

Sur le sujet : "Pourquoi faire des histoires d'Entreprises ?"

Alexandre Giandou est docteur en histoire et a rédigé plusieurs ouvrages sur les histoires d'entreprise , notamment la CNR (1998), usine des Clavaux (2000), Mavic (2001), Atofina (2003) ...Il contribue à la préparation de l'histoire des télécommunications d'EDF.

- La constatation qui s'impose d'entrée à un historien, est que l'histoire et l'entreprise sont dans une relation conflictuelle, ambiguë et paradoxale qui vient du caractère éphémère de l'entreprise - les plus anciennes ont au maximum 200 ans -.

On peut dire que l'Entreprise ne survit qu'en se détruisant pour mieux renaître de ses cendres. Il semblerait même que la condition du succès soit le rejet des traditions et le refus de tout ce qui été fait auparavant. Cela se traduit et on le constate (*comme dans notre entreprise*) par la perte de la mémoire et des archives. Pour beaucoup d'entrepreneurs, le passé est vécu comme un frein à la rénovation et le respect des traditions paraît opposé à la modernité. Toute modernisation repose sur une rupture volontaire avec les comportements anciens et les exemples sont nombreux de patrons qui à leur arrivée modifient tout. (*si, si, il y en a eu chez nous !*). C'est peu un mal français.

- Mais l'historien a eu sa part dans la vision de l'entreprise. Selon ses convictions, il écrivait l'histoire avec un modèle soit libéral soit marxiste et, faire de l'histoire d'entreprise, c'était : justifier ce modèle. Pour l'un , l'entreprise était le meilleur des mondes, pour l'autre elle était un instrument d'oppression. L'histoire économique était ainsi, subordonnée à une vision dialectique de l'histoire.

Finalement, surmontant cette répugnance réciproque à faire l'histoire des entreprises, universitaires et entrepreneurs se sont réconciliés pour saisir enfin les réalités sociales et comprendre le passé pour construire l'avenir en ayant présent à l'esprit que " faire de l'Histoire, c'est apprendre à désapprendre, déconstruire les hypothèses de départ pour reconstruire. " Il n'y a pas de vérité établie, il y a la quête de l'objectivité.

- On constate maintenant une demande de l'entreprise pour la connaissance de son passé que lui procure l'historien ; Celui ci va se servir de cette histoire pour renouveler de vastes secteurs de l'histoire économique, sociale, culturelle voire politique ; cette demande va en s'amplifiant.

Si les entreprises ouvrent leurs archives et consacrent de gros budgets, on peut considérer que ce n'est pas innocent, elles y trouvent des retombées : puiser dans sa mémoire pour trouver son identité, le principe de son action, sa culture d'entreprise ; prouver au monde sa capacité à durer ; justifier l'abandon d'un produit ou, à l'inverse, son lancement ; se présenter comme nouvel opérateur sur le marché et aussi, fréquemment, " faire passer la pilule " auprès du personnel en cas de changement important.

Donc la demande est multiple, événementielle, stratégique, de communication. Pour la satisfaire, l'historien s'appuiera sur des archives confrontées à des témoignages oraux et à la mémoire des acteurs.

Le but est de faire renaître une histoire oubliée face à une tradition orale simplificatrice, déformatrice. On se méfiera, par exemple, de l'histoire - légende toute faite et mythique -, de propagande ou de faire-valoir de soi-même dans la biographie d'un entrepreneur.

Pour l'Entreprise, son histoire devient un enjeu et le rédacteur, qui est payé par celle-ci, doit résister à la manipulation, à la censure : on ne parlera pas des grèves, on ne nommera pas les clients, on ne décrira pas des processus de fabrication au cas où...

- Finalement et pour toutes ces raisons, faire de l'histoire d'entreprise est extrêmement difficile dans la mesure où ce genre, dans la discipline historique, exige d'être à la fois : économiste et sociologue, gestionnaire et anthropologue et également d'être au fait de la science qui est à l'origine de l'activité de l'entreprise. Cela ne se fait pas sans effort !

Autre difficulté, cette histoire doit être accessible au plus grand nombre sans se limiter aux universitaires, érudits ou spécialistes ; ce résultat est atteint lorsque les agents, les acteurs de l'entreprise acceptent de répondre aux interviews et participent à la recherche après, justement, cette période d'acquisition de la science historique.

- Pour conclure, on remarquera que cette reconstitution patiente de l'histoire de l'entreprise par l'historien, et même si elle se construit contre la volonté de l'entrepreneur, doit être perçue par celui-ci comme un instrument nécessaire à sa survie.
- Plus les mutations sont rapides plus la connaissance exacte des traditions est nécessaire, de même que l'adhésion de l'ensemble du personnel de l'entreprise à un système de valeurs apporté par l'histoire

De ce point de vue, l'histoire devient une source de compréhension mutuelle, révèle les comportements, les incohérences apparentes, la logique de l'organisation....elle est, paradoxalement, source de jouvence.

En conclusion Alexandre Giandou invite alors avec conviction son auditoire à considérer que, parce qu'elle s'intéresse à toutes les sciences, " l'Histoire est la reine des sciences ".

-O-O-O-O-

Pour être complet, il faut revenir aux sources et citer les grands Anciens :

- Marc Bloch, fondateur de l'Ecole des Annales, (assassiné par la Gestapo à Lyon en 1941). " C'est le présent qui pose les questions sur le passé, c'est le passé qui éclaire l'étrangeté du présent " " Dans l'infini de la durée, le présent est toujours déjà passé "

- Lucien Faivre (Les Annales), " L'histoire recherche dans le passé, les faits, les événements, les tendances qui préparent le temps présent et permettent de le comprendre...L'histoire n'est pas la science du passé : entre le passé et le présent il n'y a aucune rupture "

Réponses à des questions de l'auditoire :

- Si l'on a trouvé, quelquefois, des histoires en forme de panégyrique c'est que celles-ci étaient l'œuvre d'une " agence en communication " venant pallier la pénurie d'historiens universitaires, peu intéressés à l'époque par ce genre d'activité.

- L'historien que l'on peut présenter comme un élément extérieur à l'entreprise est bien armé, grâce à sa méthodologie, à un séjour prolongé dans l'entreprise, sorte d'imprégnation, pour faire apparaître des non-dits et des informations que l'on voudrait dissimuler.

- De même, c'est son éthique personnelle, la leçon de ses Maîtres qui lui permettent de résister à la pression du commanditaire et, selon son tempérament, de rechercher le consensus, d'imposer les limites et d'exprimer la vérité.

- On ne peut pas parler de " culture d'entreprise " si l'on n'a pas fait l'histoire de l'entreprise.

- Ni science dure, ni science molle, l'histoire appartient, dans l'Université, aux sciences humaines !

- La différence que l'on peut observer avec le travail d'un journaliste sur le même sujet, est que la recherche du "scoop" inhérente au journalisme peut affecter la recherche de la réalité. L'historien, en principe, est plus scrupuleux, il prend le temps de vérifier ses sources, et il les cite. Il peut aussi compter sur la vigilance de confrères concurrents