

1 **Congrès XI bis de la CGT-Culture**

2 3 **PROJET DE FICHE N° 3 – LE RÉSEAU DES MUSÉES**

4
5 Le secteur des musées continue de connaître de profonds bouleversements.
6 Plusieurs réformes successives, d'esprit libéral, ont fait voler en éclats le réseau
7 des musées nationaux et affaibli son développement cohérent et coordonné à
8 l'échelle du territoire national.

9
10 Les transformations de musées services à compétence nationale en
11 établissements publics administratifs (EPA, 1992-2010), la loi organique relative
12 aux lois de finances (LOLF, 2000), la loi sur le mécénat culturel (2003), la
13 réforme des musées (2003-2004) puis la révision générale des politiques
14 publiques (RGPP, 2008-2009), qui a supprimé la Direction des musées de
15 France (DMF), forment un arsenal tourné contre les principes de mutualisation,
16 de péréquation des moyens engagés par l'État en faveur des musées
17 nationaux. Dans le même temps, la Réunion des musées nationaux (RMN) qui,
18 aux côtés de la DMF, était garante de cette logique de réseau solidaire a vu ses
19 missions premières largement remises en cause.

20
21 Autonomie, logique marchande, concurrence et culture d'établissement sont
22 devenues les maîtres mots d'une véritable compétition des musées nationaux
23 entre eux, mais aussi avec des fondations privées en plein essor, souvent
24 dotées d'une force de frappe financière incomparable, en termes d'acquisitions
25 d'œuvres ou d'expositions.

26 **Un paysage dégradé**

27
28 La diminution continue des budgets publics alloués aux différents musées
29 – marque du désengagement de l'État - a eu - et a encore - pour conséquence
30 une course sans fin aux ressources propres. Or, plus les musées
31 s'autofinancent, plus l'État se désengage.

32
33 Le premier objectif assigné aux musées est d'être rentables financièrement, ou
34 à tout le moins d'équilibrer leurs comptes financiers. Les « gros » musées
35 engrangent leurs bénéfices sur des fonds de roulement (et des placements
36 financiers à risques) afin de se développer davantage, de se rénover ou de
37 s'étendre, au détriment des « petits » musées qui ont de plus en plus de mal à
38 survivre, ne bénéficiant plus d'aucune redistribution par péréquation des
39 moyens disponibles. Ceci conduit inévitablement les projets scientifiques et
40 culturels et autres contrats de performance (notamment budgétaire) à privilégier
41 une stratégie de développement commercial (cafétérias, boutiques,
42 événements, location d'espaces patrimoniaux et location d'œuvres) bardée
43 d'indicateurs chiffrés, qui chaque année, doivent progresser dans le sens de
44 faire toujours plus avec moins, de dégager des gains de productivité dans tous
45 les recoins des établissements publics.

46
47 L'amalgame est ainsi constamment entretenu entre « démocratisation »
48 culturelle et « élargissement » (augmentation) de la fréquentation, ce qui n'est
49 pas la même chose.

50
51 Tandis que la billetterie de droit d'entrée reste la première source - et de loin -
52 de ressources propres financières, les tarifs du droit d'entrée et des activités
53 culturelles ont fortement augmenté cette dernière décennie, bien au-delà de
54 l'inflation. Les visiteurs supportent ainsi très largement le coût d'un tel modèle
55 économique.

56
57 Sous l'effet des politiques libérales liées à la performance financière, cette
58 dernière décennie a donc été marquée par une injonction toujours plus forte
59 aux musées nationaux d'accroître sans limite leurs ressources propres. Parmi
60 celles-ci, les ressources de billetterie sont les plus importantes, mais se range
61 aussi dans cette catégorie l'événementiel médiatique, qui est devenu
62 progressivement l'une des pierres angulaires de l'autonomie budgétaire ; ce qui
63 n'est évidemment pas sans effet sur les ambitions culturelles.

64
65 De cette course aux ressources propres et aux événements de notoriété et de

66 visibilité découlent plusieurs conséquences. L'attention portée aux collections
67 muséographiques est moindre, tout comme celle donnée à la création de
68 ressources éducatives et culturelles enrichies et renouvelées.

69
70 Par ailleurs, certains dispositifs dits « de mécénat » constituent une perte de
71 recettes fiscales creusant les déficits publics de l'État, compensée par une
72 hausse des impôts pesant sur les citoyens et la suppression d'emplois publics.
73 Voilà qui relativise quelque peu la notion de « mécénat culturel », qui est en
74 réalité du « sponsoring » avec fort retour sur investissement pour l'entreprise,
75 en image et prestige, optimisation fiscale mais aussi lobbying, conquête de
76 segments de marchés...

