7 — LA COSMÉTIQUE RÉGÉNÉRATIVE

Cosmétique régénérative : de l'ingrédient régénératif à la peau régénérée.

Un cosmétique régénératif relie deux vivants :
un sol et une peau.



De l'ingrédient régénératif à la peau régénérée

Prenez un sérum bio à la grenade, en grande surface, moins de vingt euros. Derrière lui, **un contrat de filière avec des producteurs français**, un prix convenu, des engagements sur plusieurs années. Et sur la fiche produit, **une efficacité établie par des essais à quatorze et vingt-huit jours.**

Deux promesses solides, chacune tenue. Et une troisième reste disponible : celle qui les relierait. **Si la conduite de ces parcelles produit une grenade plus riche en polyphénols, et si cette richesse se retrouve dans le flacon**, la marque tient un argument que personne d'autre ne peut avancer.

Pourtant le lien existe, et le mot le porte aux deux bouts. À l'amont, un **ingrédient régénératif** : un actif issu d'une culture qui améliore l'état du milieu dont elle vient. À l'aval, une **peau régénérée** : un soin qui soutient les fonctions par lesquelles elle se renouvelle. **Un sol est vivant, une peau est vivante — et dans les deux cas, on ne fabrique pas le résultat, on rend au milieu la capacité de le produire.**

Une seule phrase relierait les deux bouts : ce sol a produit cet actif, et cet actif fait cela à votre peau. *Aucune marque française ne la dit encore — et c'est ce qui laisse la place.*

Pourquoi elle ne se dit pas : cinq paradoxes du rayon beauté

Un · l'amont sécurisé sur cinq ans que le rayon ignore — aucune mention ne porte le contrat de filière, ni le prix convenu, ni le préfinancement.

Deux · l'actif bio qu'on paie plus cher sans pouvoir le dire meilleur — la teneur en molécules actives ne figure à aucun cahier des charges.

Trois · la filière qu'on finance et que l'étiquette ne dit pas — ce qui revient au producteur relève d'un référentiel séparé, à certifier à part.

Quatre · la contribution primée, racontée au négatif — sept des neuf cosmétiques primés parlent encore d'origine et d'absence.

Cinq · la jonction vacante entre le sol et la peau — une origine d'un côté, un résultat d'efficacité de l'autre, et rien qui les relie.

Le contrat de base du rayon tient dans une seule promesse : des ingrédients naturels — au minimum 95 % d'origine naturelle, une liste lisible, des substances contestées écartées. **Cette promesse est aujourd'hui remplie par tout le monde**, et ce qui distinguait une marque il y a dix ans se trouve partout. Le bio y ajoute une conduite audité, mais il dit ce qu'on a écarté, et **une abstention ne restitue rien.**

D'où l'asymétrie que ce cahier entreprend de renverser. Des marques transforment leurs filières — contrats pluriannuels, prix convenu, relevés de sol — et portent une contribution que l'étiquette ne dit pas. **Elles la financent sur leur marge, quand elle pourrait être payée par la vente.**

Au sommaire

De l'ingrédient régénératif à la peau régénérée — une chaîne de six chaînons, neuf cosmétiques primés passés à la même grille, et ce que ce lien vaut pour une marque.



Le troisième chaînon est en creux : ce que la plante fabrique sous une conduite donnée n'a jamais été relevé sur une plante cosmétique. C'est là que se décide la valeur de l'actif.

Ce que chaque partie établit	
Partie I	Le cadre — ce que chaque mention du rayon engage, et les quatre niveaux d'une échelle qui les départage.
Partie II	Ce qui existe déjà — neuf cosmétiques régénératifs primés, tous en vente, passés aux six chaînons : où chacun tient, et où la chaîne s'ouvre.
Partie III	Du sol à la peau — ce que l'état d'un sol change à l'actif végétal, ce que la teneur de cet actif change à la peau, et ce qui manque entre les deux.
Partie IV	Le modèle économique — ce que la contribution rapporte et ce que le silence coûte, qui la finance, et où en sont deux entreprises françaises au Capacity Score.
Partie V	Nos compétences — les quatre contributions sur lesquelles une marque de beauté peut s'appuyer, et par quoi commencer.

Ce que vous saurez faire en refermant ce cahier

Relier la chaîne de bout en bout, dans le secteur des cosmétiques — pour que les pratiques sur le vivant se retrouvent dans le bénéfice client. C'est le geste que ce cahier outille, et il se décompose en trois.

Lire une allégation — distinguer ce que naturel, bio, équitable et régénératif engageant, et à quel niveau de preuve chacun se tient.

Situer un produit pour valoriser vos pratiques — le passer aux six chaînons, voir où sa chaîne s'arrête, et ce qu'il peut dire dès aujourd'hui.

Faire payer la contribution par la vente — six questions pour situer votre produit, trois données à demander à vos fournisseurs, et le modèle économique qui rend la démarche soutenable.

Naturel, bio, équitable, régénératif

Quatre mots se succèdent sur les emballages, et chacun répond à une question différente. **Ce qui les sépare est le niveau de preuve exigé** — et d'un mot à l'autre, on passe de ce qu'on affirme à ce qu'on prouve, de ce qu'on évite à ce qu'on rend.

Mention	Ce qu'elle engage	Ce qui l'atteste	Le niveau
Naturel	L'origine de la matière et son degré de transformation. Rien n'est prescrit au champ.	Une composition déclarée par le fournisseur	Limitier
Bio	La conduite de culture, sans chimie de synthèse ni OGM. Les seuils portent sur la composition, jamais sur la teneur.	Un audit annuel par un organisme accrédité	Réduire
Équitable	Le sort de ceux qui cultivent : salaire vital, prix minimum garanti, conditions vérifiées.	Fair for Life, UEBT — entretiens individuels	Restaurer
Régénératif	Ce que la culture laisse au territoire et à ceux qui y vivent : sols, biodiversité, revenus — les trois dans un même cahier des charges.	ROC, audité par Écocert. Demeter et Nature & Progrès par d'autres voies	Régénérer

N1

Limitier

Comment tenir face aux crises ?

On exclut un usage, on écarte une substance. Rien n'est prescrit au champ.

N2

Réduire

À quoi renoncer pour préserver ?

L'innocuité gagne un niveau, adossée à des seuils publics et vérifiée par audit.

N3

Restaurer

Comment réparer ce qui a été dégradé ?

Un acte positif sur un état dégradé : une biodiversité qui revient, un revenu rétabli. Un aboutissement légitime.

N4

Régénérer

Le territoire et ses habitants prospèrent-ils avec notre activité ?

Sols, biodiversité, revenus de ceux qui cultivent et viabilité économique progressent ensemble. Plus on vend, plus on contribue.

Le niveau réel d'une activité est celui de son levier le plus lent.

La distinction tient en trois lignes : le naturel dit d'où vient la matière, le bio dit ce qu'on a écarté du champ, et le régénératif dit ce que la culture a rendu au milieu et à ses habitants — et ce que cela change à ce que la peau reçoit.

Une précision décide de la lecture. Le bio agricole — le règlement européen, les pratiques au champ — relève du deuxième niveau : c'est une abstention audité. **Mais les labels cosmétiques bio vont au-delà de ces pratiques** : COSMOS Organic et Cosmébio ajoutent la chimie verte, les procédés de transformation, les emballages et une dimension éthique à l'approvisionnement — **et c'est ce supplément qui les situe au troisième niveau**, non la conduite au champ. *Restaurer demande un acte positif là où écarter se contente d'une abstention.*

La chaîne du sol à la peau, en six chaînons

Entre la conduite de culture et le bénéfice sur la peau court une chaîne de six chaînons, et chacun apporte une preuve que les autres n'apportent pas. **C'est leur ensemble qui dit jusqu'où un produit va** — et non le mot inscrit sur le flacon.

