



**BE REIZH\***  
la marque partagée pour  
les produits  
**BIO *et* BRETONS**

\*Être équitable

## UN PEU D'HISTOIRE ...

---

**Depuis 2014**

**Au sein d'IBB, à la demande des professionnels et avec eux**

**En lien avec les consommateurs**

## LE POINT DE VUE DES CONSOMMATEURS

- L'**origine régionale** d'un produit est-elle importante à vos yeux ?
- **Disposez-vous d'assez de moyens pour identifier les produits Bio régionaux ?**
- Est-il nécessaire que la filière Bio bretonne propose **une meilleur identification** de ses produits ?
- Le critère "**Développement de l'économie et création d'emploi en Bretagne**" peut-il motiver un achat ?

OUI à 94%

NON à 60%

OUI à 83%

OUI à 91%

*Etude consommateur menée entre avril et octobre 2016, à la fois en magasin spécialisé, GMS et sur internet (questionnaire en ligne diffusé via [www.bio-bretagne-ibb.fr](http://www.bio-bretagne-ibb.fr), les réseaux sociaux d'IBB, relayé par une partie des adhérents de l'association).*

*Total de réponses : 743*

# LES OBJECTIFS

Valoriser auprès des consommateurs  
les produits Bio *et* Bretons



Consolider  
le lien entre  
Local et Bio

Identifier les axes d'amélioration et accompagner les  
professionnels pour améliorer la cohérence de leurs pratiques

## FIXER LES CRITÈRES...

# LES CRITÈRES

Secteur d'activité "Préparation" (Transformateurs, Expéditeurs et Producteurs-Transformateurs)

## 1. Critères de base

Seuil intermédiaire fixé à un minimum de 70 points sur 115 pour prétendre à l'utilisation de la marque partagée

- **Ingrédients agricoles BIO d'origine régionale, en volume**

% sur l'approvisionnement global d'ingrédients agricoles Bio, en volume

- **Localisation de l'emploi en Bretagne**

Dimension économique et sociale - Sur l'activité Bio (ETP Bio) de l'ensemble de l'entreprise

- **Etapes de transformation du produit en Bretagne**

% des étapes de transformation réalisées en Bretagne

- **Activité Bio au sein de l'entreprise**

# LES CRITÈRES

## 2. Critères complémentaires, liés au développement durable

25 points complémentaires répartis sur les critères suivants

- **Bio ET équitables**
- **Cahiers des charges privés**
- **Energies renouvelables**
- **Certifications ISO 14001 et 26000**
- **Emballages**
- **Eco-conduite**
- **Action sur l'empreinte carbone**
- **1% pour la Planète**
- **ESAT**
- **Autres pratiques**

# LES CRITÈRES... des seuils significatifs

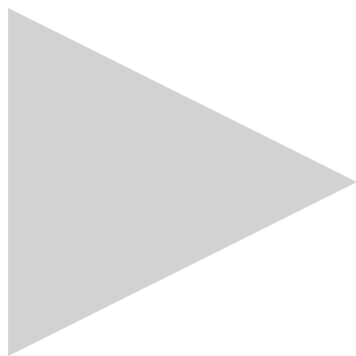
## 1. Critères de base

Seuil intermédiaire fixé à un minimum de 70 points sur 115 pour prétendre à l'utilisation de la marque partagée



## 2. Critères complémentaires, liés au développement durable

25 points complémentaires



Soit un total de 140 points - Seuil fixé à un minimum de 80 points sur 140

► Des critères formalisés au sein d'une **grille** pour totaliser un **nombre de points confronté à un seuil** en dessous duquel le produit n'est pas éligible à l'utilisation de la marque.

