©Oxfam France

GUIDE BÉNÉVOLE MAGASIN

OXFAM
France

OXFAM FRANCE : NOTRE VISION ET NOTRE MISSION

La confédération Oxfam International est une organisation internationale de développement qui mobilise le pouvoir citoyen contre la pauvreté. Oxfam agit dans près de 60 pays pour soutenir plus de 22 millions de personnes. Elle est également présente sur le terrain de 25 urgences humanitaires à travers le monde.

Son objectif : abolir la pauvreté. Pour y parvenir, apporter un soutien vital à celles et ceux qui la subissent de plein fouet n'est pas suffisant. En connaître les causes et agir sur celles-ci est primordial, pour initier des changements nécessaires, à même de construire durablement un monde plus juste.

Avant de devenir membre de la confédération en 2006, Oxfam France a d'abord été Agir Ici. En 1988, une association de citoyen.ne.s lance "L'Appel d'Agir Ici" pour un monde solidaire. L'association propose à chaque signataire de l'Appel de recevoir des documents de campagnes et des courriers d'interpellation. L'objectif était de permettre aux citoyens de se saisir des sujets pour devenir des acteurs et actrices à part entière du débat.

NOS MISSIONS

Oxfam France porte une action globale contre les inégalités et la pauvreté à travers le monde.

Ses leviers d'action :

- Influencer les responsables politiques et économiques
- Mobiliser le pouvoir citoyen
- Répondre aux urgences et aux crises humanitaires
- Soutenir sur le terrain des projets de développement

NOS CAMPAGNES

Oxfam travaille sur plusieurs thématiques, ayant toutes pour objectif de réduire les injustices et les inégalités qui génèrent la pauvreté.

- Inégalités et justice fiscale
- Agriculture et sécurité alimentaire
- Climat et énergie
- Financement du développement et aide internationale
- Migrations
- Humanitaire et urgences

NOTRE VISION : LE MANIFESTE DU POUVOIR CITOYEN

Nous avons le pouvoir de défendre le monde auquel nous aspirons.
Un monde où les inégalités ne sont plus la norme.
Où les rapports de force sont inversés.
Où les femmes ne sont plus dominées.
Où les communautés décident ensemble et ont l'opportunité d'améliorer leurs vies.
Où l'accès à l'eau est assuré.
Où chaque personne mange à sa faim.
Où la pauvreté se conjugue au passé.
Nous sommes le pouvoir. Ensemble, rien ne peut nous arrêter.
Nous avons le pouvoir citoyen.

ÊTRE BÉNÉVOLE AU SEIN D'UN MAGASIN OXFAM

PRÉSENTATION DES MAGASINS

En 1947, le premier magasin d'Oxfam ouvre ses portes en Angleterre. Puis, des décennies plus tard, des boutiques fleurissent en Belgique, en Irlande, en Allemagne et bien d'autres... Aujourd'hui, on compte presque 1000 magasins Oxfam à travers le monde.

Au sein de nos boutiques en France, nous vendons une grande diversité d'articles, qui peuvent varier d'une ville à une autre : **vêtements, chaussures, accessoires, bijoux, livres, CD-DVD, vinyles, objets, jouets.**

Historique des ouvertures de magasins Oxfam en France
2007 : Bouquinerie de Lille
2010 : Bouquinerie de Daguerre (Paris)
2011 : Bouquinerie de Saint-Ambroise (Paris)
2012 : Friperie de Lille
2013 : Magasin mixte (bouquinerie et friperie) de Strasbourg
2019 : Friperie Le Dressing Parmentier (Paris)

LES MAGASINS SONT PARTICULIÈREMENT IMPORTANTS POUR REPRÉSENTER OXFAM SUR LE TERRAIN ET REMPLISSENT PLUSIEURS OBJECTIFS :

- Donner une seconde vie à différents produits et ainsi s'engager contre la surconsommation
- Proposer des modes d'engagements simples et concrets : donner des articles, devenir bénévole, acheter des produits à prix solidaire et ainsi prolonger leur vie
- Informer et sensibiliser le public sur des questions de solidarité internationale et sur les actions d'Oxfam France au sens large
- Financer les actions de l'association

Suivez-nous sur les réseaux sociaux

FONCTIONNEMENT GÉNÉRAL DU BÉNÉVOLAT EN BOUTIQUE

Bienvenue ! Maintenant que vous vous êtes familiarisé.e avec les valeurs défendues par Oxfam, son histoire et le concept de ses boutiques, nous allons vous parler du fonctionnement du bénévolat en magasin chez Oxfam.