Chaînon	Ce qu'il établit	Ce qui l'atteste
1 La conduite de culture	Comment la plante a été cultivée : rotations, couverts, haies, pâturage, gestion de l'eau.	Un cahier des charges audité par un tiers
2 La vie du sol	L'état du milieu et sa progression : matière organique, vers de terre, biodiversité.	Des relevés datés sur les mêmes parcelles
3 La plante et ses molécules	Ce que la plante fabrique sous cette conduite — polyphénols, caroténoïdes, terpènes —, et qui fait la valeur de l'actif.	Un relevé comparé d'une conduite à l'autre
4 La teneur de l'actif	Ce que l'extrait contient réellement, une fois le procédé passé.	Une concentration mesurée, idéalement contractualisée
5 La dose dans la formule	Ce que la marque incorpore, et à quel rang de la liste des ingrédients.	L'INCI, lisible en rayon
6 La peau et son renouvellement	Ce que le soin fait aux fonctions par lesquelles la peau se renouvelle.	Des essais sur produit fini, avec panel et comparateur

Maillon et chaînon ne disent pas la même chose. Le **maillon** est un acteur de la chaîne de valeur économique — un producteur, un fabricant d'actifs, une marque. Le **chaînon** est une étape de la chaîne causale, ce qui se transmet du sol jusqu'à la peau. *Un maillon peut tenir plusieurs chaînons, et un chaînon peut traverser plusieurs maillons.*

Trois choses que cette grille rend lisibles

Où un produit s'arrête. Un soin peut tenir la conduite et le bénéfice sur la peau sans rien établir entre les deux — c'est le cas le plus fréquent, et la grille le montre d'un coup d'œil.

Ce qu'il peut dire aujourd'hui. Chaque chaînon renseigné autorise une affirmation de plus, et une seule : une origine, une pratique attestée, une teneur, un bénéfice établi. *Additionner les mentions ne remplace pas une chaîne tenue.*

Ce que le prochain geste coûte. Un chaînon manquant à l'amont demande des campagnes ; un chaînon manquant à l'aval demande une décision de formulation ou d'affichage. **Le second se comble en une saison, le premier en années.**

Cette grille se pose et s'applique. Les pages qui suivent la passent aux neuf cosmétiques du palmarès, puis parcourent chaque chaînon dans l'ordre — **le sol, ce que l'actif contient, la peau** — avant de dire ce que le lien vaut économiquement.

Les cosmétiques régénératifs existent déjà

La catégorie existe déjà. Les Lauriers de la Régénération ont primé plus de quatre-vingt-dix produits et services en trois éditions — **dont neuf cosmétiques, portés par huit entreprises, tous en vente aujourd'hui.** Ce sont eux que ce cahier passe à la même grille.

Un produit du palmarès montre à quoi ressemble une gamme qui tient les trois piliers. Davines est une marque italienne de soin capillaire fondée à Parme en 1983, distribuée en salons de coiffure dans plus de quatre-vingt-dix pays.

Davines · beurre WE STAND/for regeneration, lauréat 2026

Prendre soin de soi. Un beurre multi-usage — cheveux, visage et corps —, dont l'efficacité s'établit par des essais sur produit fini. **93,25 % d'ingrédients naturels, 85,5 % de biodégradabilité**, fabriqué en Italie.

Prendre soin des autres. L'équité de rémunération relève du pilier social de la certification et se vérifie par audit. **Seize fermes accompagnées jusqu'à la certification**, et cinquante mille euros par an au Rodale Institute et à Slow Food International.

Prendre soin de la nature. Le calendula est cultivé par la marque elle-même, sur le centre de recherche qu'elle a fondé près de Parme avec le Rodale Institute. **Un même cahier des charges, le Regenerative Organic, tient les trois piliers — sols, animal, équité — au lieu de les additionner.**

Un même geste, trois destinataires — une seule séquence plutôt que trois engagements juxtaposés.

Et les trois profitabilités en découlent. L'**environnementale** se lit dans les relevés, parcelle contre parcelle ; la **sociétale** dans une équité auditée et une compétence transmise à d'autres fermes ; l'**économique** dans le fait que l'activité qui porte tout cela est prospère — **environ 295 millions d'euros de chiffre d'affaires, en croissance de 12 %, entièrement organique.** *Et la marque sort un produit-manifeste par an, au rythme de la terre plutôt qu'à celui du marketing.*

Ce qui en fait un produit régénératif, et pas un soin mieux formulé

La contribution passe par le produit vendu, pas par un budget annexe. Chaque édition finance la recherche agronomique et l'accompagnement des fermes : **plus le beurre se vend, plus la filière se convertit.** *Une contribution financée par un budget se rediscute chaque exercice ; incorporée dans l'offre, elle est payée par ceux qui en bénéficient.*

La matière vient d'un lieu nommé. Un centre de recherche près de Parme, des parcelles comparées à cultures identiques, des relevés publiés — *ce qui sépare un actif « issu de pratiques durables » d'un actif dont on peut décrire la parcelle.*

Et un même référentiel tient les trois piliers dans un seul audit — additionner trois labels ne produit pas le même résultat.

Le modèle économique rend cette contribution soutenable : une distribution en salons professionnels qui préserve la marge, une croissance autofinancée sans retour à court terme, un statut de Société Benefit. *C'est lui qui permet de financer un centre de recherche agronomique sans le prélever sur autre chose.*

Le Regenerative Organic Certified, et ce qu'il ajoute au bio

C'est ce référentiel qui tient ensemble les trois piliers du cas précédent. Trois cosmétiques du palmarès le portent — Davines pour son centre de recherche de Parme, TULSINITY pour sa filière indienne, et Clarins, qui a fait certifier l'ensemble de son Domaine de Serraval fin 2024 et vise un tiers de ses plantes issues de ses propres terres en 2030. *Il vaut d'être posé une fois.*

Pilier	Ce qu'il exige	Ce qui le vérifie
Santé des sols	Couverture, rotations, travail du sol réduit, apports organiques, agroforesterie — avec un état de départ et une obligation d'amélioration continue.	Analyses de sol prescrites et datées, sur les mêmes parcelles
Bien-être animal	Cinq libertés fondamentales, pâturage, densités, transport — quand une production animale entre dans la filière.	Audit annuel sur site
Équité	Salaire vital, liberté d'association, conditions de travail, prix convenu avec ceux qui cultivent.	Entretiens individuels avec les travailleurs agricoles, hors présence de l'employeur

Trois choses le distinguent d'un référentiel de pratiques

Le socle biologique est obligatoire. Le ROC se construit sur une certification bio existante et lui ajoute ses trois piliers — *le bio dit ce qu'une ferme doit éviter, le ROC lui dit en plus ce qu'elle doit construire.*

La trajectoire conditionne le maintien. Là où le bio certifie une absence d'intrants année après année, le ROC mesure un état et n'est reconduit que si cet état progresse.

Les trois piliers sont audités dans le même passage. C'est un **référentiel holistique** : l'exploitation y est regardée comme un système, quand une addition de labels la découpe en sujets séparés.

Il est porté par la **Regenerative Organic Alliance** — fondée par le Rodale Institute, Patagonia et Dr. Bronner's — et audité en France par **Écocert**, qui l'a déployé sur les premières filières françaises.

Le standard change d'échelle, et vite : plus de 53 000 petits producteurs, environ 520 fermes et ranchs, **372 marques licenciées contre un peu plus de 200 début 2025**. Il se combine avec d'autres attestations plutôt qu'il ne les remplace — un actif peut cumuler ROC, AB et Fair for Life. *Sa limite tient à son périmètre : il porte sur la parcelle et sa conduite, et laisse le paysage hors champ. D'autres voies existent — Demeter et Nature & Progrès atteignent un niveau comparable par d'autres exigences.*

Une question revient en atelier : faut-il exiger le ROC de ses fournisseurs ? La réponse dépend de la filière. Sur une filière déjà bio et structurée, la certification se construit en deux à trois ans. **Sur une filière à créer, la marche est trop haute d'un coup** — mieux vaut commencer par les pratiques et la mesure, et faire certifier ensuite ce qui sera déjà tenu.

