

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

## 2 3 **PROJET DE FICHE N° 5 – MONUMENTS NATIONAUX**

4  
5 Un monument historique est un immeuble avec un statut juridique  
6 particulier destiné à le protéger, de par son intérêt historique, artistique,  
7 architectural, technique ou scientifique. En chiffres :

- 8  
9 • + de 43.000 bâtiments classés ou inscrits  
10 • 1.300 appartenant à l'État (soit 3%)  
11 • 448 relevant du Ministère de la Culture (moins de 1%)  
12 • 97 monuments au sein du Centre des Monuments Nationaux

13 Cependant, constatons l'absence du concept « Monuments Nationaux »  
14 en Outre-mer ou marqueurs de l'histoire sociale et industrielle.

### 15 16 **Le CMN et ses missions**

17 Le CMN a pour mission de présenter au public les monuments, ainsi que  
18 les collections dont il a la garde, d'en développer la fréquentation et d'en  
19 favoriser la connaissance. (art. L 141-1 du code du Patrimoine). Par  
20 décret (art. 48 de la loi de finances 2007 et décret du 6 avril 2007) cette  
21 mission a été modifiée. Lui ont été ajoutés l'entretien, la conservation et  
22 la restauration des monuments dont il a la garde.

### 23 24 **Un réseau de Service Public de proximité incomplet**

25 Le CMN gère et anime un réseau de 97 monuments sur tout le territoire  
26 métropolitain. Opérateur culturel de l'État et grâce à son implantation  
27 territoriale le CMN se doit d'être un relais des politiques publiques et du  
28 service public culturel de l'État, au plus proche des populations. Le  
29 monument est aussi un lieu de culture amenant le visiteur vers d'autres  
30 formes d'expression culturelle : art-contemporain, spectacle vivant... Ce  
31 réseau compte une grande diversité de monuments, représentatif de la  
32 richesse patrimoniale, architecturale et historique du pays. Mais, il  
33 demeure absent de l'Outre-Mer ou ne gère pas de site historique  
34 industriel ou social.

### 35 36 **Le modèle économique : pas de service public sans péréquation !**

37 Le CMN fonctionne sur la base de la péréquation. Ce modèle  
38 économique permet l'ouverture des monuments de taille modeste ou peu  
39 connus du grand public grâce à l'excédent de recettes généré par les  
40 monuments les plus fréquentés. Mais il permet aussi de répartir les  
41 charges, donc les risques sur l'ensemble du réseau. Ce modèle semble  
42 remis en question. Depuis des années, les moyens budgétaires, humains  
43 et les investissements sont concentrés sur les sites les plus fréquentés  
44 dans le but d'augmenter les recettes. Le modèle a été dévoyé en faisant  
45 du développement des ressources propres une fin en soi alors qu'elles  
46 devraient être un outil au service de la politique culturelle. En découle  
47 une problématique d'hyper-fréquentation au détriment de la conservation,  
48 de l'accueil du public et des conditions de travail. D'autres monuments  
49 n'ouvrent pas faute de moyens et d'effectifs.

### 50 51 **Un périmètre en perpétuel évolution et toujours menacé**

52 Le transfert de monuments aux collectivités ou à d'autres établissements  
53 (EPIC de Chambord et transfert du jardin des Tuileries au Louvre)  
54 menace l'équilibre du CMN et son modèle économique. Depuis la  
55 décentralisation de 2003, les tentatives de transfert n'ont cessé. La loi  
56 LCAP (Liberté de Création Architecture et Patrimoine), avec une  
57 disposition permettant le transfert de monuments à l'établissement de  
58 Chambord sur simple décret, l'illustre. De même, la possible  
59 transformation de l'abbaye du Mont-Saint-Michel en EPIC serait une  
60 catastrophe. En outre, les velléités des collectivités à s'immiscer dans la  
61 gestion des monuments, dénote la faiblesse du CMN dans sa politique de  
62 partenariat local.