# LES CRITÈRES... Une grille par référence

## IBB - Grille de critères de la marque partagée - Secteur d'activité "Préparation"

Septembre 2016 - Critères pondérés - Transformateurs, Expéditeurs et Producteurs-Transformateurs

Entreprise :

Nom commercial du produit (référence) :

1 grille par référence "Produit"

En vert, cellules à compléter par le demandeur

Champ d'application : intégration pour chaque critère de la Loire-Atlantique

### 1. Critères de base (seuil intermédiaire fixé à un minimum de 70 points sur 115 pour prétendre à l'utilisation de la marque partagée)

| Critères   | Note maximale | Note associée                               |   |   |   |                                    |                                 | Votre note |   |
|--|---------------|---|---|---|---|------------------------------------|---------------------------------|------------|---|
|  |               | 100% d'origine régionale                    | Entre 75 et 99% d'origine régionale             | Entre 51 et 74% d'origine régionale             | Entre 25 et 50% d'origine régionale                 | Entre 5 et 25% d'origine régionale | Moins de 5% d'origine régionale |            |   |
| <b>Ingrédients agricoles BIO d'origine régionale, en volume</b><br>% sur l'approvisionnement global d'ingrédients agricoles Bio, en volume   | 40            | 40  | 35  | 25  | 15  | 5                                  | 3                               |            |   |
| <b>Localisation de l'emploi en Bretagne</b><br>Dimension économique et sociale<br>Sur l'activité Bio (ETP Bio) de l'ensemble de l'entreprise | 40            | 100% des emplois sont localisés en Bretagne | 51 à 99% des emplois sont localisés en Bretagne | 25 à 50% des emplois sont localisés en Bretagne | Moins de 25% des emplois sont localisés en Bretagne | /                                  | /                               |            |   |
| <b>Etapas de transformation du produit en Bretagne</b><br>% des étapes de transformation réalisées en Bretagne                               | 20            | 100%  | 51 à 99%  | 25 à 50%  | Moins de 25%  | /                                  | /                               |            |   |
| <b>Activité Bio au sein de l'entreprise</b><br>Référence : site(s) basé(s) en Bretagne pour les groupes<br>% du Chiffre d'Affaires (N-1)     | 15            | 100% Bio                                    | Entre 75 et 99% Bio                             | Entre 51 et 74% Bio                             | Entre 25 et 50% Bio                                 | /                                  | /                               |            |   |
|  |               | 115   | points au total                                 |   |   |                                    | Note obtenue 1                  |            | 0 |

Sur 115 - Seuil intermédiaire fixé à un minimum de 70 points sur 115 pour prétendre à l'utilisation de la marque partagée

Calcul automatique

### 2. Critères complémentaires

| Divers critères liés au développement durable (DD)  | Oui         | Non | / |   | / |
|---|-------------|-----|---|---|---|
|   |             |     | / | / |   |
| ► Utilisation de produits Bio ET équitables pour les produits "exotiques" entrant dans la composition du produit  | 2           | 0   | / | / | / |
| <b>Votre activité / Précisez :</b>  | Précisez... |     |   |   |   |
| ► Adhésion à un cahier des charges privé français lié à l'Agriculture Biologique et/ou à la Biodynamie et/ou au Commerce Equitable<br>Ex : Bio Cohérence, Nature & Progrès, Déméter, Bio Partenaire, Bioentreprisedurable@... | 2           | 0   | / | / | / |





# PONDÉRATION DES CRITÈRES... POURQUOI ?

- ▶ Trouver **un juste équilibre** entre les critères
- ▶ Une **évaluation globale** de la **qualité sociétale** du produit considéré au regard du **Développement Durable** :

**Qualité environnementale + économique + sociale**

Les critères sont donc entendus dans **un objectif de progrès** pour tenir compte de la diversité des acteurs, de leurs problématiques et de leurs contraintes

# Une marque Bio et Bretonne... POURQUOI ?

## ► Eclairer le consommateur

- Sur la **réalité des contraintes** rencontrées par les professionnels  
*Conditions pédo-climatiques de production, saisonnalité, disponibilité géographique de certains outils de transformation...*
- Sur la **perfectibilité des pratiques**, mais aussi sur les pratiques vertueuses qui sont d'ores et déjà à l'œuvre

Le consommateur "reizhponsable" prend conscience de la réalité  
de la construction d'une filière cohérente

Il en devient partenaire en s'inscrivant dans cette volonté  
d'amélioration

# Une marque Bio et Bretonne... POURQUOI ?

## ► Accompagner les professionnels Bio bretons

*Critères + pondération*



**Photographie de l'engagement des entreprises**

La marque partagée est aussi un outil d'amélioration, un levier pour  
davantage de cohérence des pratiques  
des professionnels Bio bretons

