

SAMEDI 7 AVRIL 2007

Images de la Bretagne et économie

Table ronde

Images de la Bretagne et publicité

Intervenant :

Frédéric Bourget, Directeur de **Produit en Bretagne**

Modérateur : **Christian Demeuré-Vallée**, chargé de mission à **Bretagne Prospective** et Président de **Identité et Démocratie**

I- Qu'est-ce que *Produit en Bretagne* ? Quelles missions et quelles actions ?

Produit en Bretagne est un acteur qui fédère des entreprises pour essayer de travailler en synergie, en réseau. Il s'agit d'un lobbying positif qui doit servir les entreprises. *Produit en Bretagne* existe par la volonté des entrepreneurs.

L'association fédère 185 entreprises (agroalimentaire, mais aussi les centres Leclerc, l'Office de la Langue Bretonne, Groupama, Armor Lux...), soit 100 000 salariés sur les 5 départements bretons. Elle a mis en place une charte qualité/éthique et a bien sûr un ancrage territorial. 2300 produits sont actuellement habilités à porter le logo de *Produit en Bretagne*.

Quand on parle de Bretagne, de son identité historique, cela peut sembler antinomique avec l'aspect commercial, mais ce serait manquer un atout important. Une région qui vit du tourisme n'a pas vocation à se développer fortement. Ce réseau d'entreprises et de savoir-faire permet de maintenir des emplois en Bretagne.

Pour l'association *Produit en Bretagne* il s'agit de développer l'emploi par la dynamique commerciale des entreprises et conserver ainsi les emplois en Bretagne, grâce à :

- un Club d'entrepreneurs
- des actions commerciales
- une communication et des actions marketing
- des événements grand public (culturels, musicaux)

Produit en Bretagne est en quelque sorte le bras armé de la région concernant le développement économique.

II- Les origines de *Produit en Bretagne*

Dans les années 1980, une idée similaire à celle de *Produit en Bretagne* avait été initiée : « Made in Breizh ». Cette initiative n'a pas fonctionné. Peut-être était-elle prématurée mais surtout il n'y avait pas d'actions concrètes et ce n'était pas la même philosophie que *Produit en Bretagne*. Cette initiative a été mise en place par une personne et non par un groupe, ce qui a peut-être fait sa faiblesse également.

Produit en Bretagne est né à la pointe Finistère en 1993, de l'initiative de 4 entrepreneurs bretons : Jean-Claude Simon (Even), Claude Pujol (Leclerc), Jean-Marie Le Gall (Saveol) et Jean-Yves Chalm (Le Télégramme).

SKOL-VEUR YAOUANKIZ BREIZH - UNIVERSITÉ JEUNES EN BRETAGNE

Synthèses des débats

L'idée était de mettre en réseau et de fédérer des entreprises, en appliquant l'effet domino : si un maillon va bien, cela se répercute sur les autres. Ce n'est pas une structure institutionnelle mais basée sur la réactivité des entrepreneurs. 85% du financement vient des cotisations des entreprises. À celles-ci s'ajoutent des aides de la Région Bretagne et du département de Loire-Atlantique.

Les créateurs de *Produit en Bretagne* ont souhaité créer un signe de reconnaissance des produits fabriqués en Bretagne à l'attention des consommateurs. Ces consommateurs étant aussi des habitants de la région, dont le souci était de trouver ou de préserver leur emploi. Cette problématique de l'emploi était particulièrement vraie en 1993 et elle a servi de ciment lors de la mise en place de la démarche. Elle mettait également en avant une logique de partage de la croissance.

III- Les valeurs de *Produit en Bretagne*

Ses valeurs fondatrices sont : l'attachement au territoire, l'éthique et la solidarité, c'est-à-dire permettre un développement économique et culturel en respectant l'environnement, la qualité globale du produit et la mise en avant du réseau d'entreprises.

- Développement économique et culturel de la Bretagne
- Qualité globale
- Respect de l'environnement
- Etc

Produit en Bretagne est une exception en France dans son fonctionnement, car c'est une entreprise fédératrice sous statut associatif. Elle n'est pas financée par des fonds publics. Elle est au service d'un collectif sans l'idée de faire du bénéfice, et « interdit d'interdire » : elle ne pratique pas de discrimination à la concurrence.