### 63 64 **Une autonomie toujours accrue**

65 Le désengagement du ministère de la culture a entraîné le CMN dans la

66 voie de l'autonomie avec pour conséquences un développement  
67 commercial outrancier aux dépens des politiques culturelles et à des  
68 dérives en termes de gestion de personnel. Le mode de nomination des  
69 dirigeants d'établissement contribue d'autant plus à cette autonomie ; la  
70 tutelle du ministère est considérablement affaiblie. Une étape est franchie  
71 en 2016 avec l'endettement du CMN suite à l'emprunt de 80 millions  
72 d'euro auprès d'une banque privée pour les travaux de l'Hôtel de la  
73 Marine. À moyens termes cette opération va durement gréver l'équilibre  
74 financier et le risque que les personnels seront la variable d'ajustement  
75 est réel.

76

### 77 **Une politique de plus en plus axée sur le développement** 78 **commercial au détriment de la dimension scientifique et culturelle**

79 L'absence de projets scientifiques et culturels ne permet pas de mettre en  
80 œuvre une politique culturelle cohérente. Les « projets de monument »  
81 qui s'y substituent ne sont que des outils administratifs. Depuis la  
82 suppression de la direction scientifique, toute politique en ce domaine a  
83 été abandonnée. L'intervention sur les collections se limite aux travaux de  
84 sauvetage et d'urgence. La production de contenus de médiation a  
85 également été affecté. La course effrénée aux ressources propres se  
86 traduit par la volonté d'augmenter les recettes commerciales : chiffre  
87 d'affaires des boutiques, location d'espaces, *sponsoring* qui se font au  
88 détriment de l'accueil et l'ouverture au public.

89 La majorité des ressources du CMN provenant du droit d'entrée,  
90 l'augmentation de la fréquentation et de la tarification sont devenues  
91 prioritaires. La politique culturelle se résume désormais à de  
92 l'événementiel. Le numérique n'est pas conçu comme un outil de  
93 médiation mais comme une prestation payante. Ainsi un propos  
94 touristique remplace l'action culturelle. Enfin, le CMN fait une exploitation  
95 purement commerciale de site *via* une délégation de service public (Villa  
96 Kerylos) ou la gestion pour le compte de tiers (Chapelle de Berzé). Les  
97 missions du CMN sont ainsi dévoyés ; l'Hôtel de la Marine le prouve :  
98 seul une partie réduite sera ouverte au public, l'essentiel étant consacré  
99 à de la location d'espaces.

100

### 101 **De probables et inquiétantes évolutions statutaires**

102 La possible transformation du CMN en EPIC (établissement public  
103 industriel et commercial) est aujourd'hui une réalité et ne concerne pas  
104 l'abbaye du Mt-St-Michel seule. Un EPIC, une structure de droit privé  
105 dont les missions sont avant tout de nature commerciale, va à l'encontre  
106 de l'idée même de Service Public. Cela entraînerait également de  
107 nombreux reculs pour les personnels.

108

### 109 **La CGT-Culture revendique**

110

- 111 • respect des principes du Service Public dans la politique  
112 culturelle du CMN ;
- 113 • une réelle politique culturelle à destination des populations sur  
114 tout le territoire ;
- 115 • un projet scientifique et culturel pour l'établissement ;  
116 • une politique scientifique ambitieuse et les moyens de la mettre  
117 en œuvre ;
- 118 • renforcer le réseau des monuments nationaux notamment en  
119 Outre-Mer et de site marquant l'histoire sociale ou industriel ;
- 120 • arrêt de la politique commerciale à outrance ;
- 121 • aucune privatisation des services ;
- 122 • création de postes statutaires et attribution des moyens  
123 indispensables au fonctionnement des monuments
- 124 • pérenniser le modèle économique du CMN par un  
125 développement plus équilibré ;
- 126 • inaliénabilité des monuments nationaux ;