



feMs

FÉDÉRATION DES ÉCOMUSÉES  
ET DES MUSÉES DE SOCIÉTÉ

[www.fems.asso.fr](http://www.fems.asso.fr)

## PROJET FEDERATIF 2020-2025

### Modalités d'élaboration du projet fédératif :

Le projet 2015-2020 arrivant à son terme, la FEMS a tâché d'en établir le bilan afin de questionner aussi les attentes des adhérents envers le réseau. Cette étape a été facilitée par l'analyse de l'enquête sur les écomusées et musées de société, menée en partenariat avec l'Ocim en 2019, à laquelle 92 structures du réseau ont participé.

Un séminaire sur deux jours, ouvert à tous les adhérents, a ensuite été organisé au début de l'année 2020 au Musée d'Histoire Urbaine et Sociale, pour réfléchir ensemble au futur projet. En tant que réseau, la Fédération se doit d'être à l'écoute de ses adhérents : les premiers éléments d'information recueillis, ont permis d'élaborer les bases du futur projet fédératif.

Un groupe de travail spécifique s'est constitué au sein du Conseil d'administration (composé de Xavier de la Selle, Marie Pottecher et Jean-Marc Thénoux) et plusieurs séances de travail sont venues préciser le contenu du projet. 4 axes ont été définis : La charte des valeurs - Animer le réseau - le rôle de formation et de conseils de la FEMS - La FEMS, agent de promotion des membres et de leurs valeurs.

Un 2ème séminaire de réflexion et d'écriture collaborative a été proposé en décembre 2020. Compte tenu de la crise sanitaire du Covid-19, celui-ci s'est tenu en visio-conférence. Les propositions ont été mises en débat et les axes validés. Les échanges ont aussi nourri la réflexion sur ce que nous sommes, nos missions, notre raison d'être.

En termes de méthode, nous avons souhaité associer le plus grand nombre à l'élaboration de ce projet fédératif, que nous voulions coopératif, construit sur les besoins réels de nos membres, qui sont en évolution. Issues de ces large débats et consultations, les orientations de ce nouveau projet fédératif tiennent compte de façon réaliste des contraintes financières et humaines de la FEMS et de l'engagement de ses adhérents.

## I. Les valeurs de la FEMS (raison d'être)

La FEMS est une communauté de professionnels qui se retrouvent principalement autour d'une certaine philosophie et des valeurs. Nous faisons cependant le constat que celles-ci ne sont pas explicitement énoncées. Il apparaît donc important de consigner ces valeurs qui nous rassemblent et de rappeler les éléments de contexte et la philosophie qui sous-tendent les actions de la Fédération et de ses membres.

Née en 1989 de l'initiative de 28 écomusées fondateurs, la Fédération des écomusées et musées de société est un réseau d'établissements patrimoniaux innovants, à but non lucratif inspirés par les travaux de Georges Henri Rivière et Hugues de Varine. Le réseau compte aujourd'hui plus de 130 adhérents, écomusées, musées de sites, musée de société, centres d'interprétation qui, par-delà leurs différences, placent l'homme et le territoire au cœur de leur projet et de leur démarche. Impliqués dans l'économie sociale et solidaire et/ou le développement local, les membres de la FEMS travaillent à mettre en œuvre les valeurs d'ouverture, de partage et d'entraide, de diversité et de convivialité dans leurs actions quotidiennes depuis la gestion et l'enrichissement des collections jusqu'à l'accueil du public, les actions de médiation et la programmation culturelle.

Les établissements membres de la FEMS contribuent ainsi à la citoyenneté et à un développement durable et équilibré des territoires et du socle constitué par la mémoire de ces mêmes territoires. Investis d'un rôle social, ils mettent en œuvre des démarches participatives et sont des lieux de débat et de transmission.

Ces valeurs, qui fédèrent ses adhérents, sont aussi celles qui animent la FEMS au sein du réseau en encourageant les liens d'échange et de solidarité entre ses membres par-delà la diversité des structures et de leurs moyens, dans un esprit de partage et de bienveillance.