Neuf cosmétiques, huit entreprises, chacune entrée par une porte différente

La conception du produit, l'ingrédient certifié, la mesure au champ, la gouvernance, l'échelle industrielle : **il n'existe pas une voie unique, mais autant d'entrées que de configurations** — et leur lecture croisée indique par quel bout commencer selon ce qu'une marque possède déjà.

Produit · entreprise	Ce qu'il apporte au palmarès
GAÏALINE® · Expanscience	Un lin cultivé à trente-deux kilomètres de l'usine, en agriculture de conservation des sols depuis vingt ans. Vers de terre multipliés par quatre à huit , distillation moléculaire, essai clinique sur quarante-huit femmes contre placebo — le protocole le plus solide du palmarès.
TULSINITY® Bio · Expanscience	Le seul actif du palmarès à cumuler ROC, AB et Fair for Life , sur une filière de 3 800 agriculteurs indiens. Variété et organe fixés au cahier des charges. Deux protocoles d'efficacité, dont un essai randomisé contrôlé.
Éclo	Une filière lin créée en régénératif. L'Indice de Régénération — le seul outil du corpus qui prene la plante comme objet d'évaluation , sur trois niveaux : sol, plante, paysage. Test publié, vingt femmes, laboratoire indépendant.
PY'STILL	Agroforesterie, bio AB depuis 2008, osmose inverse à froid. Le seul du palmarès à garantir par contrat ce que son actif contient — dix fois pour l'hamamélis, trente pour l'eau florale de bleuet.
SO'BiO étic · Léa Nature	Un contrat de filière sur la grenade bio française, dans un groupe qui porte dix-sept filières contractualisées. Résultats publiés à quatorze et vingt-huit jours.
Davines	Le calendula cultivé par la marque sur son propre centre de recherche, avec des parcelles comparées à cultures identiques. Certifié ROC, sur son champ comme sur les seize fermes qu'elle accompagne.
Le Petit Olivier	Le régénératif au prix du rayon — une filière argan en grande diffusion sans premium, avec une rémunération amont supérieure au marché, préfinancement et co-financement de l'outil de concassage.
Horée	Bio français de saison, transformé frais. 93 % de jus pressés, zéro eau ajoutée — le seul geste du palmarès qui joue sur la matière plutôt que sur le procédé.
Mon Miracle	Une algue cultivée en jardin sous-marin, placée en tête de la liste des ingrédients.

Expanscience en porte deux, avec des entrées différentes : un actif vendu à d'autres marques, et un lin cultivé à trente-deux kilomètres de son usine. **Six sont des marques françaises, deux vendent des actifs en B2B, une est italienne.**

Où chacun tient, et où la chaîne s'ouvre

Chaque lauréat est passé aux six chaînons. Degré de preuve : ● certifié par un organisme accrédité · A attesté par un tiers de confiance · D déclaré · — non renseigné

Produit	1 Conduite	2 Sol	3 Plante	4 Teneur	5 Formule	6 Peau
Éclo	A Filière lin créée en régénératif · Indice de Régénération	—	—	—	—	Test publié, 20 femmes, laboratoire indépendant
GAÏALINE®	A ACS depuis 20 ans · Au Cœur des Sols	Vers de terre ×4 à ×8	—	Distillation moléculaire · 1 % suffit	—	Clinique contre placebo, 48 femmes
PY'STILL	● Agroforesterie · bio AB depuis 2008	—	—	Osmose inverse ×10 et ×30, contractualisée	—	—
SO'BIO étic	● Contrat de filière · grenade bio FR	—	—	—	—	Résultats à 14 et 28 jours
Davines	● ROC · 16 fermes accompagnées	Parcelles comparées à cultures identiques	Objet de recherche	—	—	—
Le Petit Olivier	D Replantation · pépinière	—	—	—	—	—
Horée	● Bio français de saison	—	—	—	93 % de jus, zéro eau	—
Mon Miracle	D Culture en jardin sous-marin	—	—	—	Algue en tête d'INCI	—
TULSINITY®	● ROC + AB + Fair for Life	Analyses prescrites et datées	Variété Krishna et organe fixés	D Concentration revendiquée	Dose journalière 250 mg	In vitro + essai randomisé contrôlé

Les cases pleines se regroupent aux extrémités — la conduite à gauche, la peau à droite, avec un creux au centre. **Chaque lauréat est fort là où les autres sont vides** : pris ensemble ils couvrent la chaîne entière, ce qui rend la démonstration collective plus proche qu'elle n'y paraît.

Trois opérations que le débat confond

La conduite de culture est le chaînon le mieux tenu, et trois types d'outils l'attestent — qui n'engagent pas le même degré de preuve. Un label certifié par un organisme accrédité. Un label porté par une association de producteurs. Un outil de notation, qui mesure sans certifier.

Mesurer, certifier, valoriser

Mesurer, c'est constater un état par un relevé. **Certifier**, c'est faire attester par un tiers qu'un cahier des charges est respecté. **Valoriser**, c'est faire reconnaître ce travail par celle qui achète.

Les trois sont indépendantes : on peut mesurer sans certifier, certifier sans valoriser, et valoriser sans label.

Appliquées au palmarès, elles se répartissent inégalement — **la certification couvre la conduite chez cinq lauréats, la mesure couvre la peau chez quatre, et la valorisation reste le chaînon vacant** : ce qui est tenu au contrat reste à traduire en rayon.

Le vocabulaire disponible change à chaque niveau, et le relevé est net. Au premier, on parle d'origine ; au deuxième, d'absence — sans chimie de synthèse, sans silicone ; au troisième, de pratiques et d'un revenu rétabli ; au quatrième, les trois registres basculent ensemble. **Or un seul lauréat parle des deux premiers chaînons, un autre nomme sa conduite, et les sept restants s'arrêtent à l'origine ou à la composition.**

Sur le social, aucun n'en dit rien : tout figure dans les dossiers de candidature et nulle part sur les produits. **Et sur la peau, aucun ne monte** — hydrate, adoucit, effet propre, le vocabulaire de tout le marché.

La bonne nouvelle d'une lecture verticale

Cinq des six chaînons sont tenus par au moins un lauréat — la conduite chez cinq d'entre eux, la vie du sol chez deux, la teneur chez PY'STILL, la dose chez Horée, la peau chez quatre.

Aucun n'est hors de portée technique. Ce qui manque est l'intégration, pas la faisabilité. Le contrat direct suffit à faire ; il ne suffit pas à montrer.

