

afm **CONGRÈS**
INTERNATIONAL

39 ÈME
CONGRÈS INTERNATIONAL DE
L'ASSOCIATION FRANÇAISE
DU MARKETING
RESPONSABILITÉ(S)
ET PRATIQUES du
MARKETING

Université
Bretagne Sud
LEGO
Laboratoire d'économie
et de gestion de l'Ouest

Démarche éco-responsable:


Choix des lieux	<ul style="list-style-type: none"> - Accessibilité - Proximité des lieux - Incitation au covoiturage
Communication	<ul style="list-style-type: none"> - limitation des impressions
Alimentation	<ul style="list-style-type: none"> - Produits bio et locaux - Menu a moindre impact /avec alternative végétarienne - Pas de vaisselle jetable
Déchets	<ul style="list-style-type: none"> - Goodies « consommables » - Badges réutilisables
Acteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Fournisseurs locaux et engagés
Évaluer son bilan carbone et communiquer ses résultats	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation des congressistes - Réalisation bilan carbone

12


afm **CONGRÈS**
INTERNATIONAL

39 ÈME
CONGRÈS INTERNATIONAL DE
L'ASSOCIATION FRANÇAISE
DU MARKETING
RESPONSABILITÉ(S)
ET PRATIQUES du
MARKETING

Université
Bretagne Sud
LEGO
Laboratoire d'économie
et de gestion de l'Ouest



Démarche du Bilan Carbone®



Accompagnement en
développement durable

}

Périmètre d'étude : Scopes 1, 2 et 3

Prévision d'émissions et pas bilan

Basée sur 300 congressistes

13

afm CONGRÈS INTERNATIONAL










39 ÈME

CONGRÈS INTERNATIONAL DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DU MARKETING

RESPONSABILITÉ(S)


Et PRATIQUES du MARKETING

Périmètre

	Energie	<input checked="" type="checkbox"/>
	Restauration (intrants 1)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Consommables (intrants 1)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Hébergement (intrants 2)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Emballages	<input type="checkbox"/>
	Fret restauration	<input checked="" type="checkbox"/>
	Déchets	<input type="checkbox"/>
	Déplacements	<input checked="" type="checkbox"/>
	Immobilisations	<input checked="" type="checkbox"/>



Méthodes de calcul

- ❖ Référentiel ADEME « Base Carbone V22.0 »



Version de l'outil v8.8

- Hébergement : étude ADEME 03/2020
- Autres : Base Empreinte

Université Bretagne Sud
Laboratoire d'économie et de gestion de l'Ouest

14

afm CONGRÈS INTERNATIONAL

39 ÈME

CONGRÈS INTERNATIONAL DE L'ASSOCIATION FRANÇAISE DU MARKETING

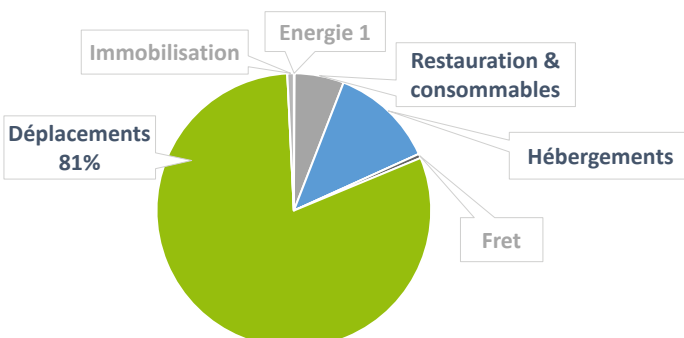
RESPONSABILITÉ(S)

