

La marque Bretagne renforce son réseau avec l'arrivée de 45 nouveaux partenaires

Le 23 novembre dernier, Bretagne Développement Innovation et Tourisme Bretagne ont réuni les membres du comité de sélection de la marque Bretagne. Objectif : étudier et sélectionner les dossiers de candidature déposés par tous types de structures régionales (entreprises, professionnels du tourisme, associations, collectivités...). Après délibération, 45 structures ont rejoint le réseau de partenaires, soit 41 entreprises dont 16 acteurs du tourisme, 3 associations et une collectivité. Ce réseau compte désormais 1 068 partenaires.



En rejoignant le réseau de la marque Bretagne, ces 45 partenaires, issus de secteurs variés, souhaitent contribuer à renforcer l'image et l'attractivité du territoire. Parmi les nouveaux membres, figurent des entreprises innovantes, des acteurs culturels, des entreprises du patrimoine vivant et bien d'autres, tous animés par la volonté commune de promouvoir les richesses de la Bretagne.

Les coups de cœur du comité de marque :

- **Elfenn Cosmétique (56)** : implanté dans le Golfe du Morbihan, Elfenn a pour mission de valoriser la caméline et sa filière, comme symbole de l'économie circulaire. Leur démarche « bio-inspirée » encourage les circuits courts et l'ancrage territorial breton.
- **Bonneterie le Minor (56)** : portée par plusieurs générations de femmes, l'histoire de Le Minor se raconte au travers de ses pièces emblématiques : le pull marin, le pull officier, la marinière, ou bien encore le kabig... Le Minor forme la nouvelle génération de fabricants, préservant ainsi une fabrication 100% française et l'emploi local.
- **Ty Jaune (29)** : fabriqué dans le Finistère, à Ploudaniel, ce pastis breton contient plus de 40 ingrédients naturels dans sa recette top secrète. Leur volonté : favoriser l'achat local pour dynamiser et valoriser le territoire.
- **Forêt Totem (56)** : installé au cœur d'une forêt en Centre Bretagne, cet ancien hameau transformé en hébergements écoresponsables incarne la nouvelle génération du tourisme responsable. Forêt Totem propose des activités « slow tourisme » avec un modèle expérientiel (gîtes, restauration, sentier pédagogique, location de vélos et bientôt, des Tiny House, une yourte et un espace game).
- **Bar Breton (56)** : dirigé par une bistrotière des temps modernes, issue de la 4^{ème} génération de femmes de la même famille qui l'ont tenu avant elle, ce lieu réinvente le rendez-vous au bistrot pour les habitants et touristes. Il propose un concept global incluant un bistrot de bourg, une crêperie, des chambres d'hôte et des animations culturelles toute l'année. Pour ce bar en permanente évolution, la RSE est déjà en pratique depuis longtemps avec des actions fortes telles que les 3 jours de travail en cuisine, 4 jours de travail en salle et des produits locaux de grande qualité.
- **Manoir du Vau d'Arz (56)**, situé au pied de Rochefort-en-Terre, dans un parc de 2 hectares classée Natura 2000, cet ancien domaine seigneurial du 16^e siècle, propose des chambres d'hôtes et gîtes de charme. Le Manoir offre une expérience unique dans une nature protégée et authentique.

>> Retrouver la liste des 45 nouveaux partenaires en téléchargement.

Les avantages de l'intégration au réseau de la marque Bretagne

En s'engageant dans cette démarche collaborative, les partenaires de la marque Bretagne nouvellement intégrés au réseau de la marque Bretagne bénéficient des avantages suivants :

1. **Visibilité accrue** : en faisant partie du réseau de la marque Bretagne, les partenaires augmentent leur visibilité à l'échelle régionale, nationale et internationale grâce à la notoriété élevée de la région.
2. **Collaboration stratégique** : la diversité des membres du réseau crée des opportunités de collaboration stratégique, favorisant l'innovation et le développement économique.
3. **Valorisation de l'image** : l'association à la marque Bretagne renforce la crédibilité des partenaires et contribue à bâtir une image positive de la région.
4. **Participation à des initiatives d'impact** : la marque Bretagne initie et soutient des projets ayant un impact positif sur la communauté et l'économie locale, offrant aux partenaires l'opportunité de participer et bâtir des actions socialement responsables.
5. **Enrichir son image de marque** : par l'application du code de marque, les acteurs s'engagent à faire évoluer leur communication vers des codes plus contemporains, ce qui contribue à rendre l'image d'une structure plus qualitative et plus innovante.

6. **Bénéficiaire de services spécifiques** : au-delà de la mise à disposition du code de marque et de l'accompagnement en communication, les équipes de BDI et de Tourisme Bretagne proposent un ensemble de services aux membres du réseau : prêt de signalétiques, photothèque, cartothèque, données clés, études sur des sujets économiques, culturels, touristiques, annuaire sur lequel est référencé les partenaires...
7. **Montée en compétences dans le domaine de la RSE** : les partenaires de la marque Bretagne peuvent bénéficier de tarifs préférentiels pour participer aux ateliers RSE du Parcours [TransitionS](#). Ce parcours à la carte permet aux professionnels de mener, pas à pas, une démarche de progrès : s'initier à une démarche RSE, construire une stratégie bas carbone ou numérique responsable, réduire son impact par l'écoconception ou mesurer sa performance extra-financière....

« L'arrivée de ces 45 nouveaux partenaires témoigne de la vitalité et de l'attrait continue de la marque Bretagne. En unissant nos forces, nous renforçons notre capacité à promouvoir la richesse culturelle, économique et environnementale de notre région, mais aussi, notre capacité à coopérer au service des transformations économiques et sociales », déclare Aurélie Basse, Responsable du Pôle marque Bretagne à BDI.

Les entreprises, institutions, associations, collectivités souhaitant s'inscrire dans cette dynamique peuvent s'informer sur le site www.marque.bretagne.bzh.

Suite au dernier comité, Bretagne Développement Innovation et Tourisme Bretagne ont invité l'ensemble des partenaires de la marque Bretagne à Hennebont le 7 décembre. Ce rendez-vous a été l'occasion pour les acteurs présents de se rencontrer et d'échanger autour de thématiques comme le tourisme responsable, l'attractivité touristique durable et la relocalisation.

A propos du Comité de marque :

Le Comité de marque se compose d'une vingtaine de personnalités représentatives des acteurs bretons susceptibles de devenir partenaires de la marque Bretagne (entreprises, universités, centres de recherche, associations culturelles ou sportives, grands événements, professionnels du tourisme, etc.). Professionnels de la communication, du marketing, ou dirigeant, et issus de structures partenaires de la marque Bretagne, les membres se réunissent deux fois par an pour délibérer sur les candidatures.

Retrouver ce communiqué dans l'espace presse de bdi.fr :

Contacts presse :

| | |
|---|---|
| Tourisme Bretagne Linda Bellili - 06 20 32 48 91 - l-bellili@tourismebretagne.com | Bretagne Développement Innovation Chrystèle Guy - 07 82 21 81 35 – c.guy@bdi.fr Espace presse : www.bdi.fr/fr/presse/ |
| Agence Oxygen Emmanuelle Catheline - 06 79 06 36 11 - emmanuelle.c@oxygen-rp.com Christelle Roignant - 06 83 81 61 61 - christelle@oxygen-rp.com | |