77
78 Le service public est malmené lorsque les espaces ouverts et les horaires sont
79 réduits aux visiteurs habituels en raison de privatisations temporaires du
80 patrimoine public au profit d'entreprises clientes. La multiplication des publi-
81 expositions en atteste, tremplins pour une communication avantageuse des
82 marques. Autrement dit, la loi sur le mécénat n'est pas anodine car elle pose la
83 question de l'indépendance du service public culturel et de ses grandes
84 orientations scientifiques quand les capitaux privés internationaux ne financent
85 plus seulement des projets exceptionnels, mais désormais le fonctionnement
86 courant des établissements (y compris l'emploi, par le biais des contrats
87 « mécénés »).

88 89 **Nos orientations**

90 Après des années de réformes destructrices, nous sommes confrontés à une
91 situation aussi complexe que disparate. Si certains EPA, notamment les plus
92 grands d'entre eux, tirent peu ou prou leur épingle du jeu, d'autres connaissent
93 des difficultés importantes et voient leurs projets compromis. Parmi les SCN, la
94 situation est toute aussi contrastée. Certains sont en effet notablement
95 délaissés.

96
97 Tout en revendiquant son attachement au statut des SCN, essentiel à un
98 véritable service public culturel d'intérêt général, la CGT-Culture réaffirme la
99 nécessité de revenir à un pilotage des politiques publiques permettant
100 réellement d'assurer à la fois la cohésion et la vitalité du réseau de l'ensemble
101 des musées.

102
103 Ainsi, il devient urgent de rétablir la DMF et la RMN dans leurs missions
104 fondamentales et de restaurer les principes de mutualisation et de péréquation
105 constitutifs d'une vision parfaitement actuelle et innovante des musées.

106
107 La CGT-Culture s'oppose aux externalisations des missions publiques
108 patrimoniales à des opérateurs privés - la qualité du service public en dépend,
109 ainsi que la prévention des conflits d'intérêt - la sous-traitance en cascade, le
110 recours à l'intérim, l'encouragement à l'auto-entrepreneuriat afin de
111 « stabiliser » la masse salariale. Bientôt l'ubérisation ?

112
113 La CGT-Culture conteste la dérive récente du dispositif des emplois
114 « mécénés » sur des missions correspondant désormais à des corps de
115 fonctionnaires titulaires (notamment agents d'accueil-surveillance magasinage).

116
117 Il faut revenir à un meilleur équilibre entre l'« ADN » ou « l'âme » des musées, à
118 savoir la préservation et la présentation des collections au travers d'expositions
119 raisonnées, et la tendance actuelle à une forme de marchandisation hors
120 contrôle.

121
122 Il est tout aussi urgent que les musées élaborent des PSC (projet scientifique,
123 culturel et éducatif) écologiquement et socialement durables en associant les
124 personnels sans exclusive. Cette conception plus horizontale et plus ouverte
125 des politiques muséales est essentielle à l'essor d'une véritable démocratie
126 culturelle. En effet, il ne s'agit pas seulement de penser la diffusion des œuvres
127 dans sa forme la plus intensive et hélas trop souvent mercantile, mais de
128 redonner tout son sens au travail de nos collègues. Leurs savoir-faire
129 passionnés et souvent spécialisés constituent à cet égard un atout
130 considérable. Nous sommes ainsi fondés à exiger la revalorisation des filières,

131 la planification du renouvellement de générations par des ouvertures de
132 concours de recrutements, la consolidation de l'éthique des métiers des
133 musées et des missions de conservation, de restauration, de diffusion du
134 patrimoine artistique, de médiation éducative et culturelle, d'accueil citoyen de
135 tous les publics.

136

137 C'est dans cette perspective que nous avons porté l'idée d'assises des musées
138 susceptibles de questionner collectivement et sans tabou le modèle culturel et
139 économique à l'œuvre et de déterminer en commun les conditions d'un
140 équilibre entre l'intensification de la fréquentation massive des publics, leur
141 diversification et leur exclusion - à proscrire - résultant des inégalités
142 grandissantes qui fracturent le « champ social ». Partant, l'urgence est
143 indissociablement sociale et culturelle, c'est-à-dire citoyenne. Car les failles
144 sociales dans la culture font obstacle aux perspectives de transformations
145 émancipatrices. En effet, elles entravent non seulement les efforts de diffusion
146 des œuvres artistiques mais, bien plus, elles assèchent aussi, nous
147 dépossédant du partage du sensible, le nécessaire renouvellement de leur
148 création.