

ACHAT ET CONSOMMATION

AVOIR UN POINT DE VENTE EPHEMERE ECO-RESPONSABLE



Lors d'un événement MICE de grande envergure, des points de vente éphémères peuvent être installés sur les lieux. Contrairement à une boutique permanente, le point de vente éphémère est soumis à des contraintes spécifiques : durée limitée, surface réduite, stock difficile à ajuster en temps réel et gestion des invendus en fin d'événement. Ces contraintes renforcent l'intérêt d'une approche écoresponsable, fondée sur la qualité plutôt que la quantité, le local plutôt que l'importé, et le zéro emballage superflu.

Proposer un point de vente écoresponsable lors des événements permet d'afficher les valeurs portées par l'organisateur, de soutenir l'économie locale et de sensibiliser les visiteurs à un mode de consommation engagé. L'écoresponsabilité d'un point de vente passe d'une part par le choix de fournisseurs locaux et d'autre part par une politique d'achats responsables.

THÈME
Achat
et consommation

OBJECTIF
Promouvoir des
produits locaux et
durables

**NIVEAU
DE DIFFICULTÉ**



Étapes de la mise en œuvre

1 Identifier des fournisseurs locaux et labellisés

- Identifier des fournisseurs nationaux et locaux labellisés, engagés dans une politique d'achat respectueuse de l'environnement et favorisant la fabrication en France.
- Utiliser le site Origine France Garantie pour identifier les produits labellisés, et la liste des entreprises publiée par l'INPI.
- Se rapprocher des chambres consulaires, collectivités ou agences d'attractivité locales qui ont souvent identifié des listes de produits fabriqués sur leur territoire.
- Pour les labels territoriaux, se renseigner à l'échelle régionale ou départementale, notamment auprès des Parcs naturels nationaux ou régionaux.

2 Pratiquer une politique d'achats responsables

Au-delà du local et du Made in France, intégrer les critères suivants dans chaque décision d'achat : Quelle est la composition du produit ? Où a-t-il été fabriqué et quel chemin a-t-il parcouru pour arriver jusqu'ici ? Comment est-il fabriqué et quel emballage est utilisé ? Quelle est sa durée de vie et comment sera-t-il éliminé ?

CHIFFRE-CLÉ

30 %

des produits vendus
dans les boutiques des
musées français sont
fabriqués en France

Source : fimif

3 Adopter une stratégie de vente responsable et adaptée au format éphémère

- Réduire le nombre de références et privilégier la qualité à la quantité. Un point de vente éphémère doit être plus sélectif qu'une boutique permanente pour éviter les invendus.
- Réduire la quantité de produits périssables mis en vente.
- Privilégier la vente en vrac et rationaliser les emballages : supprimer tout emballage superflu et ne proposer un emballage qu'à la demande.
- Réaliser un suivi des références vendues en temps réel pour ajuster les stocks au plus près et éviter le gaspillage en fin d'événement.

4 Sensibiliser les visiteurs à la démarche

- Former le personnel du point de vente à connaître et valoriser les produits Made in France ou Made in Local auprès des visiteurs.
- Mettre en place une signalétique ou des panneaux explicatifs sur les engagements et les raisons de ces choix.



Parties prenantes à impliquer

- Le directeur du site d'accueil.
- L'organisateur de l'événement
- Le personnel sur le point de vente, pour appliquer et relayer les consignes écoresponsables auprès des visiteurs.
- Le responsable des politiques d'achat.
- Les fournisseurs, pour adapter leur offre



Aspects financiers

Les produits issus d'un approvisionnement local ou de fabrication artisanale sont généralement plus coûteux que les produits importés. Ce surcoût est à anticiper et à compenser par une sélection des références et une estimation précise des volumes à commander. Cela permet de simplifier la gestion des stocks et de limiter les invendus.

Il convient de mettre en avant des produits locaux ou artisanaux, afin de susciter le désir d'achat sans multiplier les références. Enfin, il importe de limiter les produits ayant une date limite de consommation pour réduire les risques de pertes en fin d'événement.



Suivi de la mise en œuvre

- Suivre la provenance des produits et les fournisseurs sollicités.
- Mesurer la part des produits locaux ou Made in France
- Suivre le nombre de fournisseurs locaux sollicités.
- Suivre l'évolution de la part des invendus en valeur à la fin de chaque événement.
- Identifier les causes des invendus (mauvais ciblage des visiteurs, produits défectueux, quantités mal estimées).

RESSOURCES

ADEME, [Etude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement](#) 2021

Conseil du Commerce de France : [Guide du commerce écoresponsable](#)

écoconso : [On refait le mur ! Guide des petites rénovations écologiques, saines et accessibles.](#)

Gouvernement : [Donner vos invendus non alimentaires : comment ça marche et quelles sont vos obligations ?](#)

PARTENAIRES