# Une marque Bio et Bretonne... POURQUOI ?

## Un outil réaliste



## Un outil structurant

# LE BIO'NHOMME VOUS PRÉSENTE...

# SON PARRAIN !



**Corentin GENUIT**

2<sup>ème</sup> Prix des

**Trophées BIO  
des Jeunes Chefs**

concours national organisé par  
l'Agence Bio (2016)

Un jeune chef breton, passionné par la Bio, parrain  
d'une jeune marque Bretonne et Bio

## Les partenaires Pionniers de la marque...

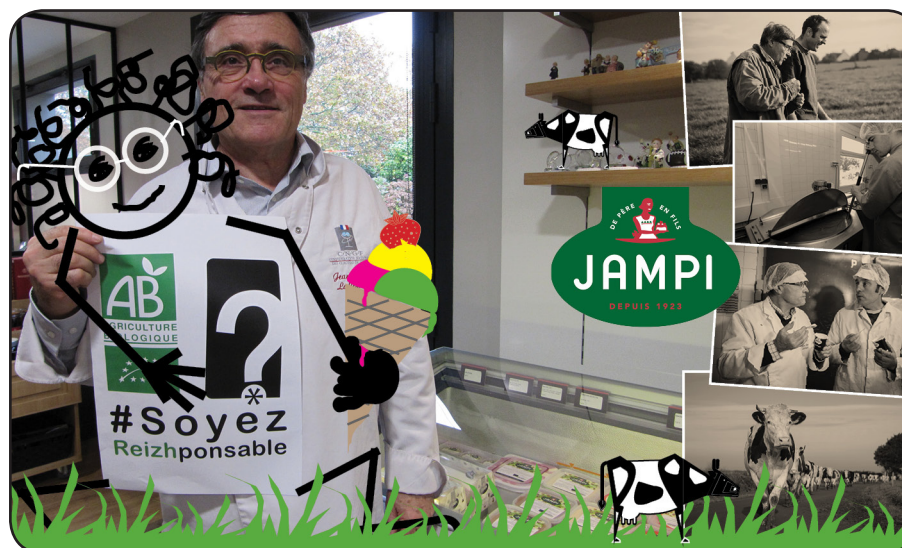
**Déjà 7 entreprises sont d'ores et déjà  
partenaires de la marque \***

*\* La marque est associée à une ou plusieurs référence(s) Produits et non à toutes les références de l'entreprise. Chaque produit est soumis préalablement à la grille de critères de la marque.*

# Les partenaires Pionniers de la marque...

## JAMPI GLACIER

Glacier - crèmes glacées et sorbets (Bohars - 29)



# Les partenaires Pionniers de la marque...

## KERVERN

Charcuterie artisanale (Grand Fougeray - 35)





# Les partenaires Pionniers de la marque...

## LA MARMITE BRETONNE

Conserverie artisanale (Plougoumelen - 56)



# Les partenaires Pionniers de la marque...

## LE P'TIT FAUSSET

Artisan cidrier depuis 1948 (Merdrignac - 22)



# Les partenaires Pionniers de la marque...

## LES SAULES - FUMOIR DES VALLONS

Artisan fumeur (Chanteloup - 35)



# Les partenaires Pionniers de la marque...

## MINOTERIE PRUNAUT (Ercé en Lamée - 35)

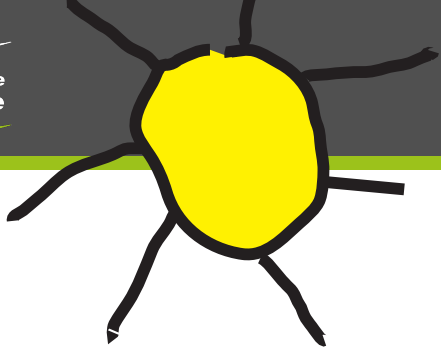


# Les partenaires Pionniers de la marque...

## ORGÉ

café d'orge à base de malt d'orge torréfié (Yffiniac - 22)





# BE REIZH

Bio et Bretons

