

ASSEMBLÉE 2021

ENSEMBLE, RELANÇONS L'ÉCONOMIE LOCALE !

EMBARQUEMENT POUR 

**l'Assemblée 2021 de
Produit en Bretagne**

PRÊT À EMBARQUER?

LE 12 FÉVRIER

Réseau

PRODUIT EN
BRETAGNE



Réseau

PRODUIT EN
BRETAGNE

La Marque des
savoir-faire bretons

L'ASSOCIATION PRODUIT EN BRETAGNE


**Achat local et responsable
pour l'Emploi**

www.produitenbretagne.bzh




SOMMAIRE

-  HORIZON 26 000  p 2
-  BAROMÈTRE B TO B  p 5
-  ETUDE RELOC'H  p 6
-  REPERES CHIFFRES DE L'ASSOCIATION PRODUIT EN BRETAGNE  p 9

 L'an dernier, nous faisons le constat que l'achat local reste toujours un levier majeur, depuis la création de Produit en Bretagne en 1993, mais qu'il ne suffit plus. De nouvelles attentes, très fortes, se sont peu à peu imposées, notamment au sein des nouvelles générations. La **responsabilité sociétale** est une étoile montante et si Produit en Bretagne veut rester une association pionnière, elle doit prendre en compte ces nouvelles attentes et les servir.

Produit en Bretagne, en 2020, c'est l'achat local proposé par des entreprises responsables.

 Nous avons donc décidé de monter d'un cran dans nos engagements RSE et de proposer aux entreprises un parcours RSE, que nous nommerons ici Horizon 26 000.

1993

**ACHAT LOCAL
POUR L'EMPLOI**



2020

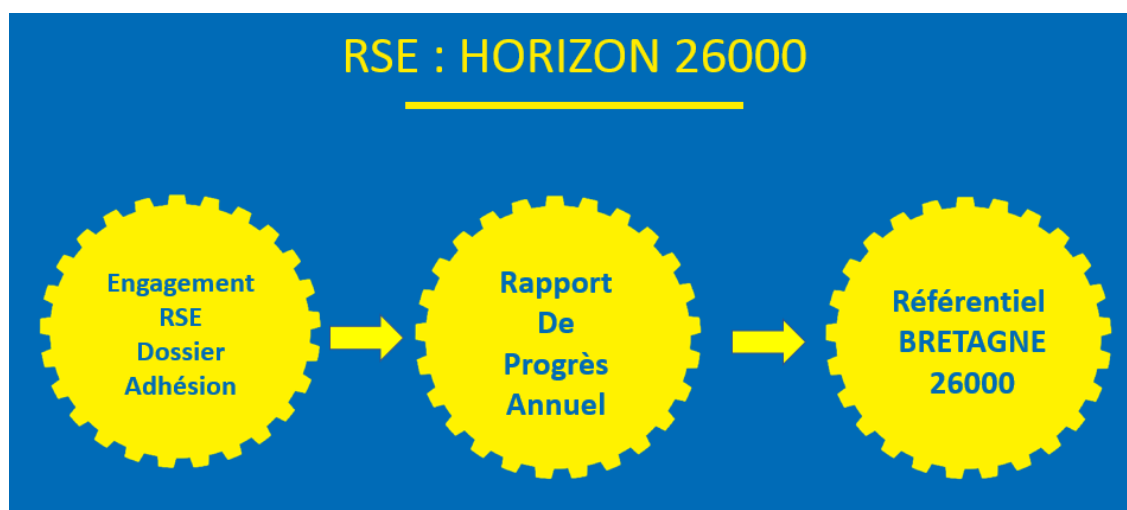
**ACHAT LOCAL
ET RESPONSABLE
POUR L'EMPLOI**



