



Projet 2015-2020

pour la Fédération des écomusées et des musées de société

La Fédération des écomusées et des musées de société est un réseau d'établissements patrimoniaux innovants à but non lucratif, impliqués dans l'économie sociale et solidaire et le développement local.

Le réseau fédère 121 adhérents, soit près de 170 établissements, **plaçant l'homme et le territoire au centre de leur projet** et s'intéressant aux faits de société tels que l'évolution du monde rural, les cultures urbaines, la recomposition des territoires, le développement durable...

La Fems est un des derniers réseaux nationaux de musées. Son rôle est d'autant plus important que les musées vivent actuellement une période difficile due à la crise économique et à la décentralisation. L'attente de la part de ses membres est importante.

1 – Constats

Depuis sa création en 1989 pour faire connaître les écomusées auprès du grand public, la Fédération des écomusées a évolué dans un univers muséal et socio-économique qui lui-même a changé.

En 1991, elle s'ouvre aux musées du patrimoine technique, industriel, d'anthropologie, et d'art et traditions populaires et devient la Fédération des écomusées et des musées de société.

En 2004, elle s'ouvre aux musées de synthèse, aux centres d'interprétation et à toutes les institutions de valorisation patrimoniale à but non lucratif ayant l'homme et le territoire pour objet quel que soit leur statut ou leur situation (existants ou en préfiguration).

En 2009, elle devient délégataire de la marque QUALITE TOURISME™ pour les sites culturels, marquant ainsi son positionnement dans le champ du tourisme.

A partir de 2010, une crise financière contraint la Fédération à réduire son équipe permanente. Les difficultés menacent sa pérennité en 2012.

Les raisons de cette crise sont principalement la décentralisation qui fragilise les réseaux nationaux, la crise économique et son corolaire la baisse des subventions notamment de fonctionnement, l'évolution des attentes des membres du réseau en lien avec leurs difficultés sur le terrain.

Depuis ce moment, l'action de la Fédération repose sur un seul poste permanent et sur le militantisme des membres actifs (administrateurs, mais aussi membres impliqués dans des actions ponctuelles).

Une réflexion sur les missions, objectifs et financements est alors entreprise. Elle débouchera notamment sur la signature d'une convention de partenariat avec le MuCEM (juin 2013), qui attend pour être mise en œuvre que lui soient octroyés les moyens financiers afférents.

2 - Modalités d'élaboration du projet fédératif

Plusieurs séances de travail du Conseil d'Administration ont porté sur des aspects majeurs de l'activité de la Fédération. Ces réflexions ont donné lieu à la rédaction d'une note d'analyse et d'orientation portant sur six axes : communication, formation, financement, déconcentration, tourisme, réseau.

Une enquête auprès des adhérents (51 adhérents/120) a permis de faire remonter leurs attentes, la connaissance qu'ils avaient de la FEMS, leurs propositions, leur possible implication dans le réseau.

Dans le cas de la convention avec le MuCEM, deux propositions de partenariat ont été élaborées en relation avec le musée national et validées en septembre 2014. Elles portent sur la création d'un centre de ressources en ligne ayant trait à la muséologie des musées de société d'une part, sur la création d'expositions itinérantes associant collections du MuCEM et collections des membres du réseau d'autre part.

Un séminaire de réflexion ouvert à tous les membres du réseau s'est tenu le 5 décembre 2014 à l'écomusée du Creusot. Toutes les questions en cours de réflexion ont été mises en débat, quatre axes d'action ont été définis : affirmer notre philosophie du musée, animer le réseau, mettre en valeur les membres du réseau, être un interlocuteur et un partenaire au niveau national.

Les orientations du projet fédératif ont émergé de ce large débat interne, elles tiennent compte de façon réaliste des contraintes financières et humaines. Les actions verront le jour si nous réussissons à mobiliser les moyens financiers et humains indispensables à leur réalisation.

