

# Muriel Le Roux

## Archives et secret d'entreprises

L'historienne décrit les dilemmes auxquels le chercheur fait face lorsqu'il s'intéresse au passé des entreprises, qu'elles coopèrent ou non

Dans un climat de concurrence mondiale exacerbé, les entreprises doivent maintenir leur avance scientifique, technologique, organisationnelle et sociale. Le secret devient un impératif, qui recouvre la stratégie industrielle et commerciale, la recherche et développement, les procédés de fabrication, les produits, etc. Le secret constitue aussi un défi pour l'historien qui souhaite écrire, en toute indépendance académique, l'histoire d'une entreprise ou d'un secteur. Surtout lorsque les entreprises sont encore en activité.

Compte tenu des enjeux, la prudence des entreprises en matière d'accès à leurs archives est légitime. La réponse la plus courante aux demandes de consultation est donc : « Refusé ». Les historiens peuvent en témoigner. Elles arguent facilement du caractère « sensible » de l'activité, particulièrement chez celles qui se proclament « innovantes » ou « performantes », surtout dans les secteurs de l'aérospatiale, de la pharmacie, de l'informatique, de l'agro-industrie ou de la chimie.

Mais cette difficulté constitue aussi le cœur du métier d'historien. Cela l'amène à trouver d'autres entrées, des sources secondaires ou indirectes, dont la publication est obligatoire, comme les rapports d'activité,

les bilans sociaux... ou encore les publicités, les reportages des médias, les témoignages de personnel ou d'anciens. Dans tous les cas, et en particulier pour les sources orales, l'expertise méthodologique et scientifique est indispensable pour questionner et construire des documents avec la rigueur, la mesure et la modestie nécessaires.

Mais, aujourd'hui, l'enjeu de la responsabilité sociale de l'entreprise relance la problématique du secret et de l'accès aux documents, essentiellement pour les entreprises implantées en Europe et en Amérique du Nord. Celles-ci doivent en effet gérer leur réputation et éventuellement rendre des comptes pour leurs actions passées. Ce dilemme constitue une opportunité pour l'historien, qui peut



**CERTAINES FIRMES  
FONT DE  
L'OUVERTURE  
DES ARCHIVES  
UN ÉLÉMENT DE  
COMMUNICATION**

ainsi voir facilité l'accès aux archives en invoquant l'aspect délétère du secret pour l'image de l'entreprise ! L'histoire peut en effet faire office de médiation utile, en replaçant les faits dans leur contexte. Expliquer une décision, rappeler les conditions de l'époque, permet, sans jamais rien excuser, d'éviter les clichés ou les jugements rapides.

Certaines entreprises soucieuses de leur réputation l'ont bien compris. Elles préfèrent autoriser, au moins partiellement, l'accès aux archives tout en contrôlant la nature des documents communiqués, une stratégie qui a pris naissance dans les années 1980, aux Etats-Unis, avec le développement de la *business history*. Il s'agit souvent de grandes entreprises qui accueillent les chercheurs par le biais des services d'archives, du patrimoine ou d'un « comité d'histoire ». La relation entre l'entreprise et l'historien est parfois contractualisée par la signature d'accords de confidentialité.

### Pas un jeu de dupes

La démarche s'avère efficace, car elle repose sur la reconnaissance du bien-fondé d'une analyse critique et indépendante, menée par le travail académique. Elle a permis d'accéder à des archives sensibles, incluant la recherche et le développement ou les directions générales. De ces recherches a résulté un renouvellement de l'histoire économique, précisant les rôles et les fonctions des entreprises dans l'histoire de nos sociétés.

Avec toutefois un bémol : lorsqu'elles ouvrent leurs archives, les entreprises de certains secteurs (chimie, pharmacie, armement, énergie, etc.) ne le font que pour des périodes qui s'arrêtent généralement aux années 1970. De même, l'accès est souvent limité à des aspects précis. L'historien doit donc lutter contre cette culture du secret et garder son indépendance. Car, après tout, l'histoire reste et restera toujours partielle.

Des ouvertures existent cependant du côté des entreprises qui ont un riche héritage à gérer. Il s'agit pour elles de diffuser des travaux à leur image, garantis par la référence universitaire. Des entreprises du luxe, par exemple, ont pu aller parfois jusqu'à embaucher un historien. En levant partiellement le voile du secret, elles font de l'ouverture des archives un élément de communication, notamment à destination du consommateur. Mettre en valeur le secret autour de produits, de procédés, de stratégies ou d'alliances, est le corollaire de leur réussite.

La question du secret se double d'une vaste exposition médiatique, académique ou publicitaire. Pour d'autres, comme les laboratoires pharmaceutiques, il s'agit de convaincre les autorités sanitaires ou de conquérir des parts de marché, par exemple dans les cosmétiques. Rien d'étonnant puisque ces secteurs fondent leur existence même dans cette exposition-publicisation de leurs produits et de leur efficacité.

Il n'y a pas de jeu de dupes dans cet échange qui permet de lever une partie du secret. L'historien professionnel doit respecter autant les droits des témoins que ceux des personnes morales, au même titre que les principes de la recherche : aussi ouverte que possible, aussi fermée que nécessaire. C'est la contrepartie de l'accès aux archives. Mais il doit surtout penser la relation à l'entreprise en se posant la question : à qui profite le crime ? Toute volonté d'instrumentalisation est ainsi tenue à distance. ■

**Muriel Le Roux** est historienne au Centre national de la recherche scientifique, directrice adjointe de l'Institut d'histoire moderne et contemporaine (CNRS, ENS, université PSL)