



HAL
open science

L'invention du public des archives d'entreprises

Roger Nougaret

► **To cite this version:**

Roger Nougaret. L'invention du public des archives d'entreprises. La Gazette des Archives , 1999, 184 (1), pp.53-60. 10.3406/gazar.1999.3558 . hal-04436452

HAL Id: hal-04436452

<https://hal.science/hal-04436452>

Submitted on 3 Feb 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'invention du public des archives d'entreprises

Roger Nougaret

Citer ce document / Cite this document :

Nougaret Roger. L'invention du public des archives d'entreprises. In: La Gazette des archives, n°184-185, 1999. Les archives au service du public : quelles offres pour quelles attentes ? (séminaire national de Rouen, 15-16 octobre 1998) pp. 53-60;

doi : <https://doi.org/10.3406/gazar.1999.3558>

https://www.persee.fr/doc/gazar_0016-5522_1999_num_184_1_3558

Fichier pdf généré le 12/05/2018

Résumé

Ce n'est que récemment, à partir des années 1980-1990, que les archives d'entreprises se sont ouvertes plus largement au public en France. Mieux perçue par le monde de l'entreprise, l'université, notamment au travers de missions historiques, a joué un rôle non négligeable dans cette évolution. Connaissant bien le milieu de la recherche dans leur secteur, les archivistes et en guidant les étudiants. Cette activité reste cependant fragile et limitée car marginale par rapport aux buts principaux de l'entreprise. C'est en satisfaisant en premier lieu son public interne que l'archiviste d'entreprise peut assurer la pérennité de sa fonction.

Abstract

The Emergence of Users for Business Archives.

Only recently, since the 1980's, have company archives made themselves available to researchers. Universities, often through historical committees, which are generally recognized by the business world, have played a major role in this evolution. Business archivists, who are familiar with research in their sector, offer a real public service by welcoming university researchers and by guiding students. But this activity remains fragile and limited, because it is well outside the main objectives of any given company. Therefore, a business archivist must turn primarily toward internal users to guarantee the long-term survival of his position.

Zusammenfassung

Die Erfindung des Publikums der Firmenarchive.

In Frankreich öffneten sich die Firmenarchive erst kürzlich, in den Jahren 1980-1990, einem breiteren Publikum. Die Universität, die in der Unternehmenswelt besser wahr genommen wird, vor allem durch historische Aufträge, hat eine wesentliche Rolle in dieser Entwicklung gespielt. Die Firmenarchivare, die das Forschermilieu des Bereichs gut kennen, sorgen für einen wahren öffentlichen Dienstauftrag indem sie die Forscher, meistens Akademiker, empfangen und den Studenten beistehen. Diese Tätigkeit bleibt aber schwankend und begrenzt weil sie am Rande der Hauptziele des Unternehmens liegt. Um den Fortbestand seines Amtes zu sichern muss der Firmenarchivar vor allem sein internes Publikum befriedigen.

L'INVENTION DU PUBLIC DES ARCHIVES D'ENTREPRISES

C'est un rôle d'avant-garde, et à tout le moins inédit, que l'on donne aux archives d'entreprises en leur prêtant la faculté d'avoir, ces dernières années, inventé, c'est-à-dire créé, leur public. L'invention suppose une démarche active de prospection, idée qui est apparemment étrangère aux archives publiques ; en effet, lors d'une enquête menée en 1980¹, l'Association des archivistes français (AAF), toutes sections confondues, constatait et regrettait l'impossibilité de mener des actions de prospection auprès du public ; une des raisons invoquées à l'époque pour cette impuissance étant le manque de moyens, on peut penser que la situation n'a pas beaucoup évolué depuis, malgré l'embellie budgétaire des années 1980 et même si quelques percées ont été réalisées auprès des scolaires et des nouveaux publics. Voilà donc les archives d'entreprises promues au rang de défricheurs de publics. Nous nous proposons d'examiner la réalité de cette assertion, en éclairant tout d'abord la toile de fond sur laquelle évoluent les archives, en vérifiant ensuite la spécificité de l'approche du public par les entreprises et en terminant par les limites du phénomène et les perspectives d'évolution.