3 - Les grands axes du projet fédératif

La question centrale prise en charge par ce projet est la tension entre d'une part le besoin et le souhait des membres de se tourner vers l'extérieur et d'autre part la force d'attraction du local généralement liée à une raréfaction des moyens. Cela se concrétise par une attente de soutien de la part du réseau, à la fois au niveau des instances dirigeantes et de l'ensemble des membres (conseil, information, partage d'expérience, rencontre,...)

Une discussion avec le Ministère de la culture, notamment dans le cadre du projet de partenariat avec le MuCEM doit nous permettre de trouver une partie des moyens financiers nécessaires à l'activité de la Fems telle que définie ici.

Ces budgets pourraient être complétés par des soutiens privés. Un travail d'appel à mécénat est actuellement en préparation. Il vise à définir les modalités de sa mise en œuvre qui s'appuiera en partie sur les membres du réseau et nos outils de communication.

a) Affirmer notre philosophie au sein du réseau et au-delà

Nos musées suscitent le débat, prennent position sur des questions de société et de ce fait, prennent des risques. Ils proposent aux visiteurs des clés de compréhension du monde et travaillent cette question avec les acteurs. Nos musées sont des lieux engagés qui portent des valeurs humanistes.

❖ Objectifs

Il faut réaffirmer notre positionnement et rendre visible et lisible notre définition du musée. Cela passe évidemment par la diffusion d'outils de communication, mais aussi, et surtout, par notre capacité à susciter une réflexion partagée sur nos missions au sein de notre réseau.

La voix de la Fédération sera d'autant plus forte qu'elle sera représentative d'un plus grand nombre de membres. Dans ce cadre, un effort de développement des adhésions sera engagé. La Fems devra par ailleurs acquérir une légitimité forte au sein des différents réseaux nationaux ou internationaux. Cette dernière passera essentiellement par la reconnaissance de la valeur scientifique de ses productions.

❖ Actions

La communication en direction du grand public de ce qui fait la spécificité de nos établissements, passera par la présence de la définition de nos spécificités sur l'ensemble de nos documents de communication. La Fédération sollicitera ses membres afin qu'ils se revendiquent de leur réseau. De son côté la Fédération accroîtra la lisibilité des contacts, interventions, publications,... menés par ses membres.

La communication auprès du monde professionnel passera par une plus grande transparence et un travail d'explicitation autour des critères d'adhésion. Ces derniers seront largement communiqués à nos partenaires et tutelles.

De même sera envisagée la possibilité de faire participer au réseau, avec un statut spécifique, des membres qui ne soient pas des institutions patrimoniales : sympathisants, partenaires, groupes de projets, autres réseaux, etc.

Le contenu des rencontres professionnelles sera mieux valorisé. Ces rencontres constituent en effet un moment central de notre vie de réseau où les idées et les pratiques sont confrontées, où les liens interpersonnels et la connaissance élargie de la diversité des sites se structurent au-delà des contraintes d'éloignement géographique.

Des productions à l'échelle du réseau, valorisant notre travail scientifique et nos collections (dans la lignée de ce qui a été fait autour du Patrimoine culturel immatériel) pourront également être envisagées.

Le rôle d'interlocuteur auprès des services de l'Etat sera renforcé, de même que les partenariats avec d'autres réseaux professionnels (OCIM, ICOM, COFAC, etc.).

A terme, il faudra développer des actions internationales : liens et partenariats avec les collègues, institutions et réseaux ; contacts avec les services de promotion de la France (ambassade, consulat, maison de la France) ; participation à des rencontres internationales, etc.

❖ Moyens

Retravailler tous les outils de communication afin de les rendre plus efficaces et plus expressifs de notre philosophie. Le site actuel (www.fems.asso.fr) est bien référencé, mais il nécessite d'être redéfini, rendu plus attractif et dynamisé. La production intellectuelle émanant du réseau doit y être très visible.

Cette notoriété du réseau et de ses membres ne pourra atteindre son optimum que si chaque membre relaie les données relatives au réseau (diffusion de la carte des membres, autocollant, utilisation du logo, lien vers le site depuis le site de chacun, etc.). Une carte interactive du réseau sera réalisée.