Le monde actuel, les bouleversements sociaux, économiques, climatiques nous prouvent que cet engagement et ce militantisme sont encore et toujours plus nécessaires. Nous pouvons rétrospectivement et actuellement, rappeler plusieurs événements et éléments de contexte qui viennent révéler et alimenter la réflexion sur le positionnement, la philosophie l'engagement et les valeurs de la FEMS :

- En 2003, l'adoption par l'UNESCO d'une convention sur le patrimoine culturel immatériel introduit les populations comme acteurs majeurs dans le processus de valorisation et de protection de ce patrimoine particulier. En 2005 la convention de FARO défend une vision plus large du patrimoine et de ses relations avec les communautés et la société. La Convention nous encourage à prendre conscience que l'importance du patrimoine culturel tient moins aux objets et aux lieux qu'aux significations et aux usages que les gens leur attachent et aux valeurs qu'ils représentent. Ces approches, les musées de société les mettent en œuvre dès leurs origines, en revendiquant l'engagement citoyen dans la conservation et la valorisation du patrimoine. La FEMS rappelle que ces musées de société travaillent depuis longtemps sur ces questions d'expressions vivantes, de mémoire et de transmission. La muséologie participative qui fait partie intégrante du concept d'écomusée et qui a évolué au fil du temps, rejoint aujourd'hui l'approche des droits culturels, qui a été inscrite dans la loi LCAP de 2016.
- La reconnaissance institutionnelle de la légitimité de notre action s'est confirmée par la publication du rapport « Musées du XXIe siècle » par le ministère de la Culture en 2017, qui préconise une évolution des missions et postures des musées, évolutions pour la plupart inspirées de la philosophie et valeurs des musées de société.
- De nombreuses institutions ont récemment multiplié les projets d'ouvertures et de partage des collections et ressources des musées. La FEMS soutient ces initiatives, qui sont et ont été jusqu'ici la plupart du temps essentiellement le fait des musées de société, ces musées qui portent dans leur ADN les valeurs de partage, d'ouverture vers la société et d'humanisme.
- La Fédération s'emploie depuis sa création à apporter des éléments de réflexion sur l'évolution de la notion de musée, à requestionner son rôle dans la société. La nouvelle définition des musées proposée par l'ICOM a suscité de nombreux débats en mettant l'accent sur les enjeux

démocratiques des musées - et donc des populations et des publics, orientation qui correspond aux valeurs de l'écomuséologie défendues par la FEMS.

- Plus que jamais, la situation de crise du Covid-19 a rappelé l'importance de faire vivre nos valeurs, de partage et de solidarité, de réaffirmer aussi le rôle social majeur de l'action culturelle des musées et la nécessité d'inventer de nouveaux modes de partage et de travail collaboratif.
- Les récents débats sur la restitution des collections et les mobilisations contre le racisme permettent de réaffirmer l'action au long cours des musées de société en faveur de la diversité culturelle. La FEMS invite les musées à prendre la mesure du rôle social qu'ils remplissent et à réinterroger sans cesse leurs pratiques, leurs outils, leurs imaginaires et leurs représentations du monde.

Les rôles du musée évoluent, d'autres notions et concepts viennent animer et questionner le réseau et s'affirment de plus en plus dans les actions :

- Les musées de société se positionnent comme des lieux d'expérimentations, ouverts sur leur environnement, hospitaliers et bienveillants à l'égard d'un public varié et aux projets protéiformes.
- La notion du « care », prendre soin, s'inscrit dans cette évolution des musées vers une plus grande pluralité de voix et davantage d'inclusion.
- Les musées s'engagent et répondent aux enjeux actuels de la société tels que la transition écologique, préoccupation croissante des musées. Les écomusées et musées de société ont à cœur de mettre en œuvre des actions éco-responsables en cohésion avec les territoires et qui favorisent l'inclusion des plus fragilisés.
- Enfin l'émotion et la création sont réaffirmées comme principes qui visent à nourrir l'expérience collective au musée.

## II. Animer le réseau : Renforcer les liens et favoriser l'implication des membres de la communauté

Les objectifs énoncés dans le projet fédératif 2015-2020 en matière d'animation du réseau (encourager la déconcentration du réseau, développer les outils dématérialisés, mieux prendre en compte l'ensemble de nos métiers) restent largement d'actualité. Il convient donc de reprendre ces objectifs en veillant à les adapter à la situation, aux moyens et aux enjeux actuels et mais aussi d'identifier les nouveaux axes de travail pour les cinq années à venir.