8 pages spéciales dans le numéro de février de Bretons

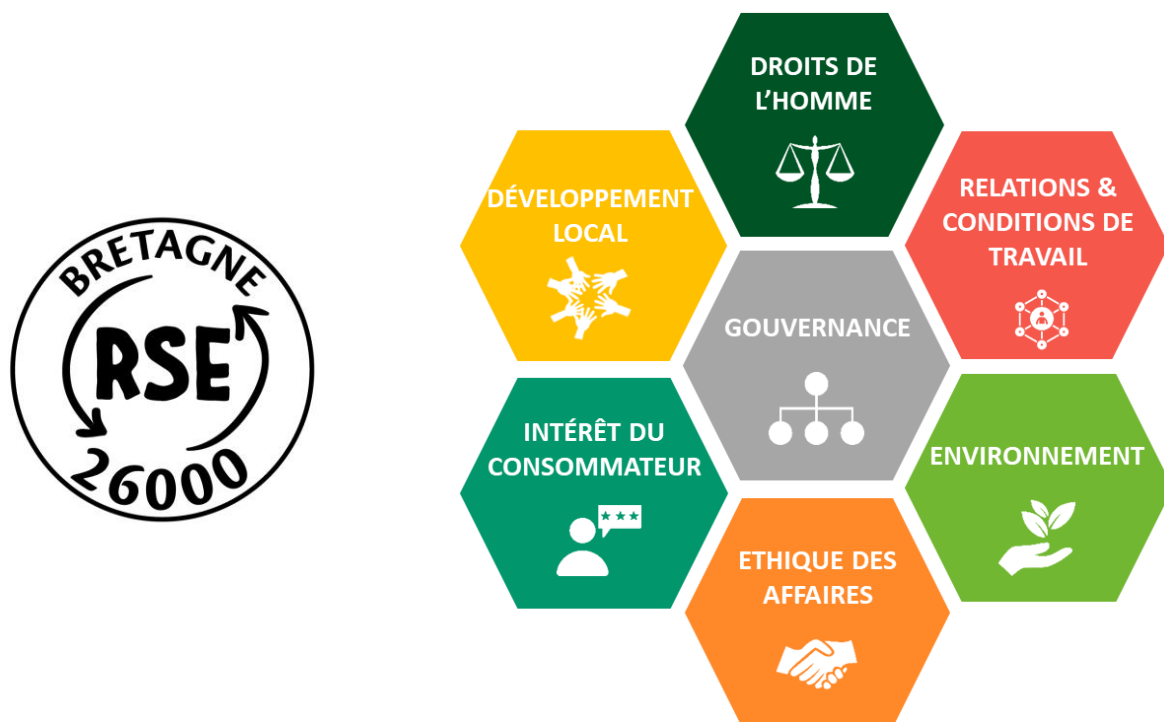


- ✦ En 2020, la commission RSE a travaillé d'arrache-pied avec Alan Fustec (Président de Lucie) pour mettre en place les outils nécessaires à la concrétisation de ce parcours en trois étapes. **2021 marque la concrétisation de notre démarche RSE.**



- ✦ **Première étape : le dossier d'adhésion**
Nous avons musclé notre dossier de demande d'adhésion en renforçant la vigilance RSE. En particulier a été ajouté le nécessaire engagement RSE de la Direction Générale de toute entreprise postulante.
- ✦ **Deuxième étape : Le rapport annuel de progrès**
Ce rapport, qui devient obligatoire pour tous les membres dès 2021, couvre les différents chapitres de la RSE, et permet de faire environ la moitié du chemin qui mène à la norme ISO 26 000. Nous l'avons conçu sous une forme dématérialisée et très facile à remplir. Son contenu est public.
- ✦ **Troisième étape : Bretagne 26 000**
Il s'agit de la norme internationale ISO 26 000, dans une version déclinée du label Lucie, avec un renforcement des engagements pour le territoire. C'est le premier label RSE territorial. Un groupe d'entreprises pionnières s'engagera dans la démarche dès 2021, pour bien valider le processus. Puis il sera proposé à tous les membres de Produit en Bretagne, tout en restant optionnel.

- ✦ Du questionnaire d'adhésion au rapport de progrès RSE annuel obligatoire : l'amélioration permanente.
Et de façon volontaire l'accès à un label respectant les exigences de la Norme ISO 26 000.
Un cadre de référence commun :



- ✦ Voici notre label Bretagne 26 000 : il pourra être utilisé par les entreprises qui iront jusqu'au bout dans la démarche Bretagne 26 000. Il a été concocté avec notre adhérent Pudding Créatif.

Nous avons misé sur la simplicité, la sobriété, et sur une certaine parenté avec Produit en Bretagne. Par le choix du nom, Bretagne 26 000, nous voulons que Produit en Bretagne représente le fer de lance de la démarche RSE en Bretagne.



✦ Nous venons de réaliser un **baromètre B to B**. Cette étude est le pendant du baromètre B to C réalisé l'an dernier par notre adhérent AOC. Cette fois, l'enquête est conduite auprès des entreprises. Il s'agit de mesurer par un baromètre **la perception** que les entreprises membres et non membres ont de Produit en Bretagne sur les 5 départements.



