

KEEVY

COSMÉTIQUES NATURELS — FRANCE

La cosmétique *naturelle*, décryptée

Lire une étiquette, reconnaître un vrai produit naturel et démasquer le greenwashing en trente secondes.

GUIDE OFFERT · EBOOK 3 / 5



AVANT DE COMMENCER

Le problème n'est pas l'offre. C'est l'information.

Aujourd'hui, tout se dit « naturel ». Le mot n'est pas encadré, il ne coûte rien à écrire, et il suffit à faire vendre. Résultat : la consommatrice ne peut plus choisir.

Les cosmétiques conventionnels utilisent encore massivement des ingrédients issus de la pétrochimie — huiles minérales, silicones, sulfates, dérivés éthoxylés. Ce n'est pas une opinion militante : c'est lisible sur les étiquettes. Le vrai problème, c'est que ces étiquettes sont écrites dans une langue que personne n'a apprise.

Ce guide t'apprend cette langue. À la fin, tu sauras retourner un produit en rayon et te faire un avis en trente secondes — pour toi, pour tes clientes, et pour construire une marque qui tient ses promesses.



INCI

la langue commune de toutes les étiquettes

30 s

pour se faire un avis fiable

0

définition légale du mot « naturel »

COMPÉTENCE 1

Lire une liste INCI

INCI signifie *International Nomenclature of Cosmetic Ingredients*. C'est la nomenclature obligatoire sur tout produit cosmétique vendu en Europe. Deux règles suffisent pour commencer.

RÈGLE 1

L'ordre décroissant

Les ingrédients sont listés du plus présent au moins présent, jusqu'à 1 %. En dessous de 1 %, l'ordre est libre. Autrement dit : les trois ou quatre premiers noms font l'essentiel du produit.

RÈGLE 2

La langue

Les végétaux sont en latin (*Butyrospermum parkii* = beurre de karité), les molécules en anglais (*Aqua*, *Glycerin*, *Tocopherol*). Un nom latin n'est donc pas un gage de qualité : c'est juste une plante.

Le test des trois premiers noms

Si *Aqua* arrive en tête et que les deux suivants sont des dérivés de synthèse, tu tiens un produit majoritairement composé d'eau et de pétrochimie — quelle que soit la fleur imprimée sur le flacon.

Les astérisques et les mentions

Un astérisque signale généralement un ingrédient issu de l'agriculture biologique, expliqué en bas de liste. Les mentions en fin de liste (*Limonene*, *Linalool*, *Citral*...) sont des **allergènes de parfum à déclaration obligatoire** : elles sont naturellement présentes dans de nombreuses huiles essentielles, et leur présence n'est pas en soi un défaut — mais elle doit être connue.

COMPÉTENCE 2

Reconnaître les ingrédients pétrochimiques

Ce ne sont pas des poisons : ce sont des ingrédients efficaces, bon marché et très stables. Le problème est ailleurs — ils occupent la place d'ingrédients qui nourrissent réellement la peau, et certains posent des questions environnementales sérieuses.

FAMILLE	NOMS INCI À REPÉRER	CE QU'ILS FONT
Huiles minérales	Paraffinum liquidum, Petrolatum, Cera microcristallina, Ozokerite, Synthetic wax	Dérivées du pétrole. Elles forment un film occlusif : la peau semble adoucie, mais rien ne la nourrit.
Silicones	Dimethicone, Cyclopentasiloxane, et tout nom en -cone ou -siloxane	Toucher soyeux immédiat, effet lissant. Peu biodégradables ; certains sont restreints en Europe.
Sulfates	Sodium Lauryl Sulfate, Sodium Laureth Sulfate	Tensioactifs très moussants et très décapants. Ils déséquilibrent facilement cuirs chevelus et peaux sensibles.
Dérivés éthoxylés	Tout nom contenant PEG-, -eth-, Polysorbate	Issus d'un procédé (l'éthoxylation) qui peut laisser des résidus indésirables.

Le raccourci le plus utile

Tu n'as pas besoin de mémoriser des centaines de noms. Retiens quatre terminaisons — **-cone**, **-siloxane**, **PEG-**, **-eth-** — et le mot **Paraffinum**. Avec ça, tu identifies déjà l'immense majorité des produits conventionnels.

COMPÉTENCE 3

Comprendre les labels

Un label est une certification payante, délivrée par un organisme indépendant qui vient auditer. Il ne garantit pas qu'un produit est meilleur qu'un autre : il garantit qu'un **cahier des charges précis** a été vérifié par un tiers.

