



## Compte-rendu du Comité technique d'administration centrale du 21 avril 2017

### **Intervention liminaire de Franck Guillaumet, titulaire de la CGT-Culture au CT.**

« Bien que je n'ai pas siégé au CHSCT qui a eu à débattre de la réorganisation de la DICOM, mes camarades m'en ont fait un compte rendu fidèle, et j'ai bien noté que le vote des représentants du personnel avait été in fine unanimement négatif.

Il n'est donc pas nécessaire de s'étendre de nouveau ici sur l'inquiétante dégradation des conditions de travail de nos collègues de la DICOM largement démontrée par le CHSCT.

Aujourd'hui est un autre jour, nous sommes au Comité technique d'administration centrale et, au nom de la délégation CGT, mon rôle est de revenir sur les enjeux structurels et de contenus afférents à cette réorganisation.

Or ce qui apparaît lorsqu'on prend connaissance du dossier présenté aujourd'hui pour avis, c'est une espèce de défaut de ligne éditoriale, le sentiment diffus que tout cela manque de construction stratégique ; ce que l'on pourrait appeler aussi : stratégie de communication.

Tout en se faisant cette réflexion sur la ligne éditoriale et la stratégie de communication de notre ministère, on ne peut s'empêcher de penser à l'absence de vision pour l'avenir et, là encore, de stratégie ministérielle qui caractérise les politiques publiques conduites par la Ministre et son cabinet.

Ce qui frappe, c'est la difficulté à cerner et à comprendre les grandes orientations prioritaires qui pourraient et devraient donner le la de la politique de la Ministre et de son action. On ne peut pas s'étonner alors - cela relève un peu d'une logique implacable - que la communication semble quelque peu tâtonner.

Nous n'avons peut-être pas suffisamment dit que les nouvelles formes de communication, et en particulier les réseaux sociaux, ne suffisent pas à concevoir et à projeter une politique forcément complexe et nécessitant, c'est vrai, d'être explicitée pour ainsi dire vulgarisée, de sorte que l'on se prépare à s'adresser à tous les publics sans exception ni exclusive. En l'occurrence, nous ne faisons rien d'autre que de parler d'une stratégie politique et d'une communication élaborée qui visent à porter la belle idée de démocratisation de la culture.

Ceci étant, nous ne voulons pas céder au « ministère bashing » et par conséquent pas plus à une forme de dénigrement systématique de la communication.

On ne compte plus en effet les expériences, les expérimentations, les actions nouvelles et audacieuses qui permettent d'entrevoir une forme de refondation du ministère et de ses politiques. Mais hélas, toutes ces initiatives sont trop souvent méconnues, si mal valorisées ; elles ne font pas synergie. On pourrait dire qu'elles ne font pas assez Ministère.

Pour conclure, pour autant que le projet présenté ne nous satisfasse pas en l'état actuel - nous considérons en effet qu'il est largement inabouti d'une part et qu'il n'apporte pas de garanties suffisantes quant aux conditions de travail des personnels d'autre part - nous vous proposons de travailler ensemble activement à l'améliorer.

Notre proposition se veut donc constructive et ouverte à la concertation : celle-ci peut et doit se poursuivre si nous voulons arriver à un consensus bon pour les missions et bon pour les personnels de la DICOM. »

## **POINT 1 : RÉORGANISATION DE LA DICOM : UN PROJET À REVOIR !**

En termes de réorganisation, les agents de la Dicom en connaissent un rayon comme nous le rappelons : tous les 2 ans une réorganisation éclot à la faveur d'une météo changeante, changement de rattachement, changement de Délégué ou alternance politique.

Après un exposé par la Déléguée qui ne fait que vanter sa nouvelle réorganisation sans fournir des raisons tangibles d'une réelle plus-value, nous pointons un ensemble d'imprécisions et d'incohérences dans le projet et l'organigramme proposés :

### **Sur le projet :**

- Que nous est-il demandé de valider ici ? pour quoi et dans quel but travaillent les agents de la Dicom ? La note de la Déléguée ne précise ni les cibles de communication visées, ni les orientations éditoriales. En guise de vade-mecum, la multiplication de la communication par les réseaux sociaux, est la principale source d'étonnement ! Facebook, twitter, instagram, soundcloud et même LinkedIn, tous les réseaux sociaux trouvent grâce au MCC, certainement que celui-ci sait communiquer, est à la pointe des tendances et a tout compris de son époque.