Pour commencer, vous signerez la **charte et le code de conduite du/de la bénévole**, informatiquement ou sur papier, et la remettrez au/à la responsable du magasin.

La communication est la clé de voûte des équipes bénévoles boutique. Plusieurs outils sont à votre disposition (peuvent varier en fonction du magasin : **tableau en réserve, planning partagé Google Drive, boucles mail ou WhatsApp**...) : ils seront l'occasion pour vous d'informer de vos disponibilités et d'échanger avec l'équipe salariée et bénévole sur tous les sujets que vous souhaitez aborder.

Votre référent.e au sein de l'organisation est la/le **responsable du magasin**, salarié.e de l'association. Il/elle est garant.e du bon fonctionnement du magasin et est disponible pour répondre à vos questions (à noter : certain.e.s bénévoles aguérri.e.s seront également d'une grande aide). Il/elle valide les décisions prises, mais n'agit pas seul ; n'oubliez pas, vous êtes une équipe ! :)

VOS MISSIONS DE BÉNÉVOLE MAGASIN, DANS LE DÉTAIL

Nous allons nous intéresser ici aux principales missions en magasin et aux spécificités de chaque produit. Pas d'inquiétude : vous aurez tout le temps nécessaire pour vous approprier progressivement ces informations !

RELATION AVEC LE PUBLIC

Accueillir : La rencontre avec la/le client.e est un moment clé. En boutique, vous représentez l'image d'Oxfam France et il est important de créer un contact agréable et courtois avec le public et de rester à l'écoute de ses demandes.

Parler de l'association : Grâce à ce guide, à vos échanges avec la/le responsable de la boutique, à la consultation de notre site Internet et de nos réseaux sociaux, ainsi qu'à nos supports de communication disponibles en magasin (flyers, plaquettes, magazine Info'Actions...), vous serez à même de parler de nos actions aux client.e.s.

Conseiller : Afin d'orienter un.e client.e vers un produit en particulier, il est important de bien connaître le magasin et son organisation. Généralement, que vous soyez en librairie ou en friperie, vous êtes ici car vous avez une affinité avec le produit ; mais chacun.e va à son rythme, et votre connaissance des articles s'affinera avec le temps.

TRAITEMENT DES DONS

1. La réception et le tri

Lors de la réception d'un don, vous devez penser au triptyque : **Questionner** (premier don, degré de connaissance de l'association), **Remercier, Ranger** !

Certains dons ne peuvent être acceptés, car les articles sont abîmés ou trop vieux. Dans ce cas, un refus poli est généralement bien accepté des client.e.s, suivi d'une explication autour de ce que nous cherchons. Il est également possible d'accepter une partie du don seulement : pour cela, un tri doit se faire en présence du/de la client.e.

Nous ne pouvons accepter les dons si les articles sont :

- cassés ou en trop mauvais état, quelle que soit la qualité initiale du produit
- isolés, faisant partie à la base d'un ensemble (ex : deuxième tome d'une saga uniquement, sauf exceptions, comme certaines sagas de science-fiction)
- non conformes aux valeurs d'Oxfam (ex : incitation à la haine)

Il arrive que nous ne puissions pas effectuer le tri des dons avec la/le client.e, en cas de forte affluence par exemple. Dans ce cas, un autre débouché sera trouvé pour les articles non vendus par Oxfam (ex : RecycLivre pour les livres, Emmaüs pour les vêtements...) ; la liste de nos différents partenaires vous sera communiquée par la/le responsable de la boutique.

2. La tarification et l'étiquetage

Pour Oxfam, il est primordial de valoriser le don au mieux en fixant **un prix juste**, afin de respecter la/le donateur.rice, d'accorder une valeur suffisante à son don, d'offrir un prix juste à nos client.e.s, et aussi de respecter les commerçants qui vendent des produits neufs achetés en amont.

Tout article mis en rayon doit être étiqueté, afin d'y faire figurer un prix mais également des informations utiles en interne (catégorie, date de mise en rayon). Il arrive que des boutiques aient certaines spécificités d'étiquetage, reportez-vous aux règles appliquées dans le magasin où vous vous situez.