Une nuance sur ce creux : les lauréats qui documentent leur teneur ou leur formulation **tiennent tous leur conduite**. L'amont est donc acquis chez ceux qui avancent — *ce qui manque se situe entre les deux, et c'est le même manque partout.*

TULSINITY® Bio — les six chaînons renseignés

L'actif d'Expanscience primé aux Lauriers 2025 est le seul produit du palmarès dont les six chaînons sont renseignés — à des degrés de preuve très inégaux : certifié par un organisme accrédité à l'amont, établi par deux protocoles à l'aval, encadré au milieu. *C'est un actif nutraceutique, ingéré : la chaîne se lit de la même façon, la voie d'administration change.*

Chaînon	Ce que TULSINITY établit
1 La conduite de culture	Une filière de 3 800 agriculteurs indiens , certifiée ROC, AB et Fair for Life — le seul actif du palmarès à cumuler les trois. Santé des sols, bien-être animal et équité vérifiée par entretiens individuels, dans un même cahier des charges audité.
2 La vie du sol	Des analyses prescrites et datées , avec obligation d'amélioration continue pour conserver la certification.
3 La plante et ses molécules	La variété — le tulsi Krishna — et l'organe récolté sont fixés par le cahier des charges , ce qui borne la matière première d'un lot à l'autre, sans que les molécules soient relevées .
4 La teneur de l'actif	Une concentration en molécules actives annoncée , obtenue par un procédé maîtrisé de bout en bout.
5 La dose	Une dose journalière de 250 mg — celle sur laquelle l'efficacité a été établie.
6 La peau et son renouvellement	Deux protocoles . Une étude <i>in vitro</i> sur modèles de cellules cutanées stressées : l'extrait y réduit la production de cortisol, l'oxydation des protéines et les cytokines pro-inflammatoires, et préserve collagène, élastine et acide hyaluronique. Puis un essai pilote randomisé contrôlé de huit semaines à 250 mg par jour : cortisol salivaire réduit, élasticité améliorée, sensibilité cutanée réduite.

Le chaînon de la plante est encadré sans être relevé, et la teneur est revendiquée sans être comparée — c'est là que la chaîne s'ouvre, et ce manque est celui de toute la filière plutôt que de ce produit.

Ce que ce cas apprend aux autres

Un cahier des charges peut porter la moitié du travail. Le ROC couvre ici la conduite, l'état du sol et l'équité en un seul audit — trois chaînons sur six, sans dispositif propre à monter.

Borner la matière première coûte peu et rapporte beaucoup. Fixer la variété et l'organe récolté au cahier des charges rend les lots comparables entre eux : *c'est le préalable de tout relevé, et cela se décide à la contractualisation.*

Deux protocoles valent mieux qu'un. L'étude *in vitro* montre par quoi l'actif agit, l'essai randomisé montre qu'il agit sur des personnes réelles. **Ensemble, ils tiennent une allégation ; séparément, chacun laisse une prise.**

Ce que l'état du sol change à l'actif végétal

Ce qu'une marque achète et vend, ce n'est pas une plante : c'est un extrait, et sa concentration en molécules actives. C'est le principe d'une seule santé appliqué au rayon : la qualité de ce qu'on applique tient à celle des milieux qui la produisent.

Un argument indirect vaut d'être posé d'abord. Dans la Drôme, le nombre de jours de gel est passé de vingt-cinq ou trente à quasiment zéro, et le cycle végétatif s'en trouve perturbé. **Si les conditions de culture font varier la teneur, alors la conduite la fait varier aussi** — c'est le même mécanisme, appliqué à un facteur qu'on maîtrise.

La dépendance se chiffre, et deux groupes français l'ont fait. **Expanscience** a établi que 99 % de son chiffre d'affaires dépend de la biodiversité ; **Clarins** a appliqué les scénarios du GIEC à ses quelque deux cents actifs — **70 % du catalogue ressort exposé sur la trajectoire médiane.**

Le mécanisme, dans les deux sens

Sous engrais azotés, la croissance accélérée dilue les métabolites dans une biomasse plus abondante — la plante produit moins de composés de défense quand rien ne l'y oblige. Une conduite qui la laisse se défendre produit l'effet inverse.

La méta-analyse de Newcastle le mesure sur 343 études, l'écart étant significatif sur les polyphénols et les caroténoïdes (*Baranski et al., British Journal of Nutrition, 2014*).

Ces travaux portent sur des cultures alimentaires et comparent le bio au conventionnel. C'est ici que la valeur se crée en cosmétique — sur une plante à actif, entre une conduite bio et une conduite régénérative.

18 à 69 %

d'antioxydants en plus dans les cultures biologiques, sur 343 études — l'écart le mieux établi entre deux conduites

Les trois qualités d'un sol vivant

La matière organique — elle nourrit la vie microbienne, retient l'eau et structure le sol. Sa progression se mesure et se date.

La biodiversité du sol — vers de terre, champignons mycorhiziens, insectes auxiliaires : ce sont eux qui rendent les nutriments disponibles à la plante.

La couverture — un sol couvert ne s'érode pas, ne se compacte pas, et conserve sa vie microbienne entre deux cultures.

Un sol vivant rend en outre des services que la marque ne paie pas : il retient l'eau, stocke du carbone, abrite une biodiversité qui régule les ravageurs. Ces services relèvent du même geste agronomique que la teneur en actifs.

Ce que l'actif contient : trois états de la teneur

Le cahier documente abondamment l'amont et l'aval. Entre les deux, trois énoncés seulement rattachent l'état du sol à ce que contient l'actif, et ils viennent tous d'entreprises. *Le lien n'est donc pas une hypothèse d'analyste : c'est une hypothèse que le marché formule déjà.*

1

Déclarée

Une fiche technique, une mention marketing. Rien n'est faux, rien n'est opposable, aucun comparateur. C'est l'état de la majorité du palmarès.

→ une origine

2

Contractualisée

Un seul lauréat inscrit sa concentration au contrat, lot par lot. L'engagement porte sur une seule conduite : il dit combien, jamais grâce à quoi.

→ une qualité de matière

3

Comparée

Même variété, même organe, même terroir, même procédé — deux conduites, deux teneurs mesurées. Personne ne l'a produit, ni en France ni ailleurs.

→ meilleur

Seul le troisième état rattache la molécule au sol — et personne ne l'a produit.

C'est le troisième état qui fait basculer l'argument : il fait passer la conduite agricole du registre de la responsabilité à celui de l'efficacité. *Les deux premiers états se plaignent auprès d'un directeur RSE ; le troisième se plaide auprès d'un directeur marketing.*

Trois façons d'augmenter ce que la peau reçoit

La conduite — Davines l'énonce prudemment : la recherche menée à Parme *vise à démontrer* qu'un ingrédient cultivé en régénératif *peut* offrir une efficacité supérieure. Éclo l'énonce dès 2022, avant que sa gamme n'existe.

Le procédé — PY'STILL concentre à froid et contractualise le facteur ; Expanscience distille en moléculaire.

La formule — Horée remplace l'eau distillée par des jus pressés : la teneur du produit fini augmente sans que rien ne change au champ.

Les trois se cumulent, et une seule relève de l'agronomie. Confondre les trois revient à créditer la conduite de ce que fait un alambic.

Ce que cela change au brief d'achat. Une fiche technique fournisseur donne aujourd'hui l'origine, le procédé et parfois une concentration. **Trois demandes la complètent** : la variété et l'organe récolté, fixés au cahier des charges ; la concentration mesurée, lot par lot ; et la conduite de la parcelle qui a produit le lot. *Les trois existent chez les fournisseurs les plus avancés — encore faut-il les demander.*

Et ce que cela change au dossier produit. Une teneur déclarée se range dans l'argumentaire ; **une teneur contractualisée entre au contrat d'achat et engage le fournisseur** ; une teneur comparée devient une allégation d'efficacité, avec les exigences de preuve qui vont avec. *Chaque état fait monter le produit d'un cran dans ce qu'il peut dire, et d'un cran dans ce qu'il doit tenir.*

Ce qu'un actif régénératif change pour la peau

Le parallèle se tient terme à terme, et il vaut d'être déplié. Un sol produit sa fertilité par sa vie microbienne — bactéries, champignons, vers de terre —, et une conduite ne la fabrique pas : elle lui rend les conditions de la produire. **Une peau produit son renouvellement par sa couche basale** : les kératinocytes y naissent, migrent vers la surface en une trentaine de jours, et forment en fin de course la barrière lipidique qui retient l'eau et arrête les agressions. **Un soin ne fabrique pas ce cycle — il protège les structures qui le portent, ou il ne fait rien.**

Deux familles de produits, et une seule mérite le mot

Comblér, lisser, masquer — l'effet est apporté de l'extérieur et cesse avec l'application.