À la question de savoir quelle est la ligne éditoriale sur ces réseaux sociaux, à qui l'on s'adresse, les spécificités et différences entre le site internet et ces derniers : point de réponse. Vise-t-on les professionnels de la culture ? De la presse ? Le grand public, les jeunes ? Les institutionnels ? Mêmes questions pour le site Culturecommunication : Pourquoi regrouper le site institutionnel avec culture.fr sans aucune justification autre que ... de faire des économies et sans jamais définir les cibles et de ligne éditoriale ?

On comprend que l'on « communique » sur les réseaux sociaux parce qu'il faut bien y être, que c'est rapide, lapidaire autant que superficiel et que c'est très économique aussi en termes de stratégie numérique.

### **Sur l'organigramme :**

Nous relevons des incohérences :

- La multiplication des adjoints dont auparavant il avait été noté leur ... réduction ! La

Déléguée justifie ce choix car « ne pouvant être partout » il lui fallait des adjoints ! Si possible doublés de la casquette de chef de pôle, car on n'est jamais trop prudent. Des adjoints-chef-de-pôle et même des adjoints aux adjoints-chef de-pôle, voilà une organisation qui explique l'inutilité de faire des réunions hebdomadaires ! Une telle architecture triplement verrouillée, pas besoin de réunion, les adjoints-chefs-de-pôle sont la voix et la pensée, la connaissance intime de leur Déléguée. Pour les agents d'en bas, tant qu'il n'y a pas besoin de réunions, pas besoin de savoir pour quoi on bosse et de parler stratégie, un rouage ne doit pas se poser de question.

- La dichotomie « communication externe » et « communication interne » est-elle réellement pertinente ? Si l'on doit prendre au sérieux cette dichotomie, il ne pourrait donc y avoir que 2 pôles, un tourné vers l'extérieur du MCC, l'autre tourné sur le ministère.
- Pourquoi les 2 agents de la veille appartiennent-ils au pôle « communication externe » alors que leur production est délivrée en interne uniquement ? En quoi la responsable du pôle presse et relation publique va-t-elle coordonner la veille avec la production de communiqués et dossiers de presse ?
- Pourquoi 1 animateur des réseaux sociaux (community manager) appartient-il à ce pôle plutôt qu'au pôle « rédaction » ? C'est sans doute l'aveu qu'il n'y a pas de ligne éditoriale, pas de rédactionnel en fait ? Qu'il s'agit de se limiter à faire du « push » de communiqués ?
- Pourquoi un responsable de la communication des événements nationaux (autre fonction très équivalente au « community manager ») posté au pôle Internet alors que son collègue est au pôle communication extérieure (même si nous ne partageons pas ce point de vue) ? On en déduit qu'il ne s'agit pas de contenus à proprement parler. ? On se perd dans un tel « rangement » (terme employé par la Déléguée) qui semble échapper à toute règle.
- Une chargée de la photothèque qui appartient au pôle Rédaction mais dont l'essentiel est d'indexer des photographies, on renonce à comprendre la logique. Ce poste ne serait-il pas plus en cohérence avec le pôle « Internet » ainsi que le graphiste auparavant ? On nous explique que la photothèque répond intimement aux besoins du pôle « rédaction » quand il s'agit de trouver une illustration. La Déléguée affirme donc que la photothèque fait partie de la production de contenus... mais pas les « community managers » qui n'ont pas besoin d'être guidés par une ligne éditoriale ni par un rédacteur en chef.
- Un directeur artistique graphiste laissé à lui-même à qui était promis un renforcement autre que des stages de 1 mois. Il devient une Direction Artistique en contrepartie... de sans contrepartie.
- Un pôle internet sans chef de pôle. Même si la création d'un chef de pôle fait partie des promesses, rien n'est acté sur le papier. L'organigramme n'est donc pas projectif, il acte un présent déjà plus ou moins mis en œuvre. La CGT-Culture rappelle le nombre de projets numériques qui vont croissant : en 18 mois environ, montée en charge de 4 à 12 sites événementiels, 750 interventions webmastering /an, support auprès de 110 contributeurs dont seulement 10% sont webmestres, support des sites des Drac, et prise en charge des grands projets techniques de refonte, fusion des interfaces, et réponse à la commande politique telle que la création de la saison culturelle. On comprend alors que ni intégré dans les pôles nobles de la communication (externe ou interne), le faux pôle Internet n'est que la soute obscure de la communication du MCC. Un faux-pôle directement en lien avec la Déléguée mais dont aucune orientation claire (et encore moins écrite) n'émerge. Vive l'autonomie ! Pour finir : on ajoute à ce pôle la communication des événementiels nationaux parce qu'il faut au moins 4 personnes pour « faire » un semblant de pôle sur le papier et le tour est joué.