Les archives d'entreprises à la rencontre de leur public : un phénomène récent et encore limité

Un phénomène récent

Il est devenu classique de dater de la création du service des archives de Saint-Gobain en 1974 l'entrée des archives d'entreprises dans l'archivistique moderne — état supposant la nomination de professionnels et l'ouverture organisée vers l'extérieur. En 1980, au moment où l'AAF lançait son enquête sur les publics des archives, seule la Chambre de commerce de Marseille, rompue à l'accueil de chercheurs depuis longtemps, avait fourni une réponse pour le compte des entreprises. Depuis, la cohorte s'est renforcée, comme en témoigne l'accroissement continu de la section « archives économiques et d'entreprises » de l'AAF qui compte aujourd'hui plus de 150 adhérents. Toutefois, la conservation des archives dans ce secteur n'est pas structurée par des dispositions législatives et réglementaires fortes, ce qui entraîne une très forte disparité d'organisation, de statuts, de rattachements.

L'essor des archives d'entreprises est indissociable de l'essor de l'histoire d'entreprise dans les années 1980, chacun alimentant désormais un cercle vertueux

1. « La clientèle autre qu'administrative des archives » dans *La Gazette des archives*, 1981, n° 113-114, p. 97-161.

où les historiens provoquent la création de services et où les services organisés attirent les historiens. Longtemps dominée par l'histoire économique et sociale ou par l'histoire des relations internationales, et bien souvent « priée d'avoir vis-à-vis des modèles généraux d'évolution une fonction essentiellement confirmative et démonstrative »¹, l'histoire d'entreprise a gagné en autonomie et en dynamisme : les histoires d'entreprises sont aujourd'hui nombreuses, au point que certains s'inquiètent de cette juxtaposition de monographies et de la perte de liens avec l'histoire générale².

Un phénomène limité

Si l'on excepte les organisations syndicales et les chambres de commerce, il ne se trouve toutefois guère plus d'une trentaine d'entreprises *stricto sensu* qui acceptent d'ouvrir de manière permanente leurs archives à des chercheurs extérieurs. C'est à peu près le nombre d'entreprises ayant accepté de figurer dans le *Guide des services d'archives des entreprises et organismes du monde du travail* qui vous sera présenté lors de ce séminaire. Alors même qu'elles disposent de services pilotés par des professionnels, certaines entreprises hésitent encore à faire le pas de l'ouverture de manière franche : à côté des coûts, la confidentialité peut être mise en avant dans des branches réputées sensibles comme l'aéronautique, la banque, la pétrochimie, l'industrie pharmaceutique. Il n'est pas inintéressant de constater que les appréciations divergent puisque, dans les mêmes secteurs, d'autres entreprises ont fait le choix de l'ouverture.

Par ailleurs, on constate que dans les services ouverts aux chercheurs, la capacité d'accueil est en deçà de celle de la plupart des services publics d'archives, à l'exception peut-être des archives communales : une enquête, menée en 1994 par la section des archives d'entreprises, indiquait que la capacité des salles réservées aux chercheurs allait de 10 à 20 places dans plus de la moitié des entreprises, publiques pour la plupart, et s'établissait autour de 5 places dans les autres sociétés.

La marge de progression pour l'ouverture de services d'archives complets — c'est-à-dire incluant la conservation et la communication d'archives historiques — est encore importante, surtout dans le secteur privé : on s'en convaincra à la lecture du tableau ci-dessous, qui indique, pour les plus grosses entreprises françaises cotées à la bourse de Paris (CAC 40), celles ayant organisé la conservation de leurs archives historiques et celles qui en assurent une ouverture permanente aux chercheurs.

L'invention du public

Le mécanisme de l'ouverture au public

Lorsqu'une entreprise décide d'ouvrir ses archives aux chercheurs, il s'agit d'un acte volontaire fort. Habitée à traquer les dépenses inutiles et à rogner ses frais

1. François Caron, « Perspectives de l'histoire des entreprises », *Les archives du monde du travail, outil de gestion et patrimoine culturel*, Metz, direction des Archives de la Moselle, Centre de culture scientifique et industrielle du bassin houiller de Lorraine, 1989, p. 55.