Et PRATIQUES du MARKETING



Impact carbone du 39^{ème} Congrès AFM

44 tonnes CO₂e

Incertitude
18%
+/- 8t

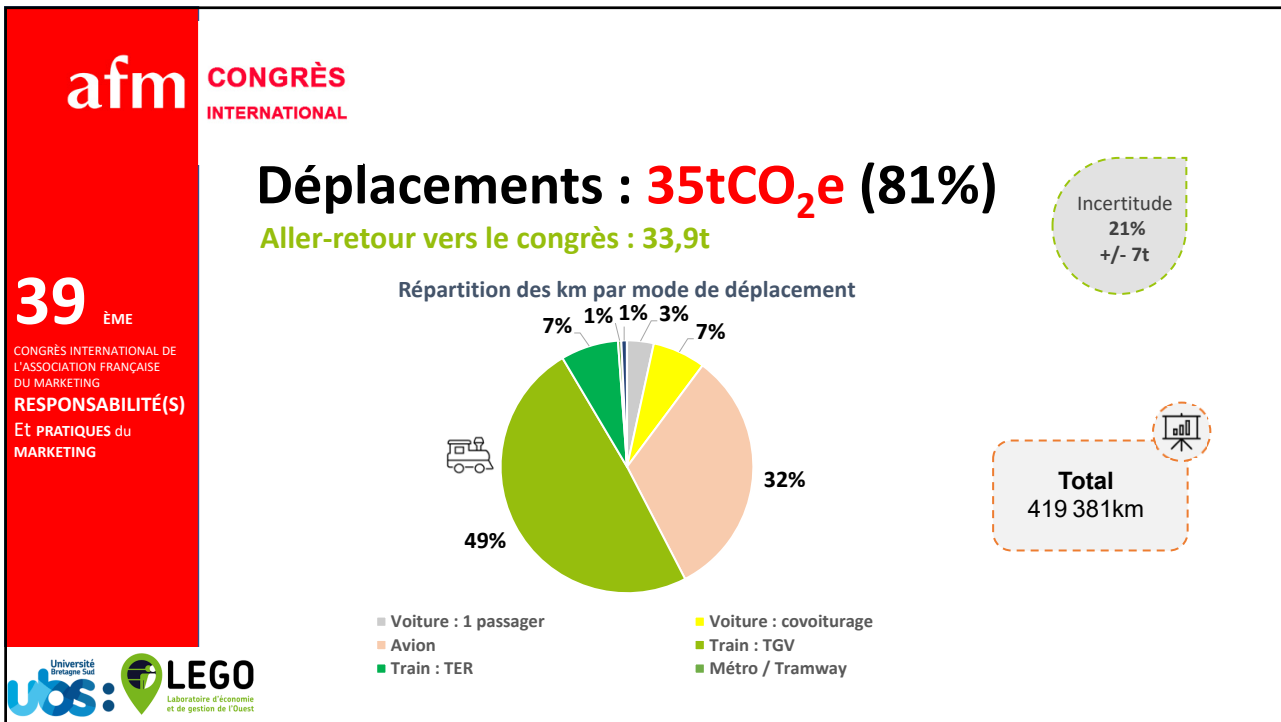


Catégorie	Pourcentage
Déplacements	81%
Restauration & consommables	
Hébergements	
Fret	
Energie 1	
Immobilisation	

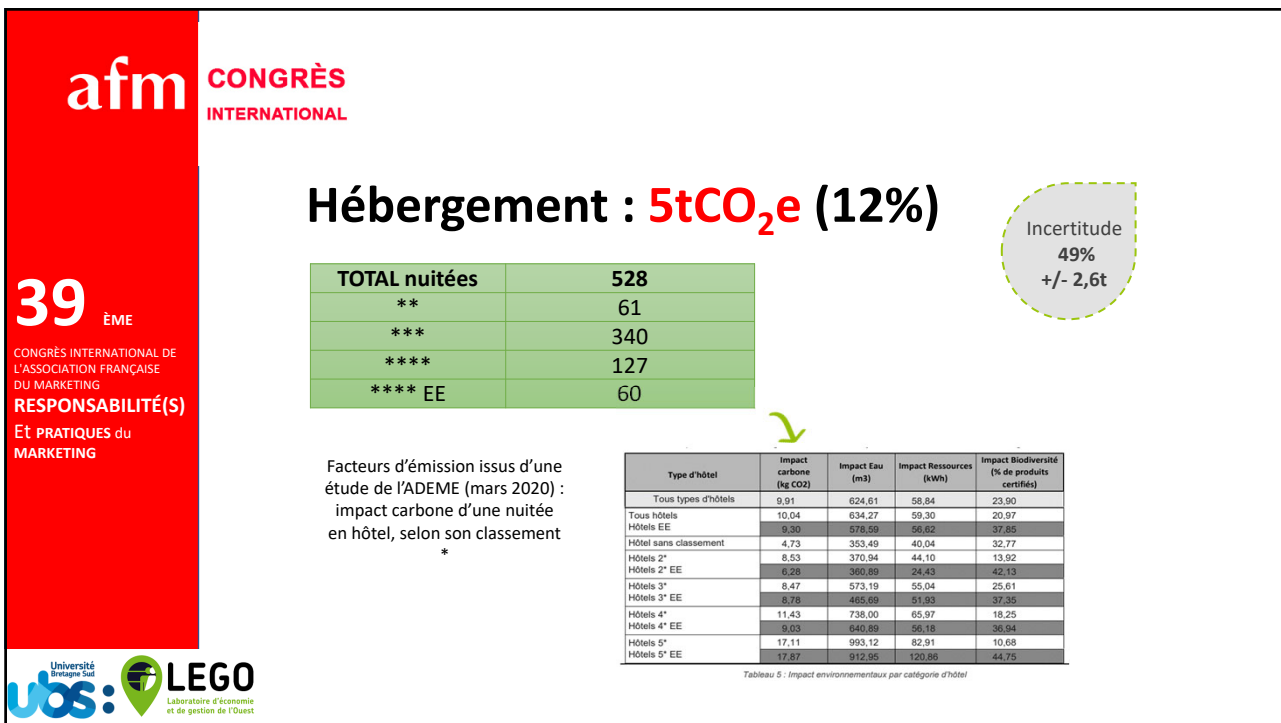



Université Bretagne Sud
Laboratoire d'économie et de gestion de l'Ouest

15



16

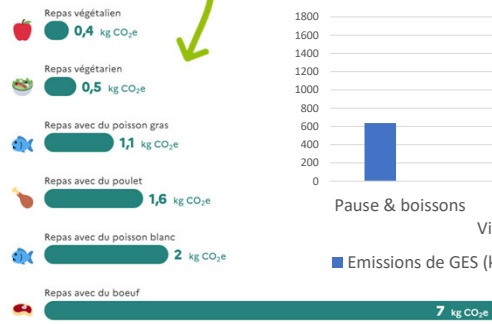


17

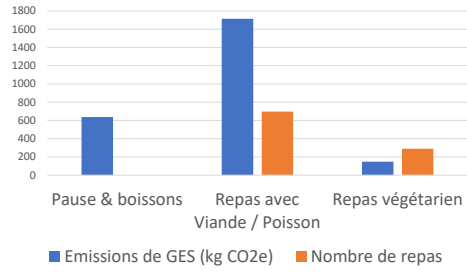
Restauration : 2,5tCO₂e (6%)

Incertitude
24%
+/- 0,5t

Valeurs génériques ADEME, par repas



Impact de la restauration durant le congrès (en kgCO₂e)



Valeurs exprimées en kg CO₂e émis par repas comprenant la fabrication, la distribution et la consommation.