Entre-temps, les échanges sont interrompus pour pouvoir traiter le projet de création d'une délégation à la photographie au sein de la DGCA. Nous avons eu le souci de la disponibilité des

experts convoqués par l'administration sur ce point également très important.

Quand les débats reprennent au sujet de la Dicom, la Déléguée et ses deux adjoints sont partis et ne reviendront plus (d'autres réunions plus importantes que le Comité technique). S'agit-il d'un désintérêt des personnels voire d'un mépris des instances ? C'est donc sans représentants de la Dicom que nous poursuivons !

Il est alors cherché une solution avec l'administration. **Il est décidé que ce projet ferait l'objet d'un suivi dans les instances et d'un nouvel examen à 6 mois pour – si besoin est – rectifier le projet proposé.** La CGT-Culture a fait des propositions pour améliorer l'organigramme et demander qu'à minima des réunions de chefs de pôles hebdomadaires soient mises en place. Nous serons donc vigilants pour la suite donnée à cette énième organisation et pour que soit énoncé une vraie stratégie de communication, à la fois numérique et éditoriale.

### **En bref**

La CGT-Culture réaffirme qu'elle n'est pas hostile à un projet de réorganisation si celui-ci se justifie (voir notre déclaration liminaire). En l'état, le projet est à revoir car trop imprécis, incohérent, sans stratégie. Le Secrétaire général lors de ses vœux 2017 avait placé le numérique comme l'une des priorités du MCC. On attendrait à tout le moins une stratégie pour la communication du ministère. Patience, celle-ci est promise par la Déléguée pour 2018 !

**Pour le vote : la CGT-Culture s'abstient en contrepartie d'un suivi en instance et de la possibilité d'infléchir cette réorganisation.**

**D'autre part, la CGT-Culture en s'abstenant n'a pas souhaité mettre en difficulté les personnels de la Dicom avec cette organisation déjà effective (!), certains agents ayant un chef officiel et un chef officieux (celui de l'ancien organigramme).**

**La déléguée a affirmé que les évaluations ont permis de mettre à jour les fiches de poste pour qu'elles correspondent à la réalité du travail. Nous rappelons que ces fiches de poste restent des documents opposables et de demander leur mise à jour en cas de besoin.**

**La Déléguée ne peut donc s'enorgueillir d'avoir fait passer son projet comme si de rien n'était.**

**NB : seule la CGT a pris part à ce vote : certaines délégations syndicales n'ont en effet pas pu participer à cette séance du 21 avril ; une autre a quitté la séance avant la fin des débats sur la DICOM.**

## **POINT 2 : PROJET DE CRÉATION D'UNE DÉLÉGATION À LA PHOTOGRAPHIE AU SEIN DE LA DGCA.**

### **La CGT-Culture vote pour ce projet**

On ne dira en effet jamais assez combien il est important que cette discipline essentielle à la richesse de notre patrimoine et à la création artistique dans toute sa modernité et son dynamisme pluridisciplinaire soit plus et mieux prise en compte par notre ministère, et placée au cœur de ses politiques publiques.

Nous formons le vœu que la délégation à la photographie ainsi instituée au sein de la DGCA favorise une forme de décloisonnement et agisse pour que les différents services et directions

générales travaillent ensemble au renouvellement des politiques et des actions en faveur de la photographie.

cf compte-rendu du CHSCT AC du 4 avril 2017 :

<https://cgt-culture.fr/wp-content/uploads/2017/04/cr-chsct-exceptionnel-4-avril.pdf>