Poursuivre la mise en place des rencontres professionnelles. Pour ne pénaliser aucune région géographique, le principe du choix d'un nouveau lieu chaque année doit être maintenu. Cela permet également de découvrir régulièrement de nouveaux sites. Des mini-rencontres pourraient être envisagées, à l'initiative des groupes régionaux¹.

La convention signée en juin 2013 avec le MuCEM permet de conforter le rôle d'interlocuteur de la Fédération au niveau national. Cette convention spécifie notamment les partenariats scientifiques et l'installation de l'équipe permanente de la Fédération, et donc son siège, au fort Saint-Jean. Ce lien s'appuie sur la convergence de missions entre le musée national (grand département pour les musées d'ethnologie) et la Fédération (réseau national de musées de sociétés).

La possibilité de création d'expositions itinérantes associant collections du MuCEM et collections des membres du réseau permettra de maintenir une activité scientifique à l'échelle du réseau. La mise en place de tels projets nécessite un apport important de financement.

¹ Comme le font en Ile de France les Neufs de Transilie avec le soutien de la DRAC.

b) Animer le réseau

La Fédération se dirige vers un mode de fonctionnement plus marqué par les demandes et besoins de ses membres.

Cette volonté se traduit par la mise en place une organisation plus décentralisée et le développement d'outils de mutualisation. Parallèlement, la Fédération cherchera à tisser des liens avec l'ensemble des équipes des structures au-delà des seuls responsables.

❖ Objectifs

Un maillage territorial plus fin : une meilleure connaissance des membres de la Fédération par les administrateurs et permanents est nécessaire. Une organisation déconcentrée avec la mise en place d'un réseau de référents régionaux sera envisagée.

Un meilleur partage des pratiques et expériences : le lien et l'interconnaissance entre membres du réseau ne sont pas uniquement liés à une proximité physique, des outils dématérialisés de partage seront créés.

Une prise en compte de l'ensemble des métiers : une attention particulière sera portée à l'élargissement des actions de la Fédération en direction de tous les personnels des adhérents.

❖ Actions

Des personnes-relais à un niveau régional, acteurs et connaisseurs de leur territoire, feront le lien entre le niveau national et local. Ces référents régionaux feront remonter les demandes et les besoins des membres (formation, expertise, partage d'expérience...), ainsi que les informations les concernant, et pourront relayer les actions et services développés par la Fems. Ils pourront aller au-delà pour coordonner des rencontres ou mener diverses actions régionales avec le soutien de la Fédération, représenter la Fems auprès des diverses instances administratives (telles que les conseillers pour les musées de la Drac).

Créer un espace informatique, du type plateforme, destiné aux adhérents. Il sera structuré comme un centre de ressources, dans lequel seront mises en ligne des fiches expériences, des documents administratifs ou techniques (appel d'offre, PSC, convention collective, ...), des données historiques ou actuelles sur la muséologie des musées de société², le résultat de la veille active (formations, colloques, publications, ...), les coordonnées et spécificités des membres, des fiches pratiques, etc. La création d'un extranet pour mettre en contact direct les membres est envisagée.

La *Newsletter*³ sera repensée afin de mieux mettre en évidence les informations et initiatives les plus saillantes des membres du réseau. Cette communication interne sera destinée à toutes les catégories de personnels de nos établissements.

❖ Moyens

Un administrateur assurera l'animation de ce réseau de référents, notamment en organisant au moins une fois par an une rencontre des référents.

La plateforme sera alimentée par une veille active de tous les membres du réseau, principalement les administrateurs et les référents. Les expériences développées par certains membres donneront lieu à des fiches qui seront versées sur la plateforme et constitueront ainsi une boîte à outils collaborative.