2. Intervention de Ducio Bigazzi, rédacteur en chef de *Archivi e imprese*, à la XXIX^e conférence annuelle de l'International Association of Labour History Institutions (Milan, septembre 1998), comparant la juxtaposition des monographies d'entreprises à une mosaïque élaborée sans plan de départ.

généraux, l'entreprise sait, au moins partiellement, ce que coûte un chercheur (les mètres carrés qu'il immobilise, le nombre de boîtes d'archives qu'il consulte, le temps que lui consacre le personnel des archives). Il y a donc finalement quelque schizophrénie dans cette démarche qui consiste à accueillir des personnes extérieures à l'entreprise tout en serrant les budgets. En retour de cet investissement, qu'attend l'entreprise ? Parfois, la reconnaissance qu'elle a œuvré en entreprise citoyenne, probablement un retour d'image, certainement une meilleure compréhension de son passé et de son identité.

L'ouverture des archives s'accompagne alors presque nécessairement d'une exigence de qualité dans les travaux historiques produits. À cet égard, l'exemple de Saint-Gobain est presque parfait dans l'enchaînement des faits : fusion de deux sociétés aux cultures bien différentes (Saint-Gobain et Pont-à-Mousson), création d'un service d'archives, réalisation dans la foulée de deux importantes thèses d'histoire suivie de leur publication ¹. Le service d'archives a été créé à la fois dans une optique organisationnelle et de mémoire d'entreprise ; les travaux universitaires ont été suscités, soutenus, sans être commandés ou censurés. Le temps est loin où Jean Bouvier menait à Lyon les dépouillements de sa thèse sur le Crédit lyonnais à l'insu de l'état-major (même régional) de la banque ².

Cette époque de méfiance réciproque des années 1950-1960 semble révolue : les universitaires ne voient plus uniquement dans l'entreprise un lieu d'exploitation de l'homme, et celle-ci a cessé le plus souvent de considérer le chercheur comme un élément déstabilisateur. Quelques universitaires ont même rallié le camp de l'entreprise avec une telle ardeur qu'ils ont oublié leur bagage scientifique en route et que leur production historique ressemble à s'y méprendre aux ouvrages jubilaires sur papier glacé qu'ils dénonçaient naguère.

Le rôle des missions historiques

Les sollicitations répétées des universitaires ont donc été, au moins autant que la volonté propre des sociétés, un élément déclencheur de l'ouverture des archives d'entreprises. Si, comme nous le verrons, les archivistes d'entreprises savent prendre des mesures pour aller au devant de leur public, l'honnêteté commande d'écrire que, dans bien des cas, l'augmentation du public de leurs salles de lecture vient de l'université.

Il faut souligner à cet égard le rôle moteur que jouent les missions historiques dans les grandes entreprises, notamment publiques. Les historiens spécialistes d'un secteur ont réussi ça et là à créer des structures de type associatif ou intégrées à l'entreprise, permettant de lancer des programmes de recherches, de financer des bourses d'études, de publier des thèses ou actes de colloques. On peut citer, parmi les missions les plus importantes, *l'Association pour l'histoire des chemins de fer* (soutenue par la SNCF et par la RATP), *l'Association pour l'histoire de l'électricité en France* (soutenue par EDF), *la Mission historique de la Banque de France*, *le Comité d'histoire de la Poste*. Le phénomène est moins visible dans le secteur privé, à

1. Alain Baudant, *Pont-à-Mousson (1918-1939), Stratégie industrielle d'une dynastie lorraine*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1980, 507 p. et Jean-Pierre Daviet, *Un destin international, la Compagnie de Saint-Gobain de 1830 à 1939*, Paris, Éditions des archives contemporaines, 1988, 704 p.

2. Jean Bouvier, *Le Crédit lyonnais de 1863 à 1882 : les années de formation d'une banque de dépôts*, Paris, Sevpen, 1961, 500 + 437 p.

l'exception notable de *l'Institut pour l'histoire de l'aluminium*, soutenu par Pechiney. Toutes ces structures sont pilotées par des chercheurs. Paribas et les Caisses d'Épargne disposent aussi d'associations historiques, mais d'origine interne.