Soutenir une fonction — l'effet se poursuit parce que la peau le produit elle-même. *Comme au champ, où l'on ne parle pas de régénération quand la fertilité vient du sac d'engrais.*

GAÏALINE® en donne la démonstration la mieux établie du palmarès français. L'actif protège les télomères du stress oxydatif, préserve l'acide hyaluronique, la kératine 10 et la filaggrine, renforce les céramides et le collagène 17 — **et c'est par cette barrière protégée que la peau peut assurer sa régénération**, sachant qu'un mois complet est nécessaire au renouvellement de l'épiderme. **Une étude clinique sur quarante-huit femmes contre placebo l'établit.**

Les essais d'efficacité : ce qu'ils établissent, et ce qu'ils ne rattachent pas

Le bénéfice d'un soin s'établit sur le produit fini, jamais sur l'actif isolé — et le protocole ne change pas parce que la plante vient d'une parcelle certifiée.

Trois choses décident du résultat, et une seule relève de l'agronomie : l'actif et sa teneur, la formule et sa dose, la routine de celle qui l'applique. *Un même actif dans deux formules donne deux résultats ; une même formule sur deux routines aussi.*

Ces essais établissent donc qu'un produit agit. Aucun n'établit qu'il agit parce que son actif vient de tel sol. Le comparateur y est un placebo ou l'absence de traitement — jamais le même produit formulé avec un actif issu d'une autre conduite.

C'est le pas du chaînon 4 vers le 6 : deux lots du même extrait, cultivés autrement, la même formule, le même protocole.

Ce que la peau permet de dire, et ce qu'elle ne permet pas encore

Le chaînon de la peau est le mieux établi — quatre des neuf y portent des essais, dont un contre placebo. *C'est l'inverse du chaînon de la plante, ouvert chez tous.*

Une marque peut donc affirmer un bénéfice aujourd'hui, avec les mêmes exigences que pour tout soin : un panel, une durée, un comparateur.

Ce qu'elle ne peut pas encore affirmer, c'est le lien — que ce bénéfice tient à la conduite de la parcelle. *Rattacher les deux demande un seul essai de plus, sur deux lots issus de deux conduites.*

Quatre chaînons sur six sont documentés

Chaînon	Où en est le palmarès
1 La conduite	Conduite, certifiée chez cinq lauréats — trois degrés de preuve coexistent.
2 La vie du sol	Mesurée dans la durée chez deux : parcelles comparées d'un côté, comptage de vers de terre de l'autre.
3 La plante	Ouvert chez tous. Ce que la plante fabrique sous une conduite donnée reste à relever — et c'est ce qui rend la teneur d'un extrait inattribuable.
4 La teneur	Avancée par deux lauréats, et un seul l'inscrit au contrat . Elle porte toujours sur une seule conduite.
5 La formulation	Trois en font un argument lisible sur l'emballage.
6 La peau	Établie par essais chez quatre, dont un seul contre placebo .

Ce qui manque se situe au milieu de la chaîne

Les lauréats qui documentent leur teneur ou leur formulation **tiennent tous leur conduite**. Ni la teneur ni la formulation ne se relie jamais à la vie du sol ni à la plante.

Deux lauréats l'ont pourtant préparé — l'un en fait l'objet déclaré de sa recherche agronomique, l'autre borne sa matière première par la variété et l'organe récolté. *Le relevé n'est donc pas à inventer : il est à conduire.*

Le comparatif qui refermerait ce creux est écrit, et il n'attend que d'être conduit : la même variété, le même organe, le même terroir, le même procédé, deux conduites de culture, deux teneurs mesurées.

Deux lauréats sont à un pas de la publication

TULSINITY est le plus proche : filière certifiée, analyses datées, variété fixée, concentration connue — **c'est un bras complet de l'étude**. Ce qui lui manque tient au second : la même variété, le même organe et le même procédé, sous une autre conduite. *Un témoin, pas une décennie de travaux.*

GAÏALINE tient quatre chaînons avec des relevés forts — vers de terre multipliés par quatre à huit, distillation moléculaire, efficacité établie contre placebo — et il lui manque le lien entre les deux bouts.

Chaque lauréat est fort là où les autres sont vides. Pris ensemble, ils couvrent la chaîne entière : la démonstration collective est plus proche qu'elle n'y paraît.

C'est le chantier que porte notre recherche-action sur la triple profitabilité, qui pose une chaîne de même forme sur le terrain économique — pratiques régénératives, produits à survaleur, performance financière durable, prospérité du territoire. *La méthode y compare un modèle à un autre, puis le compare à lui-même dans le temps.*

Deux chantiers pour valoriser, et un seul demande d'attendre

Prouver — publier le comparatif qui manque

L'objet est l'actif, et le travail se fait dans les deux sens. Vers l'amont, en relevant ce que la plante fabrique sous une conduite donnée et en le comparant : **du chaînon 3 vers le 2**. Vers l'aval, en établissant que cette teneur produit un effet supérieur sur la peau : **du chaînon 4 vers le 6**.

Le dispositif est écrit : deux lots du même extrait, cultivés autrement, la même formule, le même protocole d'efficacité. *Un témoin, pas une décennie de travaux.*

TULSINITY est le lauréat français le plus proche de la publication : filière certifiée, analyses datées, variété fixée, concentration connue — c'est un bras complet de l'étude.

Relier — rattacher les deux bouts avec ce qui est déjà attesté

Cette voie ne demande aucune publication nouvelle, et quatre lauréats l'ont déjà prise. Elle repose sur un fait que les marques sous-estiment : **personne ne demande à une cliente de croire que la santé de sa peau passe par celle des sols. Elle le trouve évident.**

La cosmétique dispose ici d'un atout que nul autre secteur n'a. La cliente est déjà dans une relation de soin avec son corps, et le récit régénératif étend cette relation à la nature — le triptyque s'active plus facilement qu'en alimentaire.

La faible notoriété du régénératif est une fenêtre : les codes de la catégorie restent à écrire, et les marques qui s'engagent maintenant les écrivent. Et tous les angles ne se valent pas : **la santé des sols résonne**, quand la biodiversité et l'agroforesterie restent trop abstraites.

Quatre règles d'écriture, pour l'un comme pour l'autre chantier

Nommer le lieu et la conduite plutôt que d'invoquer le régénératif en général : une parcelle, un producteur, un cahier des charges.

Faire attester par un tiers ce qui peut l'être — la preuve tierce l'emporte sur l'affirmation, y compris quand l'affirmation est exacte.

Afficher la teneur quand elle est un argument, plutôt que de laisser l'actif en fin de liste sans que rien n'en dise la dose.

Séparer les deux plans — ce que le milieu reçoit, ce que la peau reçoit —, le lien restant une question ouverte énoncée comme telle.

Relier aujourd'hui installe le vocabulaire et forme la clientèle — de sorte que le comparatif, le jour où il sort, trouve une audience déjà constituée. *Une preuve publiée sans récit, elle, reste dans une revue.*

Quatre attentes qui se relient, et un silence à occuper

Les enquêtes de consommation identifient quatre moteurs, et les présentent comme **une hiérarchie** : la santé d'abord — une bonne composition, peu d'additifs —, puis l'origine, puis la solidarité — le respect du vivant, la juste rémunération —, et la planète en dernier.

Nous les relions plutôt que nous les hiérarchisons, parce qu'un sol vivant nourrit à la fois la santé, le territoire et la planète. **Et c'est exactement le triptyque d'un produit régénératif** : prendre soin de soi, des autres et de la nature — *une seule séquence, plutôt que quatre demandes séparées*.

