



Deux poids, deux mesures...

CFDT-Culture Section RMN

8 rue Saint Fiacre

75002 Paris

Tél. : 01 40 13 41 97

Fax : 01 40 13 44 35

cfdt@rmn.fr

Les conférenciers de la Réunion des Musées Nationaux, très conscients de l'évolution du paysage culturel et de son impact sur les conditions d'emploi, ont demandé dès 2000 que soit engagée une vraie réflexion sur le métier.

Depuis, pour toute réponse, la RMN – au gré des changements de direction – s'interroge, doute, puis attend que diminue le nombre de conférenciers par le non remplacement des départs à la retraite... Et n'offre guère de solution à ses salariés, ni aux EPA.

Pour certains EPA, affirmant souhaiter une offre culturelle de qualité, la compétence des conférenciers est vue comme une entrave et la facturation de la RMN jugée trop onéreuse.

Et ils s'obstinent, prouvant aux personnels de terrain, soit leur méconnaissance de la réalité de l'activité à ce jour, soit leur mépris complet pour le public (« qui prendra ce qu'on lui donnera »). La solution retenue étant *la multiplication* des prestataires, supposés moins chers que la RMN. Mais pour quel service ?

Car les prestataires qui existent proposent des conférenciers rémunérés à la visite. Il ne s'agit pas de contester leur niveau mais d'indiquer que pour eux, on ne prend pas en compte le temps de préparation, ni le temps de formation et encore moins leur insertion aux sites. Ils n'ont, de plus, pas d'expertise en matière de publics autres que les adultes.

Ce choix a été fait par exemple au musée du Quai Branly, avec le résultat que l'on connaît.

Rappelons enfin – et c'est toute l'ironie de l'histoire – que la politique culturelle est partiellement financée par l'Etat qui accorde des fonds à tous les partenaires, RMN comme EPA. Il nous semble donc nécessaire, alors que certains pointent, ce qu'ils nomment, « un monopole des conférenciers de la RMN », de nous interroger sur la pureté d'intention de leur critique... De même que de s'étonner de l'inertie de la RMN qui laisse en friche cette mission de service public.

Que signifierait au juste la multiplication des prestataires sur cette activité ?

- Un « produit » différent.

- Précisons que le conférencier RMN, intégré au musée, travaillant avec les conservateurs, le service des publics et le service culturel, habitué de la documentation et régulièrement formé (en langue, informatique ou pratiques de médiations) participe à l'élaboration de la politique culturelle.
- Le conférencier, grâce à sa familiarité avec un site, a aussi la capacité de réagir aux demandes des visiteurs : telle peinture plutôt que telle autre, un thème finalement un peu différent de celui réservé, une orientation spécifique du discours... De même, il pallie et explique la fermeture d'une partie des salles du musée ou l'absence d'œuvres, il clarifie les choix muséographiques des conservateurs. Comment répondre si le conférencier n'est que « de passage » au musée ?

- Les publics scolaires, du champ social et en difficulté, un public « bas de gamme » ?

- Répondant aux directives ministérielles, les musées multiplient les actions vers ces publics. On demande même aux enseignants de transmettre aux élèves une histoire des arts. Qui mieux que des scientifiques rompus aux techniques de médiation et sachant s'adapter quotidiennement à interlocuteurs variés (scolaires, spécialistes ou visiteurs étrangers...), pourraient remplir cette fonction de « formateurs » ?
- Ajoutons cependant, que ces publics n'enrichissent pas l'activité, c'est bien pour cela qu'il s'agit d'une mission de service public et que la structure de la RMN est parfaitement adaptée. Les entreprises uniquement commerciales n'ont ni la pratique de ces publics, ni l'intérêt économique de les développer.

On laisserait donc cette activité à la RMN et à ses conférenciers expérimentés ? Il y aurait ainsi sur les sites deux types de publics (ceux qui paient et ceux qui coûtent) et deux types de conférenciers (ceux qui s'adressent aux adultes en bonne santé, et ceux qui s'adaptent spécifiquement aux autres) ?

Que devient le principe d'égalité d'accès à la culture afin de contribuer à l'éducation de tous ?

- Des difficultés de gestion.

- On s'étonnera que ceux qui trouvent à l'externalisation toutes les vertus ne soient pas plus à l'écoute des équipes. Si on multiplie les prestataires, les affectations et les remplacements sont encore plus complexes : il y aura deux catégories de conférenciers pour deux catégories de publics. Et on peut imaginer le climat social généré entre ces deux « castes »...
- Dans le cadre de sa mission de service public, la fonction du Service des visites-conférences (SVCF) de la RMN est de mutualiser les demandes des sites, et de répondre aux besoins en affectant les conférenciers selon les nécessités. On peut difficilement concevoir qu'une entreprise seulement commerciale trouve un intérêt économique à créer un second SVCF.

- Une plus grande pénibilité.

- L'activité s'enrichit de la variété des groupes accueillis au sein d'une même journée, mais aussi au sein d'une même semaine. En effet, travailler une journée sur un site hyper fréquenté ou sur un établissement plus en marge des circuits touristiques n'a pas le même effet sur le conférencier dont le métier est inscrit par la médecine du travail dans la catégorie « à risque ».
- De même, l'alternance de visites découvertes du musée et de visites thématiques, ainsi que la variété des publics, permettent au conférencier de moduler son discours et de dialoguer. C'est une stimulation, une façon de renouveler son approche.

- Un appauvrissement de l'offre culturelle.

- L'expérimentation avec certains publics permet de proposer à d'autres de nouveaux sujets et des pratiques de médiation inventives.
- Les conférenciers sont les seuls personnels scientifiques présents dans les salles, cela n'existe dans aucun autre pays et le public s'en félicite : **dans le cadre de l'étude sur la gratuité dans les musées menée pour le Ministère de la Culture, les visites-conférences sont plébiscitées par les 18-25 ans, comme les plus de 25 ans : à 80% ils se déclarent prêts à payer pour cette prestation devant les spectacles/concerts/lectures (70 et 63%), les audioguides (54 et 55%) et les ateliers (50 et 45%).**

Précariser le métier, sacrifier une partie du public, appauvrir les contenus, chercher de chimériques économies en multipliant les prestataires, c'est – nous en sommes convaincus – faire le contraire de la volonté politique ainsi exprimée :

« *Votre première mission sera de mettre en œuvre l'objectif de démocratisation culturelle.* » (août 2007, Lettre de mission à Christine Albanel par le Président de la République).

**Nous attendons des Présidents d'EPA,
qui sont sincèrement attachés à une transmission de qualité de l'histoire de l'art, de peser les enjeux d'un choix politique et historique.**

**Faisons preuve d'une vraie ambition démocratique !
Professionaliser le discours sur les collections pour mieux accueillir et enrichir les publics,
cette spécificité française devrait être une de nos fiertés.**