

# Gestion des boutiques de parc

## Outils d'accueil et d'interprétation



**OFB**  
OFFICE FRANÇAIS  
DE LA BIODIVERSITÉ

### 6.3 - Tenues

Quel vêtement doivent porter ceux et celles qui travaillent dans la boutique ? : le T shirt avec les couleurs du parc et le logo ?

des uniformes complets voire des costumes historiques, comme dans certaines boutiques américaines, ou simplement des badges ?

La taille de la boutique et l'importance de sa fréquentation peuvent être déterminantes. Quel que soit le choix, l'impératif premier sera de faciliter le repérage du personnel par les visiteurs. Le public doit se sentir à l'aise mais le personnel également !

Opter pour un costume complet peut représenter une contrainte pour certains membres du personnel et ne se mettra pas en place sans un projet partagé par tous sur les caractéristiques de la boutique. Pensez à un vestiaire, à un nombre suffisant de tenues car chaque membre de la boutique doit être en mesure de porter les mêmes insignes ou le même costume. Si vous choisissez la tenue complète, pensez aux aspects fonctionnels et à l'harmonisation des matériaux et des couleurs des vêtements avec l'ensemble de la boutique.

#### Orientations de travail

Attentes des collaborateurs

Il n'est pas rare d'entendre des vendeurs ou des responsables de boutiques formuler le souhait de voir se tenir régulièrement des réunions d'expression entre tous les membres de l'équipe (même s'ils ne sont que deux) pour se mettre au courant des principales questions auxquelles ils doivent répondre, faire le point sur les articles le plus fréquemment demandés qu'ils soient en vente à la boutique ou qu'ils ne le soient pas encore, ce qui mérite peut-être une explication précise...

Au cours des réunions d'expression, les collaborateurs sont amenés à confronter leurs opinions à celles des autres, ce qui permet de sortir d'un système cloisonné de juxtaposition des compétences pour aller vers un apprentissage de la vie en groupe.

#### Pistes de réflexion

Les entreprises privées comme NATURE's company ou NATURE et découverte ont formulé un projet d'entreprise qui concrétise leurs objectifs fondamentaux, leur rapport avec les clients et l'environnement. ... Un bref résumé de cette philosophie est publié et communiqué à chacun des collaborateurs et à la clientèle des boutiques.

Le projet d'entreprise est un moyen de dynamiser les services et les hommes. C'est une référence permanente pour tous les collaborateurs de la boutique et de l'espace naturel. C'est également un gage de bonne volonté d'engagement et de sincérité aux yeux des visiteurs.

#### Points de comparaison

À propos de la boutique du Musée d'Art Moderne de Saint Etienne :

*"Cette boutique est située dans le musée. Il y a une convention d'utilisation des locaux entre la ville de Saint Etienne et l'Association des Amis du Musée pour exercer ce commerce. Le personnel a un contrat à durée indéterminée : une responsable à temps complet, une vendeuse à temps partiel, en plus des vacataires, en fonction des besoins. La convention collective choisie : celle des animateurs socio-culturels. Le choix des produits sélectionnés est sous la responsabilité du directeur du musée, la responsable de la boutique agit par délégation. Dès le début la boutique a été orientée sur des livres "pointus" d'histoire de l'art. Actuellement ce créneau est maintenu, mais des produits plus classiques y figurent (livres, cartes postales, photos, lithographies).*

*Une partie des livres est éditée par le musée : catalogue d'expositions, livres spécifiques. Un catalogue des ouvrages est en cours d'édition. Au sein de l'Association des Amis du Musée, existe une commission chargée du suivi de l'activité de la boutique (convention collective, signature des contrats d'embauche, conseil de gestion, contrôle des feuilles de salaires, etc.).*

*C'est une position délicate entre le musée, le personnel qui est rémunéré par l'association mais reçoit ses ordres du musée. L'harmonie ne peut exister que par la bonne volonté des personnes impliquées. Dans cet objectif, il y a des réunions entre les partenaires pour donner de part et d'autre le maximum d'informations."*

(source : L'ami du musée N°5 juin 1990 p.34)

[Haut de page](#)