CE QU'UN LABEL APPORTE

Une vérification externe

Un tiers a contrôlé les matières premières, les procédés et les pourcentages annoncés. C'est un gage de sérieux, particulièrement utile en distribution et à l'export.

CE QU'UN LABEL NE DIT PAS

La qualité de la formule

Un produit certifié peut être très dilué, très parfumé ou peu efficace. À l'inverse, beaucoup d'excellentes marques artisanales ne sont pas certifiées, faute de budget.



Certifier ou pas, quand on est une jeune marque ?

La certification représente un coût annuel réel — audit, redevance, mise en conformité documentaire — souvent difficile à absorber la première année. Deux stratégies se défendent : certifier tout de suite si tu vises la distribution spécialisée ou l'export ; ou construire d'abord la **transparence radicale** (origine de chaque matière première, pourcentages annoncés, photos de l'atelier), puis certifier quand le volume le permet.

La stratégie Keevy

Nous avons choisi la transparence avant la certification : dire d'où vient chaque ingrédient, pourquoi il est là, et ce qu'il fait. C'est plus exigeant qu'un logo — et c'est ce qui crée une relation durable avec la cliente.

COMPÉTENCE 4

Démasquer le greenwashing

Le greenwashing n'est presque jamais un mensonge : c'est une vérité mal cadrée. Voici les six formulations à savoir décoder.

01 « À l'huile d'argan »

La question n'est pas la présence, mais le pourcentage. Une huile placée en avant-dernière position peut représenter 0,1 % de la formule.

02 « 97 % d'ingrédients d'origine naturelle »

L'eau est comptée dans le total. Un produit composé à 85 % d'eau atteint facilement ce chiffre sans effort de formulation.

03 « Sans paraben »

Vrai — mais les parabènes ont pu être remplacés par autre chose, parfois moins bien évalué. L'absence d'un ingrédient ne dit rien de ce qui l'a remplacé.

04 « Formule vegan »

Cela signifie : aucun ingrédient d'origine animale. Cela ne dit rien sur la naturalité, la pétrochimie ou l'écologie du produit.

05 « Testé dermatologiquement »

Cela signifie qu'un test a été réalisé. Cela ne dit ni sur combien de personnes, ni avec quels résultats.

06 Le packaging vert et kraft

Une couleur n'est pas un ingrédient. Retourne le produit et lis la liste : c'est le seul endroit où la vérité est écrite.

Pourquoi des cosmétiques sans eau

La plupart des crèmes du marché sont composées de 70 à 85 % d'eau. C'est un choix industriel parfaitement rationnel : l'eau est l'ingrédient le moins cher, elle donne du volume et une texture facile à aimer. Mais elle a trois conséquences.

CONSÉQUENCE 1

Elle dilue

Plus il y a d'eau, moins il y a de soin par gramme. Tu achètes du volume, tu n'achètes pas de l'actif.

CONSÉQUENCE 2

Elle impose des conservateurs

Un milieu aqueux est un milieu vivant. Il faut le protéger, donc allonger la liste d'ingrédients.

CONSÉQUENCE 3

Elle alourdit le transport

Transporter de l'eau à travers l'Europe a un coût carbone que le produit fini ne justifie pas toujours.

LE CHOIX INVERSE

La concentration

Huiles végétales, beurres, macérâts : chaque gramme est du soin. Formules courtes, listes INCI lisibles, conservation naturellement plus simple.

Quand j'ai commencé à formuler sans eau, je ne cherchais pas un argument marketing. Je cherchais à comprendre pourquoi je payais si cher un pot rempli à 80 % d'eau.

SANDRINE — FONDATRICE KEEVY

APPLICATION

Choisir selon son type de peau

Une huile végétale n'est pas « grasse » ou « légère » par hasard : c'est sa composition en acides gras qui détermine son comportement. Voici les repères les plus utiles.

TYPE DE PEAU	CE QU'IL LUI FAUT	HUILES DE RÉFÉRENCE
Peau mixte à grasse	Toucher sec, pénétration rapide, régulation du sébum	Johoba, noisette, nigelle, pépins de raisin
Peau sèche	Nutrition, richesse en acides gras, film protecteur	Avocat, karité, amande douce, argan
Peau sensible ou réactive	Apaisement, formules très courtes, sans huiles essentielles	Calendula, camomille, chanvre, jojoba
Peau mature	Régénération, antioxydants, souplesse	Rose musquée, argan, bourrache, onagre
Peau d'enfant	Simplicité maximale, aucune huile essentielle	Amande douce, calendula, karité brut

La règle des 48 heures

Tout nouveau produit se teste au creux du coude pendant 48 heures avant de l'appliquer sur le visage. C'est valable pour tes clientes — et c'est un conseil qui construit la confiance bien plus qu'une promesse marketing.