Produit en Bretagne est le premier décideur économique en Bretagne avec un chiffre d'affaire de 15 milliards d'euros sur le territoire breton (5 départements).

L'association-entreprise travaille sur des idées transversales (qui concernent plusieurs secteurs d'activités).

IV- Le logotype de *Produit en Bretagne*

Le logo *Produit en Bretagne* est appelé « label » à tort. Il ne s'agit pas d'un label de qualité. Il a été créé pour responsabiliser le consommateur : l'inciter à ne pas se baser uniquement sur le prix et à penser à l'achat citoyen et solidaire.

Il montre simplement que l'on achète un produit qui fait travailler l'économie locale. *Max Havelaar* aide une économie assez lointaine, mais il existe un tissu économique fragile aussi localement, plus près de nous.

Il avait été demandé à l'agence *Carré noir* à Paris de créer le logo de *Produit en Bretagne*. Mais aucune proposition n'a plu aux dirigeants de l'association-entreprise et c'est finalement le fondateur de *Produit en Bretagne* qui en a eu l'idée (en Savoie lors d'une discussion avec son frère !). Aujourd'hui, on pourrait se passer de l'écriture *Produit en Bretagne* tellement le visuel du logo est caractéristique et efficace.

On associe à ce logo et à la Bretagne l'idée de qualité et cette association de valeurs par le consommateur a un impact sur les ventes, même si ce constat reste difficile à quantifier.

SKOL-VEUR YAOUANKIZ BREIZH - UNIVERSITÉ JEUNES EN BRETAGNE

Synthèses des débats

V- Les entreprises de *Produit en Bretagne*

Aujourd'hui, on approche les 200 entreprises membres (contre environ 80 en 1993) et celles-ci sont fidèles.

Toutes les entreprises bretonnes ne peuvent pas devenir membres de *Produit en Bretagne* car une charte de qualité et une philosophie régissent les adhésions :

- le produit mis en vente se doit d'être fabriqué en Bretagne uniquement (en conséquence aucune entreprise de négoce ne peut adhérer).
- un audit de contrôle est réalisé sur les entreprises tous les trois ans par *Produit en Bretagne*. En cas de doute, le principe de précaution est appliqué.

Seul un média est actuellement membre de *Produit en Bretagne* : Bretagne Magazine. Ouest-France et Le Télégramme sont également membres mais pas en tant que média : ils le sont mais pour leur secteur d'édition.

L'important pour les entreprises c'est la notion de valeur ajoutée (technique et intellectuelle).

VI- Aide à la culture et promotion de la langue ?

Ce n'est pas la vocation première de *Produit en Bretagne* mais il existe un collège « culture et création ». *Produit en Bretagne* ne fait pas de mécénat envers les associations demandeuses d'aides financières mais les entreprises membres en font. Il s'agit de favoriser les passerelles entre les deux secteurs. Le choix final incombe bien sûr à l'entrepreneur.

Produit en Bretagne communique sur l'image de la Bretagne, qui inclut aussi aux yeux des gens la langue et la culture. Il y a un complexe de la langue vis-à-vis de l'économie mais ce n'est pas la vocation de *Produit en Bretagne* de vulgariser la langue bretonne, c'est plutôt celle d'autres organismes avec lesquels il peut y avoir des actions communes.

Pourtant, voici le dernier exemple d'affichage en 4x3 dans le métro parisien et sur le périphérique :

350 faces ont ainsi été réservées entre le 25 mai et le 1er juin.

Pour un message à la fois fort symboliquement et « exotique » pour le clin d'œil à la langue et la culture bretonne dans son ensemble.



Cette action d'affichage s'inscrit dans un plan défini sur 3 ans.

Les murs du métro parisien verront encore l'an prochain *Produit en Bretagne* s'afficher.

Rapporteurs : Émilie Hamel, Aurélie Le Brun, Anaïs Meunier-Berthaux