

Au seuil des éventuels débats qui animeront la séance du Conseil de ce jour, les élu.e.s de la liste Convergences souhaitent vous faire part de quelques réflexions relatives à la campagne d'emploi.

### *La méthode*

Nous l'avons déjà commentée lors de la séance du 29 septembre. Le principal constat est la neutralisation du fonctionnement collégial de nos instances, comme en atteste le choix pour le fonctionnement des deux Comités de renoncer à une double évaluation.

. Semblable est le rôle dévolu au Conseil dans cette campagne. Sauf erreur, il n'y a eu, jusqu'à présent aucune modification des statuts qui permettrait de limiter autant le rôle de la seule instance véritable de l'UFR son Conseil. Il est, dans cette campagne, placé littéralement en bout de course.

. Tout récemment, enfin, les Directions de département se sont vu proposer un troc véritable qui en dit long sur le cynisme qui prévaut : si celles-ci souhaitaient des postes supplémentaires de statutaire (Pr ou MCF), ou simplement qu'une de leur demande figure dans cette campagne-ci, elles devaient les troquer contre des postes d'ATER. Outre le degré de considération pour les jeunes collègues doctorants et contractuels qu'une telle démarche révèle, elle a conduit manifestement à court-circuiter davantage des conseils de département, qui n'ont parfois pas été consultés par leur direction ; mais aussi, à ouvrir la porte à des collègues en position de décision pour œuvrer à des stratégies strictement personnelles. A la destruction de perspectives d'emploi contractuel pour les jeunes doctorants d'AMU ou d'ailleurs s'est donc ajoutée un peu plus de destruction de la collégialité des conseils.

### *Les critères*

. À tous les stades, l'on a déploré une information insuffisante qualitativement, malgré son apparente abondance.

. L'évaluation par un seul enseignant-chercheur, dépourvu de toute connaissance quant aux besoins de la future formation dans le cadre de la nouvelle accréditation, était par nature périlleuse. Comment cet unique évaluateur aurait-il pu juger de la priorité ou non d'un profil sans disposer de ces éléments ? Certaines fiches mal rédigées, trop succinctes, d'autres trop scientifiques et ne mettant en avant ni de futurs besoins ni l'historique d'un poste, d'autres manquantes, ont en outre souvent empêché l'unique rapporteur de faire un travail satisfaisant.

. Les indicateurs de soutenabilité n'étaient souvent pas assez fins : ils se révèlent peu parlants dès lors que l'on doit descendre à l'échelle d'une section interne à un département. Les indicateurs sont en effet établis à l'échelle du département, mais des postes sont parfois ciblés à l'échelle d'une section

. Quel "effet mémoire", là encore promis mais non communiqué, quant aux campagnes les plus récentes (celles des cinq dernières années), quand seul le département bénéficiaire d'un poste

est rappelé, et non l'intitulé de celui-ci, qui aurait été plus explicite et donc plus utile pour comprendre quelle section ou quel secteur au avait récemment bénéficié de postes ?

. Autre *droit de suite* : un certain nombre de postes ont été "atérésés" l'an dernier, en toute bonne foi par les collègues qui, selon les modalités des campagnes antérieures, pouvaient espérer une "désatérésisation" prochaine. Or, sans avertir, les règles du jeu changent avec un nouveau type de campagne : *quid* de la prise en compte dans l'actuelle campagne de ces postes atérésés ? Des départements dupés, à leur tour ?

### *Stratégie*

. Le niveau de masse salariale envisagé pour la campagne d'emploi 2023 (945.000, soit inférieur au million d'€) reconduit d'emblée, autrement dit **avant toute négociation**, le niveau de la campagne 2022, **obtenu** après **négociations**. À partir d'aussi bas, à ne pas se situer même au-dessus d'une telle barre symbolique, quelle marge de manœuvre sera-t-elle donc celle de la Direction face au niveau central ? L'étape de la négociation en sera d'autant plus délicate...

. Si négociation il y a, quelles en seront donc les bases ? Quel mandat peut donner concrètement à sa Direction le Conseil d'UFR dans la séance de ce jour pour aller négocier? Le Conseil doit être éclairé avant de procéder au vote: il ne peut donner un blanc-seing à la Direction en s'en remettant à sa seule initiative et à sa conception de la campagne d'emploi. En l'état, le Conseil ne peut se prononcer sur une campagne et des négociations non transparentes.

. Qui mènera ces négociations : la Direction (Directeur d'UFR et vice-doyen Aff. générales) ? Mais *quid* de la Vice-présidence de secteur ? Pourquoi son absence, ce jour, alors que la voix du Conseil et les avis, éclairés, des conseillers vont se faire entendre ? Elle aussi est responsable devant cette instance si elle entend participer à la négociation pour son "secteur": le Conseil en fait pleinement partie et doit être entendu directement par cette Vice-présidence.

. Au total, le budget dévolu à cette campagne, qui plus est conçue comme pluri-annuelle avec le lot d'incertitudes supplémentaires que cela crée, apparaît comme trop peu ambitieux. Cela compromet gravement le travail de la communauté sur cette campagne comme les suivantes : faute d'indications chiffrées, les demandes émanant des départements sont parfois très disparates entre elles.

. Le caractère pluriannuel de la campagne, voulu manifestement par la seule Direction, enferme l'UFR, et par voie de conséquence la MMSH, sous ce **plafond de verre d'environ 950.000 €** pendant plus de quatre campagnes. Heureusement, comme le déclarait récemment un Vice-président, qui s'étonnait du caractère pluriannuel de la campagne d'ALLSH : qui sait où nous en serons les années à venir ?

Seule une communauté, et donc un Conseil, informée peuvent se prononcer en connaissance de cause ; et pour le Conseil donner son aval à son Directeur pour qu'il aille négocier sur des bases connues. À l'heure actuelle, le Conseil est dans l'ignorance de ces bases. A l'issue de tels dysfonctionnements de campagne, on voit mal cette assemblée vous donner son aval.