APPLICATION

La routine naturelle, dans le bon ordre

Une routine efficace n'est pas une routine longue. Quatre gestes suffisent, et l'ordre compte autant que les produits.

01 Nettoyer

Matin et soir. Le nettoyage à l'huile fonctionne remarquablement bien, y compris sur peau grasse : le semblable dissout le semblable.

02 Tonifier

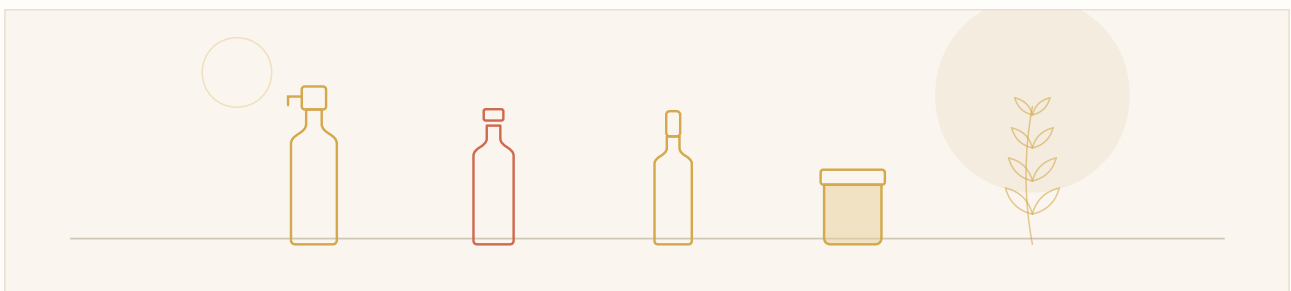
Un hydrolat adapté rééquilibre le pH de la peau après le nettoyage et prépare l'absorption du soin suivant.

03 Traiter

Le sérum, appliqué sur peau encore légèrement humide. C'est l'étape la plus concentrée, celle qui porte le résultat.

04 Protéger

Baume, beurre ou huile plus riche le soir, pour limiter la perte en eau pendant la nuit.



Ce qui compte le plus

La régularité l'emporte largement sur le nombre de produits. Une routine de trois gestes tenue tous les jours donne des résultats qu'une routine de huit produits appliquée une fois par semaine n'atteindra jamais.

BON USAGE

Conserver un cosmétique naturel

Un produit naturel se conserve très bien — à condition de comprendre ses trois ennemis : la lumière, la chaleur et l'air. Ce sont eux qui oxydent les huiles.

Les bons gestes

- Refermer immédiatement après usage
- Stocker à l'abri de la lumière directe
- Éviter la salle de bain humide et chaude
- Ne jamais prélever un baume avec les doigts mouillés
- Utiliser une spatule pour les pots

Les signaux d'alerte

- Odeur de vieille huile, de rance
- Changement de couleur marqué
- Séparation qui ne se remélange pas
- Texture devenue granuleuse
- Tout point coloré ou duveteux

PAO et DDM : ne pas confondre

Le **PAO** (Period After Opening), symbolisé par un petit pot ouvert avec un chiffre, indique la durée d'utilisation après ouverture — 6M signifie six mois. La **DDM** (date de durabilité minimale) s'affiche quand la durée de conservation totale du produit est inférieure à trente mois. Un produit peut porter l'un ou l'autre, selon sa formule.

Ce que ça change quand on crée sa marque

Tout ce que tu viens de lire est aussi une grille de lecture pour ton propre projet. Les clientes qui te trouveront seront exactement celles qui ont appris à lire les étiquettes.

CONSÉQUENCE 1

Ta liste INCI est un argument

Une liste courte et compréhensible se photographie, se partage, se compare. Fais-en un élément de communication, pas une contrainte réglementaire.

CONSÉQUENCE 2

Chaque allégation doit être prouvée

« Apaisant », « anti-âge », « hypoallergénique » : toute allégation doit reposer sur des preuves conservées dans ton dossier produit. Ce n'est pas de la prudence, c'est la loi.

CONSÉQUENCE 3

La transparence est ton avantage

Une grande marque ne peut pas dire d'où vient chaque lot d'huile. Toi si. C'est ton unique avantage structurel — utilise-le partout.