3. L'exception des produits de grande valeur

Une expertise est parfois nécessaire face à un **produit de grande valeur**, qui pourrait être vendu à un.e antiquaire ou sur des sites spécialisés.

(c) Delphine Bedel / Oxfam France

(c) Oxfam France

(c) Delphine Bedel / Oxfam France

LA TENUE DU MAGASIN

1. La rotation des produits

Afin d'envoyer un message positif aux client.e.s et ne pas monopoliser de l'espace au sein du magasin, il est important d'effectuer une **rotation de l'offre**. Cela montre que nous avons souvent des nouveautés, de nombreux. ses client.e.s et un stock important. Il est important de laisser de l'espace aux produits qui sont susceptibles de se vendre mieux, d'assurer un passage en magasin à tous les produits en réserve, et de proposer des nouveautés régulièrement afin de fidéliser les client.e.s et de contenter nos habitué.e.s. Le rythme de rotation peut varier en fonction du magasin (offre, surface, flux de dons...) ; la/le responsable de la boutique pourra vous aiguiller sur ce point.

2. La vitrine

La composition de la vitrine est un point clé : il faut qu'elle soit attrayante. Nous devons faire en sorte que les client.e.s s'arrêtent, que leur curiosité soit éveillée et que cette première prise de contact avec le magasin l'amène à rentrer. Il faut privilégier les vitrines à thèmes clairement identifiés (ex : la randonnée en bouquinerie en période de Trailwalker, la thématique rock en friperie...) : n'hésitez donc pas à rassembler plusieurs articles à l'avance afin de s'assurer qu'il y en ait assez pour composer une vitrine thématique.

3. La prévention des vols

Afin d'éviter les vols, il convient de ne **jamais laisser le magasin sans surveillance** et faire en sorte que les objets avec une valeur élevée ne soient pas situés à proximité d'une sortie ou dans un endroit peu visible (ex : éviter les coins). Pour certains produits, il peut être envisagé de ne mettre en rayon qu'une partie de l'article (ex : paire de chaussures à forte valeur – un seul pied en rayon).

LES SPÉCIFICITÉS DE LA VENTE DE LIVRES, CD/DVD

Réception des dons

Dès réception d'un don, il faut trier les livres à garder et ceux à refuser. Nous ne pouvons accepter un don si les articles sont :

- Annotés, colorés, surlignés
- Incomplets (pages ou illustrations manquantes)
- En mauvais état (valables pour les livres et les CD/DVD rayés, avec jaquette abîmée...)
- Issus de l'une de ces catégories :
  - Clubs de lecture : France Loisirs, Grand livre du mois...
  - Roman écrit par un.e auteur.e trop peu reconnu.e
  - Guide de voyage « périmé » (+ de 5 ans et pas assez vieux pour devenir intéressant)
  - Ouvrage obsolète sur des sujets d'actualité : politique, informatique, droit...
  - Volume isolé faisant partie d'une série (sauf exception)
  - Livre provenant de bibliothèques publiques
  - Livre scolaire, parascolaire, encyclopédie
  - Contenu non conforme aux valeurs d'Oxfam (ex : incitation à la violence)

La librairie dans laquelle vous serez bénévole peut avoir ses spécificités (ex : abondance de livres dans une langue en particulier) : n'hésitez pas à consulter la/le responsable de boutique pour les connaître !

Classement des articles

Une fiche est à votre disposition avec l'ensemble des catégories selon lesquelles les livres doivent être classés. La quatrième de couverture, l'auteur.e, la collection, la maison d'édition sont autant d'indices qui vous aideront à classer un ouvrage. Une fois triés et tarifés, les livres seront rangés par catégorie sur les étagères dans la réserve prévues à cet effet ou directement mis en vente.

Tarification des livres

À retrouver directement dans votre magasin.

Les sites de référence pour la recherche de prix

Decitre

Chasse aux livres

Pour l'étiquetage

- Livres : Noter la catégorie + le prix + vos initiales et la date de mise en rayon au crayon à papier à la première page du livre.
- CDs/DVDs : Sticker prix (sauf vinyles : à l'intérieur de la pochette).