La collaboration entre archivistes et missions historiques n'est pas toujours exempte de frottements mais, en général, chaque partie bénéficie de l'existence de l'autre.

La coopération entre archives et recherche au plan des individus

À titre individuel, les archivistes d'entreprises sont allés au-devant de leur public en côtoyant les universitaires et en sollicitant des travaux d'histoire sur leur entreprise. Ces contacts ont été d'autant plus faciles que l'archiviste d'entreprise est ou devient forcément, contrairement à son collègue des archives publiques, un spécialiste : le responsable des archives d'une banque connaît bien vite le microcosme de l'historiographie bancaire ; il en va de même pour les transports, l'électricité, les mines et les différentes branches de l'économie. L'archiviste serait-il tenté de ne pas sortir de son entreprise que le chercheur viendrait rapidement à lui, la création d'un service d'archives dans une entreprise étant un événement pour les historiens de la discipline. La rapide familiarité qui existe entre historiens et archivistes permet aux seconds d'intervenir dans les séminaires de maîtrise ou de DEA des premiers, de faire connaître les fonds dont il ont la responsabilité et de susciter des travaux de jeunes chercheurs. Dans certains cas, à vrai dire de plus en plus rares, la pratique de la chasse gardée par un historien maison, arrivé avant l'archiviste, ne facilite pas le renouvellement des chercheurs.

En même temps qu'elle cherchait à élargir son audience dans les entreprises, la section des archives économiques et d'entreprises de l'AAF a résolument pris le parti d'aller au-devant de son public, en organisant tout d'abord en 1994 une rencontre entre archivistes d'entreprises et universitaires, où ceux-ci ont pu exprimer leurs besoins ; il faut souligner l'esprit cordial dans lequel s'est déroulée cette réunion car, l'accès aux archives d'entreprises n'étant pas un droit, les utilisateurs ne peuvent faire part en général que de leur reconnaissance aux entreprises ; les attaques plus ou moins justifiées que peuvent susciter les archives publiques sont quasiment inconnues dans les archives d'entreprises.

Dans le prolongement de son étude sur la communication et des premiers contacts avec les universitaires, la section des archives économiques et d'entreprises a aussi décidé de réaliser un guide des services ouverts aux chercheurs, guide dont le hasard et les efforts de ses promoteurs ont voulu que, après une lente gestation, il soit terminé juste à temps pour être présenté à ces journées d'étude.

L'accueil du public dans les archives d'entreprises : un véritable service public

Les entreprises qui ouvrent leurs archives aux chercheurs assurent une véritable mission de service public. L'accès est partout gratuit et les règles de communicabilité s'alignent fréquemment sur celles des archives publiques. Disposant d'une certaine liberté en la matière, il n'est pas rare que les archivistes proposent même des délais plus courts pour quelques catégories de documents internes non confidentiels (10 ans au lieu de 30 ans).

Enfin, le nombre relativement réduit de chercheurs, conjugué au souci d'image de l'entreprise, font que la qualité d'accueil est généralement excellente : à la rapidité du service, s'ajoutent le conseil, sur lequel on reviendra ultérieurement, les facilités en matière de photocopies — dont, souvent, la gratuité¹ —, le prêt de matériel informatique et parfois le café...

Quels publics ?

Dans cette brève présentation des publics, on mettra de côté les utilisateurs internes : cette catégorie de public est essentielle pour les archivistes d'entreprises, mais hors du débat qui nous préoccupe aujourd'hui, car concernée surtout par les archives intermédiaires. Lors de l'enquête menée en 1994 par la section des archives économiques et d'entreprises, 20 des 25 services qui avaient répondu déclaraient recevoir du public extérieur.

Ce public extérieur est surtout constitué de chercheurs « académiques », au sens anglais du terme : étudiants, professeurs, chercheurs du CNRS. L'histoire et l'économie fournissent le plus grand nombre, mais les sciences de la gestion, le droit, la sociologie voire l'histoire de l'art ne sont pas absents. L'accès aux archives n'étant pas de droit, dans un tiers des cas une justification est demandée pour prouver la bonne foi de la recherche (lettre du chercheur ou lettre du directeur de recherche). Un engagement déontologique de ne pas nuire aux intérêts de l'entreprise et de ses clients peut être demandé dans certaines sociétés, comme c'est presque toujours le cas en Grande-Bretagne.

