

## Le Musée du Louvre fait le choix des achats durables pour ses vêtements de travail

Par Marie-Amélie FENOLL, 17/01/2014

Pour la première fois, le Musée du Louvre s'est lancé dans les achats durables pour son marché de "tenue images" pour habiller ses salariés en contact avec le public. Choix des vêtements en coton 100% bio-équitable ou recours au secteur protégé, le Musée du Louvre a étudié tous les axes du marché.

Désormais, les salariés du Musée du Louvre accueillent le public en tenue 100% bio. Ainsi, pour le renouvellement de son "marché de tenues image" mi-2013, le Musée du Louvre a fait le choix des achats durables et affiche une économie globale de 4%.



### Un budget annuel de plus de 800 000 euros

Pour ce faire, le Musée s'est fait accompagner par le pôle développement durable du cabinet de conseil Karistem Corporate Consulting.

Le renouvellement de ce marché concernait précisément les vêtements de travail du personnel en contact avec le public (costumes, chemises, polos, pulls, cravates et autres accessoires), **soit un budget annuel de plus de 800 000 euros**. Le marché a été conclu pour une durée de 4 ans.

"Il s'agit d'un marché très important pour le Musée du Louvre, que cela soit en termes de conditions de travail de nos agents, d'image vis-à-vis du public ou de budget, explique Farida Laidaoui, directrice-adjointe des ressources humaines, responsable du

développement durable et en charge des achats de logistique au sein du Musée du Louvre. Intégrer pour la première fois des critères d'achats durables sur ce marché nous obligeait à repenser nos habitudes."

## Un nouveau cahier des charges

A nouveau marché, nouveau cahier des charges. Ainsi, ce nouveau cahier des charges du Musée comprend les déclarations sociales et environnementales des fournisseurs, la traçabilité des produits, l'utilisation de coton 100 % bio et équitable (labels Max Havelaar, AB...), la limitation des substances chimiques nocives et des solvants toxiques dans la fabrication et l'entretien des produits (label Oeko-Tex ou équivalent)...

"Les leviers économiques identifiés lors de cet appel d'offres vont dans le sens du développement durable : harmonisation des coloris utilisés, suppression des modèles les moins demandés, renouvellement des produits à la demande et non plus automatiquement deux fois par an, etc.", souligne Pierre Ravenel, directeur du pôle développement de Karistem Corporate Consulting.

## Un allotissement par types d'articles

Des leviers partagés avec les représentants du personnel et l'agence DTalent, chargée du design. Ainsi, les futurs utilisateurs ont été concertés et se sont montrés force de propositions. Au final, 87% des salariés s'avouent satisfaits.

Le Musée a également alloué son marché par type d'articles. En s'adressant à des fabricants spécialisés plutôt qu'à un généraliste, le Musée du Louvre s'est ainsi vu proposer des produits moins chers. Sur les sept fabricants qui se sont portés candidats, le Musée du Louvre en a ainsi retenu **trois (Elve, Ox'Bridge et Regain)** contre un seul lors du précédent marché. Un lot sur la distribution des vêtements aux agents a été réservé à une entreprise du secteur adapté, remporté par l'Esat AFLPH.

Ce marché s'inscrit dans le cadre d'un processus d'amélioration continue avec les différents fournisseurs référencés. Ainsi, le Musée compte réaliser quelques ajustements sur la durée du marché.

De son côté, Pierre Ravenel estime que "cet appel d'offres démontre une fois de plus que l'introduction de critères de développement durable ne coûte pas plus cher et ne nuit pas à la qualité des produits achetés". Et d'ajouter : "Bien au contraire, il n'est pas certain que le Musée du Louvre aurait atteint ses objectifs sans ces critères".