Quelques enseignements en 9 points clés

Chez les Adhérents (200 répondants) :

- Une notoriété de **100%**
- Un indice de satisfaction de **7,5 sur 10**
- Un **NPS* de 46**, très bon score comparé aux usages. Il indique donc que nos adhérents recommandent fortement Produit en Bretagne. Ce sont d'excellents ambassadeurs.
- Parmi une liste d'une vingtaine de valeurs proposées, **nos valeurs d'engagement et de solidarité sont clairement perçues et validées**
 - La défense de l'emploi est une idée prédominante
 - Un axe de travail à consolider : **Favoriser l'achat B o B**

Chez les Non-adhérents (200 répondants) :

- **98%** connaissent notre logo Produit en Bretagne
- **60%** expriment une appétence à entrer dans le réseau à l'avenir
- Pour eux, Produit en Bretagne est la marque qui favorise l'achat breton

* Qu'est-ce que le NPS ?

Sur une échelle de 0 à 10 dans quelle mesure recommanderiez-vous un produit ou un service Produit en Bretagne à un ami, un collègue, ou un membre de la famille ?

Et l'on va considérer que tous les gens qui ont mis entre 0 et 6 sont des détracteurs de la marque, tandis que seuls ceux qui ont mis une note de 9 ou de 10 sont considérés comme des promoteurs de la marque. Entre les deux, ceux qui ont mis 7 ou 8 sont considérés comme passifs.

Le Net Promoter Score est obtenu en soustrayant le nombre des Détracteurs du nombre de Promoteurs. On ne prend pas en compte les passifs.

✦ Notre commande au Cabinet Goodwill Management tenait en une phrase :

Quelles relocalisations et localisations peut-on envisager en Bretagne ? »

L'étude est composée de deux grandes parties :



La première partie porte sur une réflexion générale concernant le développement économique et les relocalisations. Elle a consisté à :

1. Positionner les réponses dans une logique de développement soutenable car le capital naturel breton a souffert du développement économique depuis 100 ans et doit être restauré
2. Positionner l'étude dans une logique de création de valeur
3. Explorer les grands mécanismes de délocalisations et de relocalisations afin de bien les comprendre et de ne pas formuler des recommandations inappropriées. Cela aboutit à une liste de critères qui doivent être pris en compte pour relocaliser avec succès.

Cette première partie a deux utilités :

- elle a aidé à orienter nos travaux de la seconde partie en laissant de côté des fausses bonnes idées.
- elle constitue une aide à la décision pour les dirigeants bretons qui reprendront ce travail.



La Seconde partie traite du potentiel de relocalisation en Bretagne historique à 5 départements. Elle résulte d'une étude de l'économie bretonne et notamment sur ce que la Bretagne importe.

Pour ce faire **582 secteurs économiques ont été étudiés**, avec un effort réalisé sur **188 d'entre eux**.

Le résultat a été obtenu à partir d'une étude macro-économique (Données Insee, Douanes, études sectorielles de BDI, études nationales de France Stratégie...) et d'une enquête terrain auprès d'acteurs du territoire (Naval Group, Groupe Le Graët, Groupe Hénaff, BA Systèmes,...).

Il en résulte un potentiel de relocalisations exprimé en PIB et en Emplois ainsi qu'une liste de secteurs privilégiés à traiter en priorité compte tenu de leur potentiel.

Les axes qui semblaient prioritaires **pour des localisations** ont également été étudiés.



Enfin une **Stratégie de relocalisation** est proposée pour le territoire incluant des possibles rôles pour les acteurs locaux (Région, Produits en Bretagne ...).

La présente étude porte sur les actions à lancer et des résultats à collecter sur la décennie en cours : 2020 -2030.



Synthèse:

Cette étude aboutit à un potentiel de développement économique important à horizon 2030 : **+ 5,3 milliards d'euros et +131 648 emplois** soit 6 % de la population active actuelle

- 1** Il y a un potentiel de relocalisation Industriel important en Bretagne. Il représente : 2,1 Md€ de CA acheté par an et 2,5 Mds de Valeur ajoutée cumulée soit 1,7 % du PIB du territoire soit 61 848 emplois soutenus (Directs, Indirects et Induits ou DII).
Soit l'équivalent de la valeur ajoutée directe du secteur des télécoms et l'équivalent en emplois directs de l'agriculture
- 2** Il y a également un potentiel de localisation (ou de développement) important (énergie, biomatériaux et composites, aquaculture et recherche). Soit + 1,7 Md€ de CA et 2 Mds de Valeur ajoutée cumulée soit 1,34 % du PIB du territoire soit 49 800 emplois soutenus (Directs, Indirects et Induits ou DII).
- 3** Nous tablons également sur une forte augmentation du tourisme d'ici à 2030 si le mouvement est bien accompagné. Soit + 0,7 Md€ de CA, + 0,8 % de PIB et 20 000 nouveaux emplois