² Le projet de partenariat avec le MuCEM, visera une communauté plus large que celle de la Fems

³ Que nous pourrions rebaptiser avec un petit nom (l'éveilleur, le périscope, ...) pour lui donner une identité

Parallèlement, la possibilité de solliciter des conseils par diffusion de demandes au sein du réseau via les messageries électroniques sera possible.

Une plus forte implication des membres dans la mise en ligne de leurs informations générales et de leurs actualités sera recherchée, avec des liens vers leurs propres sites.

c) Former les personnels et soutenir leurs actions

La Fédération poursuivra son assistance à ses membres en vue de leur professionnalisation, d'une amélioration de leur établissement ainsi que des services et actions proposés aux publics. Les enjeux porteront notamment sur l'accessibilité des publics et la prise en compte du développement durable dans l'ensemble des actions.

❖ Objectifs

La formation est une question récurrente, elle est d'autant plus importante pour les établissements isolés. La difficulté de sa mise en œuvre est liée pour beaucoup et de plus en plus de nos membres, au manque de moyens financiers pour y avoir recours, spécialement pour les établissements associatifs.

Cette professionnalisation s'accompagne de la recherche d'une meilleure reconnaissance de notre réseau et de ses membres. La label « qualité tourisme » et l'appellation « musée de France », par exemple, constituent des gages de qualité en direction de nos publics et permettent de communiquer sur le bon niveau de nos actions.

❖ Actions

La Fems, agréée comme structure de formation, a longtemps proposé des formations sur divers sujets (gestion d'une boutique, animation et médiation, communication, rédaction d'un projet scientifique et culturel, scénographie, mécénat, démarche qualité, etc.). A partir de 2010, ces actions ont dû être interrompues faute d'inscription, probablement pour des questions de budget (formation, transport/hébergement). Pour sortir de la contradiction demande de formation/manque d'inscrits, la Fédération montera des formations à la demande de groupes de personnes potentiellement intéressées et géographiquement proches. Ces formations, pas ou peu représentées par ailleurs, pourraient concerner tous les métiers des musées. Elles seraient adaptées à la situation des établissements demandeurs (notamment ceux de petite taille avec peu de personnel, très polyvalent) et ferait la part belle au « retour d'expérience ».

La Fédération aidera ses membres à identifier les divers types de publics (principalement touristes et habitants) les accompagner dans l'élaboration d'un positionnement et d'actions à destination de ces publics. Dans cette perspective, l'effort pour développer et accompagner les structures du réseau en vue de l'obtention du label « Qualité tourisme » sera poursuivi.

❖ Moyens

Le site internet, qui donne accès à des informations, et les rencontres professionnelles, temps de rencontre et de formation, constituent autant de possibilités d'accroître ses connaissances et de rompre son isolement.

Pour les offres de formation à proprement parler, des partenariats avec des structures de formation existantes (principalement le CNFPT et Uniformation) pourraient être envisagées. Parallèlement, les compétences des membres du réseau (personnel permanent, administrateurs, référents et membres volontaires) seront largement mobilisées. Ces actions

profiteront à des établissements qui ne pourraient les mettre en place eux-mêmes, ou pour aider les personnels préparant les concours.

La labellisation « Qualité tourisme » est d'autant plus justifiée qu'elle peut être obtenue avec peu d'apport financier, et que le référentiel tient grand compte de nos spécificités, la Fédération ayant participé à l'élaboration du référentiel et étant partenaire de l'Etat dans le déploiement de la marque. L'aide à la labellisation se poursuivra par le biais de formations et pré-audits.

4 - Conclusion

Il faut poursuivre le travail de communication et de demande de soutien auprès de nos tutelles et rester à l'écoute des adhérents, grands et petits, publics ou associatifs, qui interviennent dans des domaines divers et constituent un réseau unique en Europe.

La réussite de ce nouveau projet passera par la mobilisation de toutes les bonnes volontés au sein du réseau, notamment celles des futurs référents régionaux. Le partage des compétences et les nombreux engagements bénévoles ont permis la réussite de ce réseau, pour qu'il perdure il est fondamental que tous continuent à s'y investir.