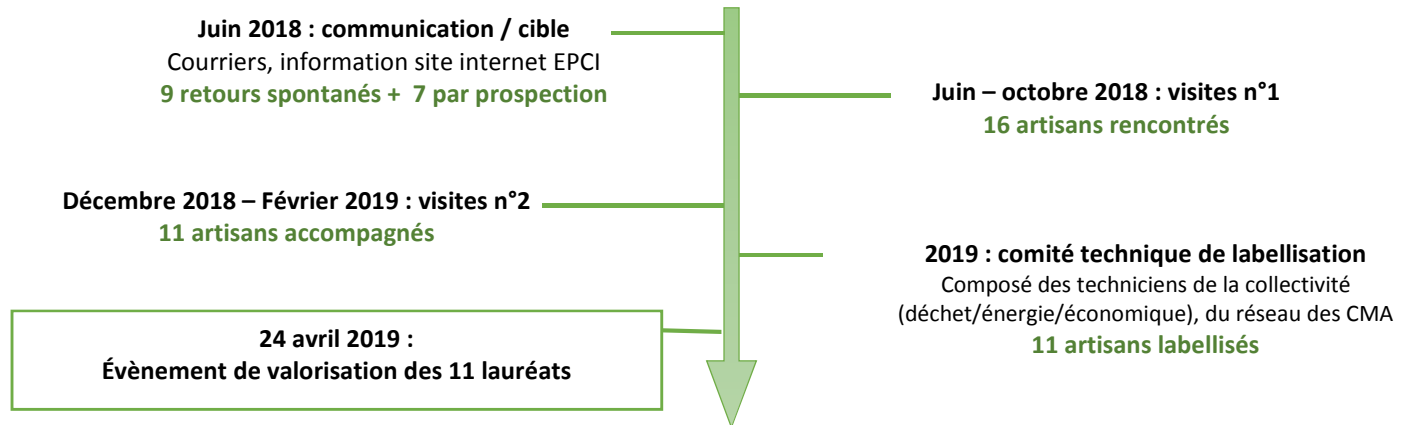


Eco - défis des commerçants et des artisans

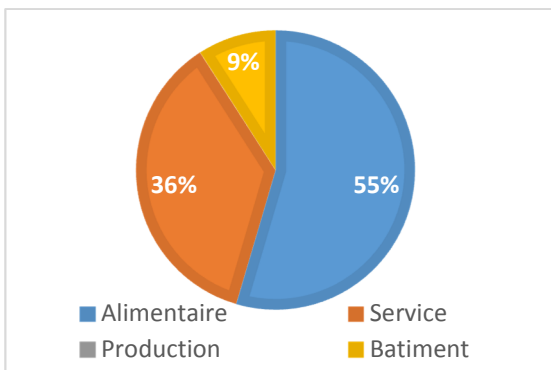
Résultats sur Brest Métropole

2018-2019

Les artisans doivent se positionner sur **3 défis minimum**, parmi une liste de **43 défis** classés en **6 thématiques** (déchets, produits, énergie, eau, transport, sociétal), lors d'une première visite en entreprise, réalisée par les conseillers Environnement du réseau des CMA de Bretagne. Une seconde visite permet de vérifier que les défis sont relevés et de récupérer les pièces justificatives pour le comité.



Représentativité des activités des 11 lauréats



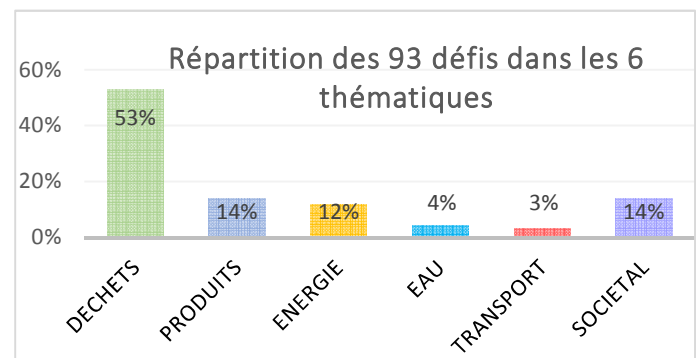
Les 11 artisans lauréats

- ♦ **3 Boulangeries** : « l'atelier du boulanger », « la fournée de Brest », « le fournil de l'Europe » à Brest
- ♦ **2 Couturières** : « la grenouille couturière » à Bohars, et « vos vœux en aiguille » à Brest
- ♦ **1 Crêperie ambulante** : « Envie de crêpes » à Brest
- ♦ **1 Boucherie ambulante** : « Bio du Minou » à Plouzané
- ♦ **1 Brasserie** : « Sas Seitek- brasserie Poèm » à Brest
- ♦ **1 Entreprise de mobiliers et copieurs** : « Ets Paillard » à Guipavas
- ♦ **1 Menuiserie** : « Thepaut Colin » à Guipavas
- ♦ **1 Salon de Coiffure** : « City coiffure » à Brest

93 défis validés par les 11 artisans bretons

3 Défis les plus relevés :

- ★ Refuser la publicité non désirée et dématérialiser sa communication (Déchets)
- ★ Travailler avec des fournisseurs en démarche environnementale ou commercialiser des éco-produits, des produits locaux ou de saison (produits)
- ★ Réparer, faire réparer; réutiliser ou donner les objets ou matériaux (Déchets)



Prix coup de cœur : « Bio du Minou » à Plouzané

Satisfaction des artisans accompagnés (44% de réponses)

- 86% sont très satisfaits de l'opération (14% satisfaits) et 70% sont très satisfaits du contact avec le conseiller CMA (30% satisfaits).
- 100% ont apprécié d'avoir bénéficié de conseils personnalisés par le conseiller de la CMA, 71% de disposer de pistes pour améliorer leur performance environnementale et 57% de faire valider leurs bonnes pratiques pour les valoriser auprès de leurs clients.
- 71% ne sont pas contre poursuivre l'opération et 30% estiment indispensable ou important de poursuivre.
- La soirée a été très appréciée (70% très satisfaits) et les outils de communication plébiscités sont le trophée et le diplôme (43% très satisfaits et 57% satisfaits). La vitrophanie est moins appréciée (86% satisfaits et 14% peu satisfaits).