Les généalogistes ne sont pas inconnus des archivistes d'entreprises, mais leurs demandes de consultation sont limitées (il faut avoir un ancêtre ayant travaillé dans l'entreprise) et l'archiviste dispense parfois le chercheur de son déplacement en répondant par courrier ; les généalogistes (amateurs) sont généralement accueillis mais c'est un public que ne recherche pas l'archiviste d'entreprise, sauf si la recherche présente un intérêt général. À l'image de ce qui se passe dans certains services d'archives départementales et municipales, un club de généalogie de l'entreprise peut se révéler un partenaire précieux pour la constitution de fichiers d'intérêt général.

Les journalistes forment une catégorie de public avec laquelle les archivistes d'entreprises sont particulièrement vigilants ; l'image de l'entreprise est une chose fragile et sa détérioration a immédiatement des répercussions économiques. Le contact avec les journalistes passe donc très souvent par les services de presse, que ces derniers aiguillent la demande vers l'archiviste, ou que l'archiviste demande un feu vert à son service de presse.

Limites et problèmes de l'ouverture des archives d'entreprises

On a présenté l'ouverture des archives d'entreprises comme un phénomène des années 1980 et 1990. On aurait tort toutefois d'imaginer que ce tir groupé a eu la force d'une décision collective. Aucune consigne d'ensemble n'a lancé le mouve-

1. La gratuité n'est pas forcément une mesure de générosité mais, contrairement aux apparences, une mesure d'économie : le coût de la gestion (de la régie de recettes à la dernière écriture comptable) est souvent bien supérieur au produit des recettes de photocopies ; par ailleurs, c'est un bon moyen de se protéger du vol. Une autre école estime toutefois que la photocopie payante fait diminuer les demandes...

ment, même si un certain suivisme a pu se remarquer, notamment chez les banques. Le maintien d'un secteur d'archives historiques et d'une ouverture au public reste la décision de chaque entreprise et dépend de paramètres aussi différents que de graves difficultés économiques ou un changement de dirigeants. C'est donc une situation relativement fragile, mais les archivistes d'entreprises ont appris à vivre avec cette épée de Damoclès. Le maintien de structures en place est une forme de victoire et le remplacement d'un professionnel par un autre dans la même entreprise est presque un triomphe.

Plus que dans d'autres secteurs, l'archiviste d'entreprise est obligé d'orienter et de former le chercheur. À cela plusieurs raisons : l'histoire économique et d'entreprise, sans être excessivement difficile, suppose une culture économique, voire technique, et la maîtrise de notions que les études classiques d'histoire n'apportent pas toujours. D'autre part, plus qu'ailleurs, les directeurs de recherches connaissent mal les sources disponibles, la plupart du temps parce qu'ils ne disposent pas des instruments de recherches nécessaires. Les archivistes d'entreprises ont donc le sentiment de fournir un effort important de formation et d'orientation dans des fonds pas toujours parfaitement classés.

Cet effort devrait trouver sa compensation dans la qualité des travaux historiques effectués ; or, comme dans toutes les disciplines, de nombreux mémoires n'aboutissent pas ou aboutissent à un résultat décevant. L'archiviste peut donc estimer avoir mal investi un temps précieux, surtout si son système de refacturation interne met en exergue les coûts de consultation externe. Après avoir recherché le public académique, il se pourrait donc que certains archivistes s'attardent davantage sur les « bons » chercheurs.

Cette quête des « bons » chercheurs est déjà une réalité du fait de l'existence de bourses d'études. Nous avons évoqué plus haut les efforts des missions historiques pour encourager la recherche, notamment par l'octroi de bourses. Les candidats aux bourses étant sélectionnés sur dossier, les étudiants qui présentent les meilleurs dossiers sont donc dirigés par les directeurs de recherches vers les entreprises mécènes et retenus par celles-ci. Le risque pour l'histoire d'entreprise est d'assister à un abandon de certains secteurs ou entreprises aux dépens d'autres qui auront mieux su « drainer » la recherche.

