

Marque Bretagne : 875 partenaires forment désormais le réseau : un réseau toujours plus engagé dans le développement durable

*Avec l'arrivée de **39 nouveaux partenaires**, le réseau de la **marque Bretagne** continue de s'étoffer et atteint aujourd'hui **875 structures membres**. Grande nouveauté pour ce dernier comité : l'intégration d'une grille d'autodiagnostic des valeurs au cœur de la candidature. En lien avec la Breizh Cop*, la **responsabilité sociétale des organisations est maintenant totalement intégrée et très opérationnelle** dans la démarche de marque.*

Jeudi 19 novembre dernier, le comité de marque* s'est réuni en visio-conférence, pour étudier l'ensemble des candidatures déposées. A l'issue de cet échange, 39 dossiers, dont 15 acteurs du tourisme, ont été retenus (voir liste complète en PJ) :

- 8 associations,
- 25 entreprises,
- 6 collectivités territoriales.

Au regard de la situation sanitaire actuelle, il n'y aura pas de rencontre régionale pour les accueillir en cette fin d'année. Elle sera reprogrammée dès que la situation le permettra.

Une marque de territoire responsable et engagée

Une fois de plus, la Bretagne est pionnière dans sa démarche de marque de territoire. En effet, à l'aune de la stratégie Breizh Cop portée par la Région, la marque Bretagne a considérablement renforcé son **positionnement développement durable** à la fois dans son fonctionnement, mais aussi dans le process de candidature et dans l'accompagnement des partenaires.

Une grille d'autodiagnostic des valeurs pour faire le bilan

Les entreprises qui font « de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) sans le savoir » ne sont pas rares, loin de là. Avec la **nouvelle grille d'autodiagnostic**, la marque Bretagne propose aux candidats de faire le point sur leurs actions en termes de développement durable. Co-construite par le CRT, BDI, le comité de marque et l'Agence Déclic, ce nouvel outil permet de « scanner » les 4 valeurs de la marque en s'appuyant sur les questions centrales de l'Iso 26000 (norme de référence internationale pour les questions de responsabilités sociétales).

Dans le cadre de leur intégration dans le réseau, les candidats proposent aussi **3 engagements concrets** à mettre en œuvre dans les premières années de partenariat. Nouvelle gestion des ressources, utilisation de

produits respectueux de l'environnement, chartes d'égalité, démarches de labélisations sont autant d'engagements proposés par les candidats pour ce dernier comité. Des engagements qui semblent très naturels pour ces acteurs qui viennent aussi dans le réseau marque Bretagne pour partager des valeurs.

Un nouveau programme d'ateliers en préparation pour 2021

Pour continuer à sensibiliser et accompagner les entreprises dans leurs stratégies responsables, BDI travaille actuellement avec plusieurs acteurs régionaux de la RSE (AFNOR, Agence Déclic, B2E, CCIB, EME, Lucie, O2M) afin de proposer un **programme d'ateliers de montée de compétence** sur les questions liées aux transitions écologiques et sociétales des organisations : de la stratégie globale aux thématiques clés telles que l'économie circulaire, la gestion des ressources etc. Le CRT, investi pour le tourisme durable depuis longue date, continue et renforce la sensibilisation des acteurs du tourisme à travers des webinaires thématiques et un accompagnement individuel.

Une gamme d'objets éco-responsables

Autre nouveauté : la marque Bretagne propose une **nouvelle gamme d'objets dérivés** éco-responsables sur sa boutique en ligne. Cette dernière est pensée, d'une part, de manière à co-construire les futurs objets avec ses partenaires bretons en fonction des demandes reçues, et d'autre part, à commander en grande quantité pour réduire les coûts et donner accès à des produits éco-conçus au plus grand nombre.

Le réseau marque Bretagne, avec ses 875 partenaires, est une source inépuisable de savoir-faire. L'idée est donc d'être à l'écoute des besoins des entreprises afin de faire une proposition sur-mesure en s'appuyant sur nos partenaires. Nous avons réalisé nos premiers produits avec Armor lux, Agent Paper (Micro Lynx), Farbay Edition par exemple, et ce n'est que le début. Aussi, les acteurs du territoire sont invités à solliciter BDI directement pour réaliser de nouvelles créations. <https://eshop.marque-bretagne.bzh/>

Une stratégie digitale qui raconte un territoire en transition

A court terme, les outils ci-dessus permettront de détecter toutes les initiatives innovantes mise en œuvre dans le réseau et de communiquer sur les acteurs engagés.

A moyen terme, la stratégie digitale alimentée depuis quelques années par les différentes campagnes d'attractivité (notamment Bretagne Passez à l'Ouest et #DepaysezVousEnBretagne) va poursuivre son développement en s'attachant à **valoriser la Bretagne innovante, créative et responsable** : un contenu renouvelant l'image de la Bretagne sur ses enjeux de transition.

Plus d'information sur : <https://www.marque-bretagne.bzh/>

**Pour en savoir plus sur la Breizh Cop, projet d'avenir pour la Bretagne pour mettre en œuvre toutes les transitions (écologique, climatique, économique, sociétale mais aussi méthodologique) : <https://www.breizhcop.bzh/presentation/cop-regionale/>*

**Le comité de marque se compose d'une vingtaine de personnalités issues de milieux divers (entreprises, universités, centres de recherche, associations culturelles ou sportives, grands événements, professionnels du tourisme, professionnels de la communication, du marketing ou du design).*