### Constats :

- Un réseau vivant mais très hétérogène par le niveau d'implication des membres et la taille et le type des structures représentées.
- Un manque de représentation des métiers en dehors des chefs d'établissement
- Un moment fort plébiscité : les rencontres professionnelles annuelles et la volonté de conserver une trace de ces échanges.
- Un développement des réseaux régionaux vu très positivement mais avancement encore inégal selon les régions.
- Une méconnaissance du réseau pour les nouveaux arrivants

## **Objectifs :**

- Parvenir à une meilleure implication et interconnaissance des membres en proposant des espaces et des outils de participation permettant différents niveaux de contribution, améliorer l'accueil des nouveaux adhérents
- Encourager l'élargissement de la représentation des institutions, développer la représentation des métiers hors chef d'établissement, Améliorer la représentativité (lors des événements, dans la gouvernance, sur les thèmes choisis etc.)
- Poursuivre le développement et la structuration des réseaux régionaux et permettre une meilleure interaction avec le niveau national (notamment au niveau des RP)
- Favoriser la vitalité du réseau en faisant de celui-ci un espace de débat sur l'avenir et les enjeux des musées de société/écomusées, favoriser la prise de parole et le point de vue de chaque membre du réseau.

## **Actions :**

Les actions pour favoriser l'implication des membres :

- Une interconnaissance des membres et des lieux à mieux incarner. Cela passe par plusieurs outils et moyens : diffusion de trombinoscope, mini présentation de nos membres, visites live et in situ des musées adhérents, cartographie interactive des adhérents présentant leurs spécificités. Développement d'une carte professionnelle FEMS pour renforcer le sentiment d'appartenance au réseau et qui offrirait comme avantage la visite gratuite des autres structures adhérentes.
- Poursuivre le développement des outils et des espaces de ressources et les adapter ; refonte de la plate-forme, mise en place de mailing list par thématiques (conservation, exposition, médiation, direction établissement), poursuite de la newsletter (inscription de tous les agents), reproduire les initiatives type Museocovid et autre format "léger" pour se retrouver plus régulièrement et favoriser les échanges informels entre les membres (la visio pourra être utilisée plus souvent), ainsi qu'un Forum de discussion permanent.

Les actions pour favoriser l'élargissement de la représentation du réseau :

- Cela passe principalement par la redéfinition des modalités et critères d'adhésion : Réduire à quelques critères et valeurs essentiels et mesurer davantage la notion d'engagement. Retenir un principe d'autoévaluation comme un élément de progrès / objectifs (permettrait de le refaire y compris quand on est déjà dans le réseau). S'orienter davantage vers un temps d'échange et de rencontre avec la structure qui viendrait préciser les apports mutuels.
- Élargir les adhésions au-delà des institutions : permettre d'adhérer à titre personnel (pour chercheurs, étudiants, professionnels d'une structure non adhérente mais qui se reconnaîtrait dans les valeurs et actions de la FEMS).

Des groupes de travail dédiés pourront travailler sur ces sujets et les statuts pourront être revus si nécessaire.

Les actions pour poursuivre le développement et la structuration des réseaux régionaux :

- Établissement d'un état des lieux et d'une stratégie de déploiement et de valorisation des réseaux régionaux ; visibilité sur le site internet, favoriser aussi les échanges numériques.
- Permettre aux groupes régionaux de faire remonter des propositions de thèmes pour les RP, relais des appels à contribution par les référents régionaux.

- Organiser au moins une, voire plusieurs rencontres en région par an dont les thèmes diversifiés toucheront les différentes professions du musée.

### III. Comment positionner le rôle de conseil et de formation de la FEMS

Il y a quelques années la FEMS possédait un pool formation-expertise assez développé. Pour des raisons historiques et de moyens, aujourd'hui, seule la formation boutique persiste ainsi que quelques interventions quasi confidentielles. Il s'agit donc de réinvestir cet objectif en prenant compte des spécificités et capacités, moyens humains et financiers de la Fédération.

#### **Constat :**

- Non connaissance de l'offre, une action insuffisamment investie ou valorisée actuellement dans le réseau.
- La FEMS n'a pas à se substituer aux organismes de formation existants, ni à proposer une offre généraliste mais elle a un intérêt à se positionner plutôt là où il y a un manque (champs non couverts), ou sur ce qui constitue son ADN, son cœur de positionnement avec de vraies compétences et "points de vue" à faire valoir (capacité d'ouverture, transversalité etc) non couvert ailleurs.
- Les prestations d'expertises et formation représentent un apport financier non négligeable pour la Fédération
- Il y a une saturation des offres sur le marché et les structures n'ont pas la capacité, les moyens humains et financiers pour tout suivre. Cependant certaines formations (CNFPT par exemple) ne sont pas accessibles aux structures de droit privé (associations).