C'est là que le régénératif a un temps d'avance

Il relie la santé et la planète au lieu de les opposer. Un sol vivant donne une plante plus riche, qui donne un actif plus concentré, qui fait mieux à la peau. **C'est une seule chaîne causale, visible et racontable** — et elle relie un bénéfice pour le milieu à un gain personnel immédiat.

Entrer par la santé ne revient pas à renoncer à l'argument environnemental : c'est le faire entrer par le fil que la cliente suit déjà. *Surinvestir l'environnemental seul revient à se fondre dans le bruit ; le raccorder à la santé, à l'origine et à la juste rémunération revient à occuper le silence.*

L'écart mesure l'espace disponible. En agroalimentaire, la nutrition et la santé ressortent à 67 % d'importance pour seulement 23 % de présence dans les messages — **quarante-quatre points laissés vacants** — et la juste rémunération des producteurs à 55 % d'importance en restant quasi absente. *Le climat, lui, est tangible et mesurable mais saturé : il se mobilise comme preuve plutôt que comme argument de différenciation.*

Et une objection tombe : afficher vaut mieux que se taire

Les produits les moins bien notés qui affichent malgré tout leur score performant mieux que ceux qui se taisent. Le même effet joue sur l'origine : afficher une provenance, même étrangère, obtient un résultat positif lié à la transparence.

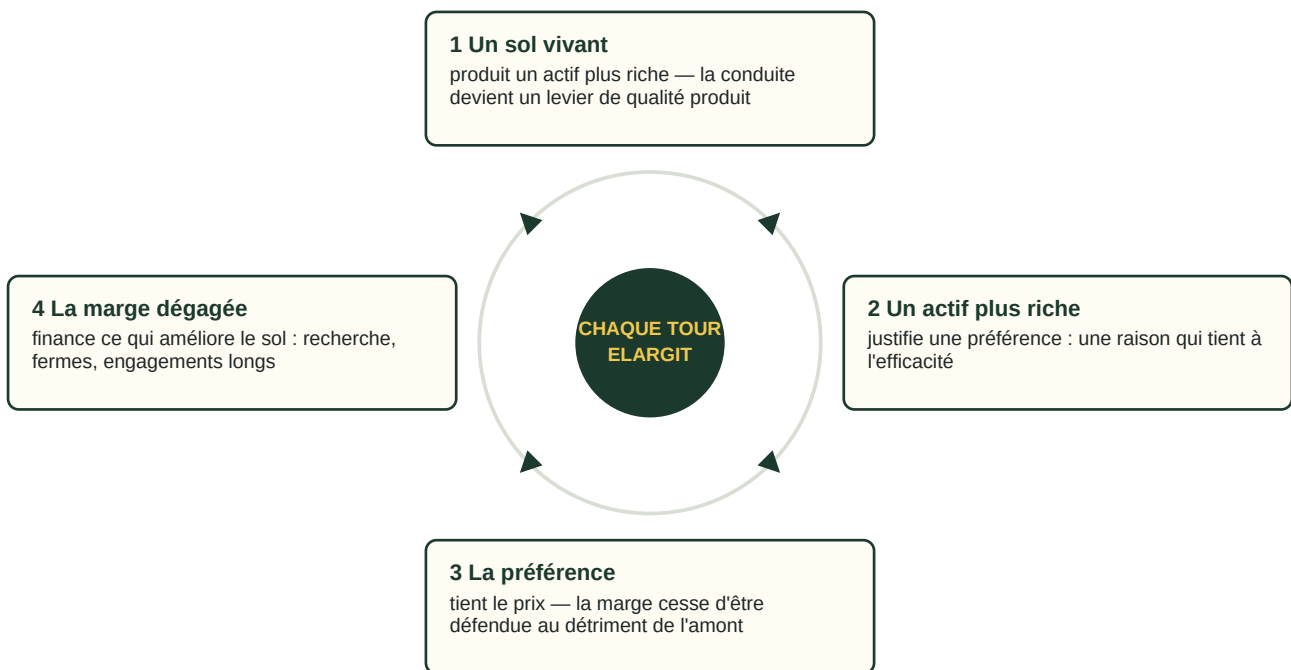
Une pratique contributive que personne ne raconte reste au bilan de la marque et jamais dans son chiffre d'affaires.

Un récit honnête, qui distingue ce qui est établi de ce qui reste à établir, tient mieux qu'un silence : il résiste à la contestation.

Une réserve de lecture, enfin. Les enquêtes montrent que les marques qui communiquent leurs engagements ont une meilleure image et de meilleures performances — **à condition que leurs promesses soient crédibles et avérées**. *C'est une donnée sur les marques engagées, pas sur les produits régénératifs : on juge des pratiques, pas des promesses, et cela se vérifie offre par offre.*

Les trois profitabilités se renforcent au lieu de s'additionner

C'est la différence entre une addition de programmes et un modèle. Une entreprise qui mène un programme environnemental, un programme social et un plan de rentabilité fait trois choses en parallèle, arbitrées séparément à chaque exercice. **Une entreprise régénérative en fait une seule, dont les trois effets découlent** — et c'est ce qui rend la contribution tenable quand les résultats se resserrent.



Le beurre WE STAND/for regeneration, décrit plus haut, montre ce que ce cercle produit une fois refermé — et son volet économique le vérifie : **295 millions d'euros de chiffre d'affaires en croissance de 12 %, entièrement organique.**

Ce qui manque là comme ailleurs, c'est le lien publié entre la teneur de l'extrait et la conduite qui l'a produit — et Davines est précisément l'acteur qui dispose des témoins pour l'établir.

La conséquence vaut pour toute marque

Un modèle économique régénératif tient en une phrase : **plus on vend, plus on contribue**. La contribution doit donc passer par le produit vendu — financée par un budget, elle se rediscute chaque année ; incorporée dans l'offre, elle est payée par ceux qui en bénéficient.

Ce qui suppose deux gestes : porter la régénération **dans le bénéfice client**, et la porter **sur l'étiquette**, là où l'acheteur décide.

Sans produit en rayon, la bascule reste une intention.

La survaleur, et les verrous qu'aucune marque ne lève seule

Ce qui finance la contribution en cosmétique, c'est la survaleur. Le prix voté par le consommateur suppose une forme coopérative et une filière isolable ; la cosmétique partage ses filières avec l'agroalimentaire et n'en achète qu'une fraction. **Ce qu'elle a en propre, c'est ce que le lien entre les deux capacités permet de dire.**

Un obstacle est comptable, et il se lève à part : le verrou de la valeur. Tant que les ressources naturelles ne figurent pas comme capital dans la comptabilité, leur dégradation n'apparaît pas comme un passif — **pour une marque dont les actifs viennent de plantes, cela revient à ne pas inscrire au bilan ce dont dépend la marge.** *C'est le chantier de la triple comptabilité en multicapitaux, et il se traite indépendamment des trois verrous qui suivent.*

Trois verrous que les coalitions lèvent

Le temps — une culture se pilote à trois, cinq ou dix ans, les marchés au trimestre. Il se lève par le contrat : durée des engagements, prix convenu, préfinancement des récoltes, participation aux outils de première transformation.

L'investissement — un outil industriel qu'aucun acteur n'amortit seul reste hors de portée tant que personne ne le partage. Il se lève par la mutualisation : consortiums de recharge, filières d'ingrédients partagées, outils de première transformation co-financés.