Mise en rayon : les règles d'or

- Disposez les produits par catégorie et étiquetez clairement ces catégories
- Rangez les ouvrages par ordre alphabétique des auteurs (romans), par catégorie/thème (loisirs, sociologie, arts...) ou par période historique si nécessaire
- Ne serrez pas les livres au point qu'il soit difficile de les extraire en rayon
- Ne mettez pas 2 fois le même livre en rayon
- Exposez les livres verticalement
- Placez les livres près du rebord de l'étagère
- Réservez les bacs aux livres poche, éd. moins récentes ou discount (sauf bacs spéciaux)
- Participez à nos « coups de cœur » si vous le souhaitez (très appréciés du public)

LES SPÉCIFICITÉS DE LA VENTE DE VÊTEMENTS

Dès réception d'un don, il faut trier les vêtements, accessoires ou chaussures à garder et ceux à refuser. Nous ne pouvons accepter un don si les articles sont :

- Sales, troués ou abîmés
- Pourvus d'une odeur désagréable (tabac, cave, antimites, parfum fort, etc.)
- Rétrécis ou feutrés (si lainages)

Il faut donc sortir les vêtements un à un du sac et les examiner, si le flux dans le magasin le permet. Après expertise, il faut suspendre les vêtements au portant prévu, en respectant sa position dans la réserve (attention : suspendre uniquement des vêtements triés au préalable).

Chaque catégorie de vêtement a ses spécificités. Cette étape de tri propre à chaque type de vêtements est primordiale, notamment pour l'image du magasin. Les points suivants doivent être vérifiés :

PANTALONS

(1) Entrejambe ;
(2) Poches ;
(3) Fermetures éclair / bouton / boutonnière ;
(4) Trous/tâches ;
(5) Coutures/rabats

HAUTS (H/F)

Vestes, blazers, anoraks, manteaux, chemises, chemisiers

(1) Col (ne doit pas être gras ou sale) ;
(2) Poches ;
(3) Fermetures éclair / bouton / boutonnière ;
(4) Trous/tâches ;
(5) Coutures/ourlets ;
(6) Tâches de transpiration aisselles ;
(7) État de la doublure ;
(8) État poignets et coudes

JUPES

(1) Doublure (ne doit pas être sale ou déchirée) ;
(2) Poches ;
(3) Fermetures éclair / bouton / boutonnière ;
(4) Trous/tâches ;
(5) Coutures/ourlets ;
(6) Ceinture chiffonnée ?

PULLS / T-SHIRTS / SWEATSHIRTS

(1) Col (ne doit pas être sale) ;
(2) Col, poignets et base ne doivent pas être distendus ;
(3) Pas déformés ni délavés ;
(4) Trous/tâches

CHAUSSURES

Doivent être en parfait état, au mieux comme neuves ! Pas d'éraflures ou talons usés.

SACS

(1) Intérieur propre ;
(2) Fermetures éclair ;
(3) Déchirures/tâches

Eviter valises et autres sacs encombrants !

CHAPEAUX

Pas de cernes graisseux sur le bord intérieur !

A noter : certaines de nos boutiques proposent de « l'upcycling » : il s'agit de donner une seconde vie à des vêtements ou tissus en fin de vie, afin de créer une nouvelle pièce. Renseignez-vous auprès de votre référent.e pour savoir si c'est le cas dans votre boutique !

@Studio Patience P

Les vêtements qui ne peuvent être vendus en magasin doivent être rangés dans des sacs, afin d'être donnés à une autre association ou recyclés.

Pour la mise en rayon, les vêtements doivent être préalablement repassés, puis mis sur cintres. A chaque vêtement son cintre : privilégier les pinces pour les pantalons et les jupes, les cintres à barre pour les costumes d'homme, et les cintres classiques en bois pour le reste.

Tarification des vêtements, accessoires et chaussures

Les prix sont préétablis, il faut se référer aux tableaux qui vous seront remis en magasin.

Selon l'état et la qualité du vêtement, on peut choisir de baisser ou de monter d'une catégorie.
Il ne faut pas descendre en-dessous des prix minimums indiqués et ne pas faire de prix intermédiaires.
Pour les articles de luxe, ne pas hésiter à tarifer au-delà de nos prix habituels (en fonction des prix pratiqués sur Vestiaire Collective, Vinted... tout en conservant un niveau de prix solidaire).