Conclusion

Malgré les 25 ans de Saint-Gobain, malgré quelques autres réussites dans la foulée, les archivistes d'entreprises gardent certainement l'impression d'être encore dans un âge de pionnier quant à la dimension patrimoniale de leur métier et à l'ouverture sur l'extérieur. Du point de vue des relations avec leur public extérieur, nul doute que cela soit le meilleur âge, celui qui conjugue les principes d'utilité et de plaisir grâce à la proximité.

Mais l'objet même de l'entreprise, le profit, fait que, s'il n'a pas commencé par là, l'archiviste est très vite obligé de consacrer le plus clair de son temps et la plupart de ses efforts à l'invention de son public interne, car sa véritable justification est là : ce public interne comprend le président, le directeur de la communication, le secrétaire général et le directeur des services généraux ainsi qu'un nombre non négligeable de collaborateurs de l'entreprise. Par un véritable marketing de sa

fonction à l'intérieur de l'entreprise, suivi bien entendu par un service après vente, l'archiviste d'entreprise gagne sa légitimité et peut alors se retourner, plus fort, vers son public extérieur.

Roger NOUGARET

Directeur des archives historiques du Crédit Lyonnais
avec la collaboration de Claire CHAUMEL
responsable des archives de la Société générale

RÉSUMÉ

L'invention du public des archives d'entreprises.

Ce n'est que récemment, à partir des années 1980-1990, que les archives d'entreprises se sont ouvertes plus largement au public en France. Mieux perçue par le monde de l'entreprise, l'université, notamment au travers de missions historiques, a joué un rôle non négligeable dans cette évolution. Connaissant bien le milieu de la recherche dans leur secteur, les archivistes et en guidant les étudiants. Cette activité reste cependant fragile et limitée car marginale par rapport aux buts principaux de l'entreprise. C'est en satisfaisant en premier lieu son public interne que l'archiviste d'entreprise peut assurer la pérennité de sa fonction.

The Emergence of Users for Business Archives.

Only recently, since the 1980's, have company archives made themselves available to researchers. Universities, often through historical committees, which are generally recognized by the business world, have played a major role in this evolution. Business archivists, who are familiar with research in their sector, offer a real public service by welcoming university researchers and by guiding students. But this activity remains fragile and limited, because it is well outside the main objectives of any given company. Therefore, a business archivist must turn primarily toward internal users to guarantee the long-term survival of his position.

Die Erfindung des Publikums der Firmenarchive.

In Frankreich öffneten sich die Firmenarchive erst kürzlich, in den Jahren 1980-1990, einem breiteren Publikum. Die Universität, die in der Unternehmenswelt besser wahr genommen wird, vor allem durch historische Aufträge, hat eine wesentliche Rolle in dieser Entwicklung gespielt. Die Firmenarchivare, die das Forschermilieu des Bereichs gut kennen, sorgen für einen wahren öffentlichen Dienstauftrag indem sie die Forscher, meistens Akademiker, empfangen und den Studenten beistehen. Diese Tätigkeit bleibt aber schwankend und begrenzt weil sie am Rande der Hauptziele des Unternehmens liegt. Um den Fortbestand seines Amtes zu sichern muss der Firmenarchivar vor allem sein internes Publikum befriedigen.

NOM DE L'ENTREPRISE	ARCHIVES HISTORIQUES ORGANISÉES	OUVERTURE PERMANENTE AU PUBLIC
Accor		
AGF		
Air liquide		
Alcatel		
Axa		
Bic		
BNP		
Canal +		
Cap Gemini		
Carrefour		
Crédit commercial de France		
Danone		
Dexia		
Elf Aquitaine		
Eridania Beghin-Say		
France Télécom		
Lafarge		
Lagardère		
Legrand		
L'Oréal		
LVMH		
Michelin		
Paribas		
Peugeot		
Pinault-Printemps-Redoute		
Promodès		
Renault		
Rhône-Poulenc		
Saint-Gobain		
Sanofi		
Schneider		
ST Micro-electronics		
Société générale		
Sodexo Alliance		
Suez-Lyonnaise des eaux		
Thomson CSF		
Total		
Usinor		
Valéo		
Vivendi		