CONSÉQUENCE 4

La sobriété inspire confiance

Moins d'ingrédients, moins de promesses, plus de preuves. C'est exactement ce que cherche la cliente qui a déjà été déçue trois fois.

À EMPORTER

Ton mémo étiquette

Imprime cette page et glisse-la dans ton sac. Trente secondes suffisent.

- ☐ **Regarder les trois premiers noms** — ils représentent l'essentiel du produit
- ☐ **Repérer Aqua** — en première position, le produit est majoritairement de l'eau
- ☐ **Chercher les terminaisons** -cone, -siloxane, PEG-, -eth-, et Paraffinum
- ☐ **Compter les lignes** — au-delà de vingt ingrédients, demande-toi ce que chacun fait réellement
- ☐ **Vérifier la fin de liste** — allergènes de parfum déclarés, colorants, conservateurs
- ☐ **Chercher les astérisques** — ils signalent en général l'agriculture biologique
- ☐ **Ignorer le recto** — la couleur, la fleur et le mot « naturel » ne sont pas des informations

Une consommatrice qui sait lire une étiquette ne revient jamais en arrière. C'est exactement pour elle que les marques comme la tienne existent.

SANDRINE — FONDATRICE KEEVY

Cinq idées reçues à corriger

01 « Naturel veut dire sans risque »

Une huile essentielle mal dosée peut être bien plus irritante qu'un ingrédient de synthèse correctement formulé. Naturel n'égale pas inoffensif.

02 « Un produit naturel ne périment pas »

Les huiles rancissent, les extraits s'oxydent. Un produit naturel a une durée de vie, souvent plus courte qu'un produit conventionnel.

03 « Le fait maison est toujours plus sain »

Sans hygiène, sans pH maîtrisé et sans conservation adaptée, une préparation maison à base d'eau peut se contaminer en quelques jours.

04 « Ça ne mousse pas, donc ça ne lave pas »

La mousse est un effet de tensioactif, pas un indicateur de propreté. Un nettoyant doux lave parfaitement sans mousser.

05 « Le bio, c'est forcément plus cher »

Une formule concentrée s'utilise en plus petite quantité. Ramené à la dose, l'écart de prix est souvent bien plus faible qu'il n'y paraît.



Sandrine, fondatrice de Keevy

FORMULATRICE · CRÉATRICE DE MARQUE · COACH

J'ai créé Keevy à la main, dans mon atelier, avec une conviction simple : un cosmétique naturel peut être aussi efficace qu'un produit conventionnel, à condition d'être formulé avec rigueur.

Aujourd'hui, la marque vit à travers une gamme complète de soins visage et corps, présente en boutique, sur les salons et en ligne.

J'accompagne désormais celles qui veulent faire le même chemin : formuler, structurer, lancer — sans les erreurs qui coûtent des mois.



La gamme Keevy — des cosmétiques naturels formulés et fabriqués à la main.

PASSE À L'ACTION

Et si on construisait *ta marque* ensemble ?

Tu sais maintenant lire une étiquette. L'étape suivante, c'est d'en écrire une : construire des formules dont tu es fière, avec des allégations que tu peux prouver. C'est exactement le travail qu'on fait ensemble dans le coaching Keevy.

1^{er} entretien de 30 minutes — 100 % offert

Un diagnostic de ton projet, un plan d'action personnalisé et des recommandations concrètes.
Sans engagement, sans carte bancaire.

PACK	CE QUE TU OBTIENS	TARIF
Découverte	Entretien 30 min · diagnostic + plan d'action	Offert
Starter	4 séances · 1 mois · positionnement, gamme, 2 produits formulés, conformité, sourcing	590 €
Pro	13 séances · 3 mois · branding complet, 6 produits, dépôt de marque, réseaux sociaux	1 590 €
Ta marque de A à Z	27 séances · 6 mois sur-mesure · jusqu'à 12 produits, VIP, événements premium	2 990 €

RÉSERVE TES 30 MINUTES OFFERTES

coaching.keevy.fr

Keevy Cosmétiques · hello@keevy.fr · keevy.fr

Instagram @keevy_cosmetics.mu · Facebook Keevy · TikTok @keevy.cosmetics.m

Paiement en 1 ou 3 fois sans frais · Garantie satisfaite ou remboursée 14 jours

© 2026 Keevy — Guide informatif offert. Ne constitue pas un avis juridique ni une évaluation de la sécurité.