Voici la répartition de ce potentiel en 13 grands projets suite à une étude de plus de 500 secteurs

	Intitulé	Enjeu emploi
1	Relocalisations secteurs divers (légumes, ovoproduits, pièces en métal...)	35 128
2	Relocalisation Aéronautique	8 148
3	Zéro export déchets	3 400
4	Relocalisation Emballages	4 256
5	Relocalisation Plasturgie	2 446
6	Relocalisation Levage et manutention	2 642
7	Bretagne leader mondial Equipementiers Agro et Agri	3 578
8	Relocalisation Information Technology (électronique, informatique, télécom, cybersécurité, robotique)	2 250
9	Localisation Energie Renouvelables	30 000
10	Localisation Biomatériaux et composites	6 000
11	Booster Economie Bleue et notamment Aquaculture et Algoculture	6 900
12	Orienter la Recherche	6900
13	Accompagner la relocalisation touristique	20 000
	Total	131 648



CONCLUSION

Une Bretagne belle, prospère, solidaire, **responsable** et ouverte sur le monde.

Et que notre mission se définisse désormais comme le : soutien **responsable** de la dynamique économique et culturelle pour l'emploi.



Contacts presse : Anne-Sophie MADEC
as.madec@produitenbretagne.bzh
06 33 10 65 34



FAITES TOURNER ! L'ÉCONOMIE LOCALE !

LAKAIT AN EKONOMIEZH DA DREIÑ !

472 

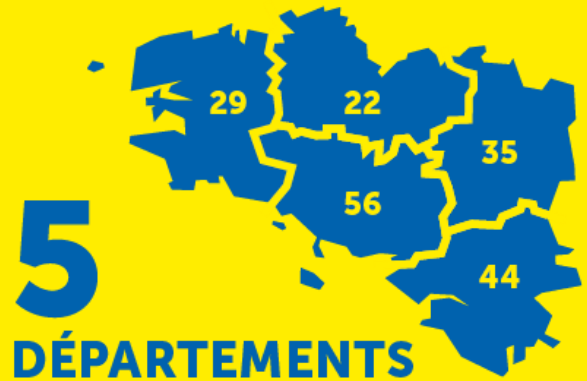
ENTREPRISES de tous les métiers :
agro-alimentaire, distribution, culture,
art de vivre, équipement industriel, services...



1^{RE} MARQUE
RÉGIONALE COLLECTIVE
en France, créée en 1993



110000
SALARIÉS
EN BRETAGNE

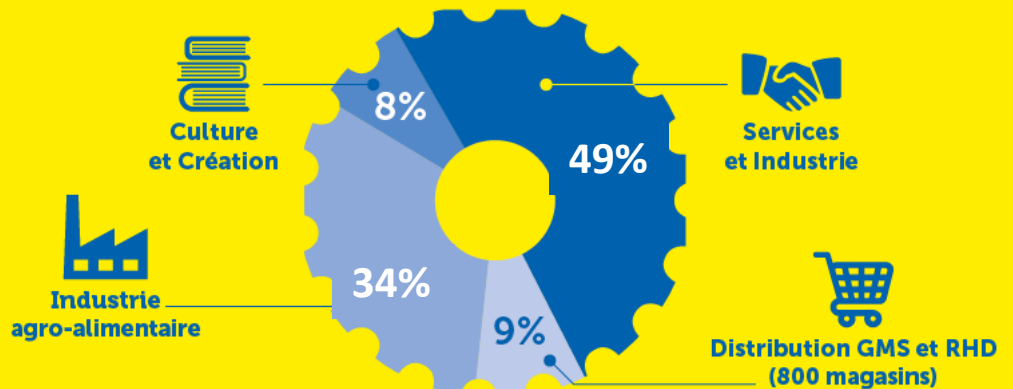


5500
PRODUITS
PORTEURS DU LOGO



800
MAGASINS ADHÉRENTS
(proximité, supermarchés, hypermarchés)

RÉPARTITION DES ENTREPRISES PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ



Répartition des entreprises par taille :
moins de 10 salariés = **25**
% entre 11 et 50 = **40** %
entre 51 et 150 = **15** %
entre 151 et 250 = **6** %
plus de 250 salariés = **14** %