La preuve — les pratiques doivent démontrer leur triple profitabilité pour déclencher les investissements. Elle se lève par une règle d'affichage partagée plutôt que par un signe propriétaire : *un référentiel commun déplace le marché quand un label maison ne déplace que celui qui le porte.*

1 % de l'actif dans une formulation suffit — un actif certifié, tracé et payé au juste prix pèse très peu dans le coût d'une formule

La bascule se finance sur un écart de quelques centimes par unité, pas sur un basculement de structure de coût. C'est l'ordre de grandeur qui désarme l'objection budgétaire — et il déplace la question du prix vers celle de la décision : **mettre l'actif là, et le dire.**

Les coalitions existent déjà, sur presque tous les sujets — filières partagées à l'amont, outils mutualisés au milieu, affichage commun à l'aval. *Le premier geste n'est donc pas de créer : un collectif existe et cherche des membres.*

Aujourd'hui la contribution est portée par la marge ; demain elle est choisie par l'acheteur. Et il ne se joue pas seul — **la durée des engagements, le préfinancement, la participation aux outils de première transformation et la répartition de la valeur créée se négocient avec ceux qui cultivent, puis s'inscrivent en triple comptabilité.**

Reste à faire figurer les trois capitaux au bilan — naturel, humain, financier. C'est le prochain chantier, celui de la **triple comptabilité en multicapitaux**, et de la recherche-action qui cherche à l'établir sur un produit réel, avec l'ensemble des parties prenantes de sa chaîne de valeur.

Deux entreprises françaises lues au Capacity Score

L'outil n'évalue pas une performance atteinte : il évalue la capacité d'une entreprise à tenir ses objectifs d'impact et ses objectifs économiques, en les reliant. Une entreprise aux bons résultats environnementaux sans modèle qui les finance est fragile ; une entreprise rentable dont la matière première se dégrade l'est aussi. *Le score global donne le niveau atteint ; chacun des six leviers est coté séparément, et c'est leur dispersion qui dit où la trajectoire se joue.*

Expanscience — une trajectoire tenue, un verrou à l'aval

Une décision résume la trajectoire mieux que les scores. En 2022, l'entreprise annonce l'arrêt mondial des lingettes de sa marque phare d'ici 2027 — **vingt pour cent du chiffre d'affaires de la marque en France**, treize ans avant l'échéance de la loi AGECE.

Le Capacity Score situe le groupe à 75 %, dans le haut du niveau Restaurer, et le profil se lit en deux blocs : les deux leviers humains tiennent le niveau Régénérer — **dynamiques humaines à 89 %, leadership à 86 %** — quand les quatre leviers d'appareil restent dans le haut de Restaurer : innovation produit à 72 %, puis les trois autres à 67 %.

Le levier de bascule est l'innovation produit à 72 %, avec deux actifs dont la contribution est certifiée par un tiers. **Le verrou est la chaîne de valeur localisée**, à l'aval : l'appareil de preuve se monnaie en B2B, et le parent qui achète en pharmacie n'en voit rien.

Expanscience a transformé son amont, l'a fait certifier et en a fait un argument — pour d'autres marques que la sienne.

Léa Nature — un modèle économique transformé avec les producteurs

Le Capacity Score situe le groupe à 64 %, en niveau Restaurer, et vingt-deux points séparent son levier le plus haut du plus bas — c'est un profil polarisé plutôt que moyen. **Ce que cet écart recouvre tient en une phrase : un segment du modèle économique a changé de nature.**

Dix-sept filières françaises développées en co-construction, dont dix sous label de commerce équitable, avec un prix minimum fixé au contrat pour trois ans au moins, un préfinancement des récoltes et des engagements gradués de trois à dix ans. *C'est ce que distingue le Laurier Modèle Économique Régénératif reçu en 2026.*

Son verrou porte sur l'intelligence écosystémique. Les indicateurs pilotés sont ceux de la réduction — carbone, eau, énergie, emballages —, sur un périmètre qui s'arrête aux sites. **La fertilité des sols et la biodiversité des bassins d'approvisionnement restent à mesurer.** *Trente ans bâtis sur le « sans » n'ont jamais rendu nécessaire de prescrire des pratiques de construction. C'est un angle mort, pas une résistance.*

Son levier de bascule est l'innovation produit — un soin dont l'étiquette porte ce que les contrats financent déjà. *Le modèle économique est transformé sur dix-sept filières ; ce qui manque est un produit qui le rende visible en rayon et le fasse payer par la vente.*

Les deux verrous diffèrent — l'une ne valorise pas ce qu'elle mesure, l'autre ne mesure pas ce qu'elle transforme. La conséquence, elle, est la même partout, et c'est l'**écart de revendication** : les pratiques sont en place, le financement suit, et l'entreprise n'en tire aucun bénéfice commercial. **C'est l'état du secteur plutôt que le verrou d'une entreprise** — sept des neuf cosmétiques primés sont dans ce cas.

Concevoir un cosmétique régénératif : la fonction avant la formule

Un produit régénératif ne s'obtient pas en substituant un actif certifié dans une formule existante. Il se conçoit autrement, avec d'autres parties prenantes, à partir d'une autre question de départ — **et cette question précède la formule.**

Chaque niveau de la trajectoire correspond à une façon de concevoir, et chacune autorise à dire autre chose du produit.

Niveau	La façon de concevoir	Ce qu'elle traite
N1 · Limiter	Sobriété	Des produits qui durent, le superflu supprimé. <i>Ce qu'on peut en dire : une origine et une composition.</i>
N2 · Réduire	Éco-conception	Cycle de vie du produit sur seize critères (ISO 14040 et 14062) — la biodiversité n'en fait pas partie.
N3 · Restaurer	Éco-socio-conception	Cycle de vie étendu aux impacts sociaux (ISO 14075), en visée net zéro. <i>Ce qu'on peut en dire : une parcelle, un producteur, un engagement de durée.</i>
N4 · Régénérer	Design régénératif	Cycle de vie contributive : on mesure ce qu'on régénère en plus, autant que ce qu'on dégrade en moins.

La question de départ : l'unité fonctionnelle régénérative

Elle conçoit la fonction elle-même pour qu'elle soit contributive au territoire et à ses habitants, humains et non humains. *On cesse de demander à quoi sert le produit, pour demander quelle est sa contribution cible.*

L'éco-conception part du service rendu — *hydrater une peau pendant trente jours* — **et cherche à en réduire les impacts.** L'unité fonctionnelle régénérative, elle, redéfinit ce que le produit sert à faire.

Elle se conçoit avec l'ensemble des parties prenantes — producteurs, fabricants d'actifs, formulateurs, distributeurs — plutôt qu'au sein de l'équipe qui conçoit.

Les lauréats de la beauté ont tous fait cet exercice, et chacun a redéfini ce que son produit sert à faire : de *nourrir la peau* à **régénérer du sol à la peau**, de *fournir un hydrolat* à **transformer un déséquilibre écologique en ingrédient**. Dans chaque cas, l'unité fonctionnelle est devenue un service rendu à un milieu autant qu'à un visage — et c'est ce qui rend le résultat difficile à copier : elle engage une filière entière, pas une formule.

Ce qu'une trajectoire régénérative vaut pour une marque de beauté

Melvita compte parmi les marques fondatrices de Cosmébio — ses pratiques sont antérieures au référentiel qui les atteste. Cosmétique bio, fabriquée en France, filières suivies de longue date — argan du Maroc, rose de Provence, ruche d'Ardèche — et des agronomes qui travaillent en direct avec les producteurs. **Des pratiques réelles, et une valorisation qui ne les nomme pas : c'est la situation de la plupart des marques de beauté françaises.**

Le comité exécutif arbitrait un investissement, pas une orientation de communication. La question n'était pas de savoir s'il fallait faire du régénératif, mais **ce qu'une trajectoire régénérative vaut pour une marque** — à quelle échéance, et sur quels registres. *Une question d'arbitrage, avec les exigences de preuve qui vont avec.*

Quatre familles de retombées, présentées au comité

Le soutien du cœur de gamme. Le récit qui relie le sol à la peau renforce la promesse d'efficacité, la fidélité et la tenue des prix hors promotion. Il s'applique d'abord aux produits signature, là où la marge est la plus élevée.