- Inscrire la taille et la date (mois et année) sur l'étiquette de prix lors de la mise en rayon
- Privilégier l'étiquetage « groupé » (plusieurs vêtements d'une même catégorie à la suite)
- Faire attention à la position de l'étiquette sur le vêtement :
  - Au milieu du col pour les chemisiers, chemises, vestons, robes, manteaux, vestes
  - Au milieu de la ceinture pour les pantalons et jupes
- Ne jamais piquer le tissu, mais piquer à travers les étiquettes, attaches, coutures ou ourlets

Si le vêtement présente un défaut mais qu'il a été produit par une grande marque, nous pouvons le conserver (défaut à vérifier avec la/le responsable de boutique) et en tenir compte lors de l'étiquetage.

La disposition des vêtements en magasin

- Eviter de surcharger les portants, limiter le nombre de corbeilles
- Privilégier le rangement par couleur dans la mesure du possible (base du dégradé arc-en-ciel)
- Réaliser des vitrines mixtes pour montrer l'étendue de l'offre des friperies Oxfam
- Accorder la vitrine aux tendances du moment (observées dans la rue, grâce aux magasins environnants, à des boutiques inspirantes...)

LES SPÉCIFICITÉS DU BRIC À BRAC

On distingue **3 catégories de produits BAB** :

- **Les « réguliers »** : ils reviennent souvent et les client.e.s s'attendent à les trouver : ils sont bien mis en avant dans la boutique tout au long de l'année (ex : vaisselle, bijoux et montres, jeux…).
- **Les « plus rarement réceptionnés »** : à conserver dans un premier temps en stock, afin de les mettre en valeur de façon groupée dans le magasin à un moment donné (ex : bibelots, bougies, instruments de musique, articles en bois…).
- **Les « saisonniers »** : collectés tout au long de l'année, présentés lors d'une période déterminée (ex : Halloween, Noël, Pâques…).

Pour des raisons de sécurité et/ou d'éthique, nous ne pouvons accepter les articles électriques avec prise, les chaises pour enfants ou autres objets devant répondre à des normes européennes, les lunettes correctrices, les objets incitant à la haine/violence/discrimination, les objets pornographiques.

Les articles doivent être remis en état si nécessaire : dépoussiérés, propres, voire lustrés.

En magasin, la présentation doit se faire selon les règles suivantes :

- Mettre les articles les plus attractifs sur les étagères à hauteur de buste, au centre de la rangée
- Placer les produits non décoratifs mais simplement utilitaires en bas des étagères
- Regrouper les articles d'une même étagère par couleur dans la mesure du possible
- Privilégier la « masse » et éviter de laisser un article seul (qui sera alors considéré comme restant et sans grande valeur)

En cas de pièce manquante ou de défaut qui n'empêche pas la vente, il convient de le signaler aux client.e.s sur l'étiquette (afin d'éviter une déception ou une négociation en caisse).

La tarification doit se faire de manière assez fine, grâce à une observation des pratiques des concurrent.e.s (magasins physiques ou en ligne). L'impression personnelle ne doit pas intervenir dans la fixation des prix. L'expérience du/de la responsable de magasin et des autres bénévoles habitué.e.s au bric à brac peut être précieuse sur ce point.

Généralement, les produits neufs (sous emballage ou en excellent état) doivent être tarifés à 60-70% de leur valeur neuve, contre 30% pour les produits plus abîmés.

Les objets de valeur, d'antiquité et de collection constituent une exception et doivent faire l'objet d'une recherche étendue (ex : montres anciennes, médailles, porcelaine de Chine, jouets anciens…). Ils devront être particulièrement mis en valeur. Toutefois, attention aux contrefaçons !

La seconde vie des articles de BAB est déterminée par les conditions de recyclage et les partenariats de la boutique dans laquelle vous êtes bénévole – n'hésitez pas à consulter la/le responsable de magasin à ce sujet !

Le mot de la fin

Nous vous remercions sincèrement, en boutique et au siège, pour votre engagement à nos côtés. Nous espérons que vous vous épanouirez dans vos missions de bénévolat et restons à votre disposition pour toute question ! **Bienvenue dans l'Oxfamily !**

OXFAM
France

WWW.OXFAMFRANCE.ORG

Suivez-nous sur les réseaux sociaux