



ACHAT ET CONSOMMATION

AVOIR UNE BOUTIQUE ECO-RESPONSABLE



La boutique est devenue un passage incontournable en fin de visite : elle prolonge l'expérience visiteur et représente une source de revenus non négligeable pour les musées. S'inscrire dans une démarche écoresponsable pour cet espace, c'est à la fois réduire son impact environnemental et transmettre les valeurs de l'établissement à ses visiteurs.

Cela concerne d'une part l'aménagement de la boutique, et d'autre part la politique d'achat, qui fixe des critères sur le choix des produits. Des pratiques d'achat écologiques peuvent être adoptées en considérant les questions suivantes :

- 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 ?

THÈME

Promouvoir les produits locaux et durables

OBJECTIF

Promouvoir des produits locaux et durables

NIVEAU

DE DIFFICULTÉ



Étapes de la mise en œuvre

1 Aménager la boutique de façon écoresponsable

- Définir une politique "verte" d'aménagement, précisant des normes en matière de labels recommandés, de performance énergétique et d'objectifs zéro déchet.
- Privilégier des matériaux certifiés Écolabel européen, qui prend en considération le cycle de vie des matériaux et l'absence de substances toxiques.
- Pour des labels plus spécifiques : FSC ou PEFC pour le bois (forêts gérées durablement), Natureplus, Ange Bleu ou Nordic Swan pour les revêtements de sols, peintures et enduits, et GUT ou EMIcode pour les matériaux limitant les émissions de polluants dans l'air.
- Privilégier du mobilier modulable et démontable pour faciliter les modifications d'agencement, en utilisant des matériaux suffisamment qualitatifs pour envisager une réutilisation dans la durée.
- Favoriser l'ameublement issu du réemploi.

CHIFFRE-CLÉ

30 %

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

Source : fimif

- Privilégier une énergie verte pour le fonctionnement de la boutique, en identifiant les besoins énergétiques pouvant être couverts par des sources d'énergie renouvelables.
- Installer des éclairages LED : leur durée de vie est d'au moins 25 000 heures et leur consommation est environ 85% inférieure à celle d'un éclairage à incandescence. Éviter le suréclairage.
- Purifier l'air de la boutique avec des plantes, qui réduisent les polluants intérieurs. Le label Plante Bleue garantit que les végétaux ont été produits de manière écoresponsable.
- Veiller à la gestion des portes ouvertes sur l'extérieur, source de dépenses énergétiques supplémentaires.

2 Élaborer une stratégie de vente écoresponsable

- Réduire le nombre de références et privilégier la qualité plutôt que la quantité.
- Réduire la quantité de produits périssables mis en vente.
- Proposer à la vente des produits alimentaires et artisanaux régionaux. S'approvisionner localement ou en Made in France pour valoriser les producteurs locaux et leur offrir une visibilité. Se référer à la fiche [Développer une offre Made in France dans les boutiques](#).
- Privilégier la vente en vrac et rationaliser les emballages : adapter l'emballage au type de produit et éliminer les emballages superflus.

3 Former le personnel

- Montrer l'engagement de la direction à respecter les réglementations environnementales et décrire les mesures prises pour minimiser l'impact des activités sur l'environnement.
- Former le personnel aux choix écoresponsables de la boutique pour qu'il puisse sensibiliser les clients et les impliquer dans une consommation engagée et raisonnée.

4 Sensibiliser les visiteurs

- Expliquer les engagements de la boutique via une signalétique ou des panneaux explicatifs.
- Privilégier des supports de communication écoresponsables : kakemono en matière recyclée, papier recyclé ou labellisé. Évaluer l'impact comparé de la communication numérique et papier.

5 Gérer les invendus

Les produits culturels (livres, journaux, périodiques, films, musiques) présentent l'une des parts d'invendus les plus élevées parmi tous les secteurs (ADEME, 2021). Les contraintes liées aux droits d'auteurs et à la loi sur le prix unique du livre limitent les possibilités de déstockage ou de don. À défaut, les acteurs du secteur peuvent se tourner vers des solutions de recyclage (77% des cas) plutôt que vers la destruction (9%), qui ne présente pas de contraintes réglementaires sur les droits d'auteurs.



Parties prenantes à impliquer

- Le directeur de l'établissement.
- Le responsable de la boutique et le personnel de vente.
- Le responsable des politiques d'achat.
- Les fournisseurs extérieurs, pour adapter leur offre aux exigences écoresponsables de l'établissement.



Aspects financiers

Les frais sont principalement liés aux aménagements et à l'achat de mobilier modulable de qualité. Les prix peuvent être plus élevés en cas d'approvisionnement local ou de fabrication artisanale.

Par ailleurs, réduire la gamme de produits et éviter les produits périssables permet de limiter les invendus et de faire des économies sur les achats et la gestion des stocks.



Suivi de la mise en œuvre

- Suivre la consommation énergétique de la boutique.
- Suivre la part des produits locaux ou Made in France proposés en boutique et le nombre de fournisseurs locaux sollicités.
- Suivre l'évolution de la part des invendus en chiffre d'affaires.
- Identifier et suivre les causes des invendus (produits défectueux, fin de série liée à une fin d'exposition, etc.).

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 ?](#)