Le chiffre d'affaires additionnel. De nouvelles gammes régénératives ouvrent jusqu'aux frontières de la cosmétique fonctionnelle, un marché en croissance soutenue.

L'affichage et la transparence. Rendre visibles les trois impacts — santé, environnement, société — agit sur l'intention d'achat et prépare l'entrée en application de la directive EmpCo. *La conformité devient un actif commercial plutôt qu'une charge.*

La sécurisation des marges. Elle répond à un risque déjà visible : un actif dont le prix monte et dont l'approvisionnement se tend appelle une réponse d'achat autant qu'une réponse environnementale.

Restaurer l'écosystème d'où il vient revient à protéger un revenu.

La régénération est une politique d'achat autant qu'une politique de marque.

Trois chantiers, et l'ordre compte

À six mois — valoriser ce qui est déjà là. Filières documentées, relations anciennes avec les producteurs, savoir-faire agronomique — et lancer l'étude de faisabilité d'une certification sur la filière argan.

À deux ans — étendre le capital de marque. La plateforme régénérative, la certification de cette filière, et la conception des produits avec l'ensemble des parties prenantes par le REGEN BMC.

À horizon long — faire évoluer le modèle. Réemploi consigné, valorisation des co-produits, remontée dans la chaîne, partage de la valeur, durée de vie, location, services contributifs.

Ce que ce cas apprend aux autres marques

Trois enseignements qui dépassent le cas

Une piste de coalition vaut mieux qu'un effort solitaire. Le groupe L'Occitane est déjà membre du Regenerative Fund for Nature et du consortium TRASCE : *une partie des convives est à table avant même d'inviter.*

Un investissement dans la régénération se démontre à quatre endroits, et il faut les tenir ensemble : ce qui est déjà vrai en rayon, les relations d'achat qui sécurisent la marge, la place de marque à occuper, et le modèle économique qui finance la durée.

L'ordre des opérations compte. Melvita n'avait pas à créer ses pratiques, elle avait à les rendre **certifiables, lisibles et rémunératrices**. *Le chemin commence par un inventaire, pas par une refonte.*

Contribution	Ce qu'elle traite · nos outils
1 · Valoriser vos pratiques	Rendre visibles des engagements régénératifs auprès des clients, des investisseurs et des partenaires. <i>Capacity Score · Lauriers de la Régénération · lecture des labels et référentiels.</i>
2 · Concevoir votre offre	Un canvas et cinq ateliers avec vos parties prenantes, pour aligner le modèle économique sur les capacités du vivant. <i>Business Model Régénératif · approche sectorielle.</i>
3 · Mobiliser vos équipes	Développer les capacités humaines, émotionnelles et collectives pour tenir la trajectoire. <i>Fresque du Facteur Humain · des émotions · des imaginaires.</i>
4 · Former et déployer	Ancrer les pratiques en interne et coopérer entre acteurs d'une même filière. <i>Formations Qualiopi · Regenerative Circles · coalitions de filière.</i>

Regenerative Circle Cosmétique

Cinq journées sur douze mois, fondées sur le Business Model Régénératif. Le Circle réunit producteurs, fabricants d'actifs, marques et distributeurs pour concevoir ensemble une offre que personne ne tient seul.

Ce qui s'y traite est exactement ce que ce cahier a nommé : le relevé du troisième chaînon, la teneur comparée, le récit qui relie l'amont au rayon, et le partage de la valeur. *Certifié Qualiopi, éligible OPCO.*

Un point de méthode vaut pour les quatre : nous demandons de commencer par le Capacity Score. Trente-huit questions, six leviers, un positionnement sur la trajectoire — c'est gratuit, et c'est le point de départ de toutes nos interventions.

L'ordre compte, parce que chaque étape rend la suivante finançable. Se situer, tout de suite. Mobiliser la chaîne de valeur, en parallèle — producteurs, fabricants d'actifs, formulateurs et distributeurs sont embarqués, ou la trajectoire s'arrête au premier maillon qui n'a pas compris pourquoi il change. **Concevoir, à deux ans**, avec un produit de transition et un atterrissage en triple comptabilité. **Avancer en collectif, à l'horizon long.**

Six questions pour situer votre produit, et valoriser vos pratiques

Prenez un de vos produits, et passez-le aux six chaînons. Les questions suivent l'ordre de la chaîne, de la conduite de culture jusqu'à la peau — et **chacune se répond par un fait, ou signale l'endroit où le travail reste à faire.**

La question	Ce qui distingue un fait d'une déclaration
1 D'où vient votre plante, et qui l'atteste ?	Une parcelle, une conduite, un organisme accrédité — plutôt qu'une origine déclarée.
2 Quel relevé de sol, et depuis quand ?	Un état de départ et des relevés dans la durée sur les mêmes parcelles, plutôt qu'un diagnostic ponctuel.
3 Que sait-on de ce que la plante fabrique sous cette conduite ?	C'est aujourd'hui la question la moins documentée du secteur — et celle qui décide de la valeur de l'actif.
4 Quelle teneur en molécules actives, et comparée à quoi ?	Une concentration mesurée est utile ; une concentration comparée d'une conduite à l'autre change tout.
5 Quelle dose incorporez-vous, et à quel rang de l'INCI ?	Le seul chaînon que vous décidez entièrement chez vous, et le seul qui se lit sur l'emballage.
6 Quelle efficacité établie, et rattachée à quoi ?	Des essais sur produit fini — reliés à la conduite de culture, ou au seul produit fini.

Et trois données à demander à vos fournisseurs

L'absence d'intrants de synthèse — c'est le socle non négociable. Sans élimination des engrais et pesticides, une conduite n'est pas régénérative, quelles que soient ses pratiques de sol par ailleurs. *La certification atteste cette réalité, elle ne la crée pas.*

Les analyses de biodiversité au niveau local — c'est l'**objectif propre du régénératif**, et ce qui le sépare de l'agriculture de conservation des sols : celle-ci restaure la fertilité et limite l'érosion, la régénération vise en plus le retour du vivant. *Vers de terre, auxiliaires, flore spontanée, oiseaux des champs.*

Les prélèvements de sol dans la durée — un état de départ, puis un relevé annuel sur trois ans au moins, produit par un laboratoire tiers accrédité. *Une progression de 0,1 % par an du taux de matière organique constitue déjà un signal concret.*

Les pratiques, elles, se lisent au cahier des charges — couverts et cultures intercalaires, allongement des rotations, réduction du travail du sol, apports de composts et fumiers, intégration de l'élevage, haies et arbres. *Elles produisent les deux résultats ci-dessus, et c'est à ces résultats qu'on les juge.*

Une seule question sans réponse suffit à situer la démarche — c'est une indication de l'endroit où le travail reste à faire. **Aucune marque française ne les couvre encore toutes — et c'est ce qui rend la place disponible.**

Le déplacement tient en une ligne : aujourd'hui la contribution est portée par la marge, demain elle est choisie par l'acheteur. *Ce cahier aura servi si une marque de beauté est la première à le faire.*

Un sol vivant. Une peau vivante.

Entre les deux, une chaîne — et une phrase que personne ne dit encore.

Aujourd'hui la contribution est portée par la marge : une marque transforme sa filière, la fait certifier, et le finance sur ce qu'elle gagne ailleurs.

Demain elle est choisie par l'acheteur. Le même travail agricole, rattaché à ce que l'actif contient et à ce qu'il fait à la peau, devient une raison de préférer.

Entre les deux, un seul relevé manque : la même plante, deux conduites, deux teneurs mesurées. Un témoin, pas une décennie de travaux.

Ce cahier aura servi si une marque de beauté est la première à le faire.