#### **Objectifs :**

- Proposer une offre conforme à nos valeurs et nos spécificités.
- Réaffirmer la place de la FEMS par rapport aux autres organismes de formation
- Définir attentes et besoins en formation et conseils dans les différents domaines de l'activité des structures
- Mobiliser des compétences au sein du réseau
- Encourager les formats d'échange "retours d'expériences" et "inspirations"

#### **Actions :**

- Développer des formats "nouveaux", moins descendants : atelier, rencontres informelles type "café-muséo" thématiques, "Chat" permanent comme forum d'entraide, les visio peuvent aussi être mobilisés.
- Abandonner les termes "formations" / "expertises" qui ne correspondent pas réellement car trop verticale et aller vers un partage plus horizontal en accord avec les valeurs et richesses du réseau.
- Valoriser les expériences et compétences internes au réseau en repérant des formateurs, des thèmes, en définissant des modules spécifiques.

- Améliorer l'information faite aux membres sur les ressources et outils mobilisables (souvent sous-utilisé par manque de temps ou non connaissance de l'outil).
- Définir un "catalogue de formation" musées de société sur la base des journées d'étude ou autres programmations organisées par les adhérents (agenda mutualisé).
- Négocier des tarifs privilégiés pour les adhérents auprès des organismes de formation (Ocim, INP etc..).
- Coproduire des formations avec les autres organismes et développer les partenariats.
- Conserver la formation / expertise boutique qui est bien identifiée.

## IV. La FEMS, agent de promotion de ses valeurs et de ses membres

### Constat :

Le premier séminaire de janvier 2020 a repris les intentions du projet fédératif de 2015 sur l'affirmation du positionnement et la visibilité de la définition du musée portée par la FEMS. En faisant mieux la distinction entre l'animation du réseau et la promotion des valeurs de la FEMS, les participants ont pointé les points à améliorer : lobbying insuffisant, image trop "intellectuelle" ou intimidante, charte graphique un peu vieillotte, méconnaissance du réseau par les élus et le public, pas assez de prise en compte des personnels des musées hors responsables ou chefs d'établissement.

### Objectifs :

- Travailler sur la mise en forme et la diffusion de la charte des valeurs
- S'organiser et se former sur le "plaidoyer" / lobbying
- Se rapprocher des autres associations, partenaires avec qui partager les actions

### Actions :

Les actions pour la mise en forme et diffusion des valeurs de la FEMS :

- S'affirmer comme un réseau engagé et solidaire, capable de prendre position sur des sujets dits sensibles (immigration, décolonisation, etc.) ou d'actualité en lien avec nos valeurs ; par l'usage des lettres ouvertes, une présence accrue dans la presse et les réseaux sociaux.
- Mettre en place un dispositif de parrainage pour les nouveaux adhérents et pour mieux se connaître (par affinité de territoire ou thèmes). Avoir une carte de membre FEMS qui concrétise le fait d'être dans un réseau.
- Démarcher et promouvoir la FEMS ; diffuser largement les outils de communication, apposer systématiquement la charte / logo pour identifier le réseau (prévoir un format attractif pour l'afficher dans les structures et à décliner éventuellement dans une version usager pour les visiteurs)
- Meilleure pérennité des échanges à développer avec le numérique notamment ; Garder traces, travailler et valoriser la matière. Le format du séminaire est intéressant à poursuivre pour favoriser la vitalité du réseau et faire valoir ses valeurs.

Les actions pour s'organiser et se former :

- Nommer un responsable au sein du CA et "recruter" quelques adhérents pour former un groupe en charge de cette mission
- Travailler sur la notoriété, les réseaux sociaux en recrutant pour cela un(e) alternant(e)
- S'appuyer sur le modèle des bibliothécaires et des archivistes (plaidoyer / advocacy) pour mieux mettre en commun les initiatives et favoriser leur reproductibilité et leurs impacts.

Les actions pour se rapprocher des partenaires avec qui partager les actions :

- Les partenaires avec qui développer ou renforcer nos liens : Fédération des PNR COFAC, AGCCPF, OCIM, ICOM, les autres réseaux de musées (REMUT, musées normands, Bretagne Musée, etc.), l'Amcsti etc. Liens à développer aussi en fonction des types de collections (migrations, textile...)
- Élargir le réseau au-delà des adhérents vers les partenaires pour multiplier les forces vives capables de produire du contenu au nom de la FEMS. Faire davantage le lien avec le secteur de la recherche, production de savoir via le dispositif des membres associés.

## Conclusion :

La FEMS s'engage à rendre les objectifs fixés effectifs et opérationnels, mais la réussite de ce nouveau projet passera aussi par la mobilisation de toutes les bonnes volontés au sein du réseau. Le partage des compétences et les nombreux engagements bénévoles ont contribué depuis toujours à faire vivre la Fédération. Elle invite ses adhérents à poursuivre cet engagement pour continuer de développer ensemble ce réseau unique.