



Communication et organisation

25 | 2004

Les vallées : sens, territoires et signes

Le capital mémoire de l'entreprise d'Elizabeth Gardère, Paris, L'Harmattan, 2003

Arlette Bouzon



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2973>

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 2 octobre 2004

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Arlette Bouzon, « *Le capital mémoire de l'entreprise* d'Elizabeth Gardère, Paris, L'Harmattan, 2003 », *Communication et organisation* [En ligne], 25 | 2004, mis en ligne le 19 décembre 2012, consulté le 19 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/2973>

Ce document a été généré automatiquement le 19 avril 2019.

© Presses universitaires de Bordeaux

Le capital mémoire de l'entreprise *d'Elizabeth Gardère, Paris, L'Harmattan, 2003*

Arlette Bouzon

- 1 Les éditions L'Harmattan ont l'ambition de fournir des clés d'intelligibilité du monde environnant avec une ambition scientifique marquée. Une nouvelle collection concernant la communication des organisations, a été créée en 2000, et placée sous la direction d'Hugues Hotier. Elle est aujourd'hui composée de huit ouvrages, dont cinq situés dans le domaine de la gestion et du management d'entreprise, trois en économie et deux portant sur les médias. L'un de ces ouvrages a été rédigé, en 2003, par Elizabeth Gardère, Maître de Conférences à l'Université Bordeaux 1, rattachée au laboratoire Grec/o de l'université de Bordeaux 3 et à Epistémè de l'université de Bordeaux 2. Ce livre, qui s'inscrit dans le prolongement d'une thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication soutenue en 2002, s'intéresse à l'histoire d'entreprise et à la mémoire des organisations considérée comme un capital technique, social et culturel, qu'il convient de préserver, enrichir et transmettre. Dans un court glossaire introductif particulièrement bienvenu, Elizabeth Gardère tente tout d'abord de mettre de l'ordre dans la constellation de termes associés à l'histoire d'entreprise en indiquant d'emblée les repères conceptuels utilisés dans son travail et les liens entretenus avec son sujet : récit, mémoire, histoire et management des connaissances. Son ouvrage se compose ensuite de cinq parties, d'inégale ampleur, respectant un plan logique et cohérent. Il détaille les enjeux de l'histoire d'entreprise, explique les raisons de son essor, analyse ensuite sa construction technique en la replaçant dans le contexte stratégique et communicationnel de l'organisation, et donne enfin les résultats d'une investigation menée au sein d'une grande entreprise de construction navale, les Chantiers de l'Atlantique.
- 2 Par ce travail de recherche bien structuré, Elizabeth Gardère poursuit un débat initialement engagé dans d'autres disciplines, en montrant que la mémoire constitue, pour l'anticipation stratégique et la construction identitaire des collectifs de travail, un

facteur-clé de la communication d'entreprise. Elle se fonde pour cela sur une recherche documentaire sérieuse, qui retrace notamment l'origine et l'évolution des « *Business History* » (p. 58) ou – *Public History* », trop souvent confondues. Afin d'éclairer les enjeux sous-jacents de ces deux courants, attardons-nous sur leur histoire, tant aux États-Unis, qu'en France ! En 1927, fut créée à Harvard la première chaire de « *Business history* », longtemps occupée par A. Chandler, unanimement considéré comme le père et le spécialiste de cette approche. À partir de l'étude historique des structures de quatre grandes entreprises industrielles américaines (Dupont, General Motors, Standard Oil, Sears Roebuck), entre 1900 et 1960, il avait mis en évidence la relation existant entre les stratégies et les structures, à travers une démarche économique, sociologique et gestionnaire (p. 177). À l'époque, l'industrie américaine avait en effet suivi une stratégie d'extension de capacité jusqu'en 1920, engendrant des structures de type fonctionnel, puis, à partir de cette date, développé des stratégies de diversification, qui conduisirent à l'adoption de structures divisionnaires. L'ensemble de son œuvre tend à montrer que l'Histoire permet de formuler des hypothèses sur le fonctionnement de l'entreprise et de bâtir des théories sur l'organisation à partir de monographies. Dans sa mouvance, la « *Business History* », qui désigne cette étude de la pratique des affaires et de la gestion des entreprises à travers le temps, a fait l'objet de programmes d'enseignement et de recherche dans plusieurs universités américaines, en donnant lieu à une vaste production scientifique.

- 3 La « *Public History* » est, quant à elle, un autre mouvement, né également aux États-Unis, quelques années plus tard, qui se différencie de la première par ses origines et ses objectifs. Conçue pour répondre à une demande et à un besoin des entreprises, la « *Public History* » se veut de l'histoire appliquée, visant à fournir aux entreprises en particulier et aux organisations en général, des études de type historique pouvant servir à des problèmes présents. Ses travaux se veulent plus ponctuels et plus opérationnels. Elle a également bénéficié de programmes universitaires, concerne de nombreux cabinets d'historiens-conseils (les *Public Historians*») et associations internationales, et fait aussi l'objet de travaux scientifiques spécialisés. En France, les premiers pas de l'histoire d'entreprise remontent aux années cinquante, avec des recherches portant essentiellement sur l'industrie textile ou sidérurgique et les services bancaires. Au cours des deux décennies suivantes, les productions se sont lentement intensifiées et diversifiées. À la fin des années soixante-dix, le groupe St Gobain fait figure de pionnier en décidant d'édifier, à Blois, un centre d'archives du groupe et en autorisant des chercheurs historiens à étudier son passé, notamment à travers les documents conservés depuis sa création sous le règne de Louis XIV. En 1985, est organisé, sous son impulsion, le premier colloque sur l'histoire appliquée aux entreprises, en collaboration avec l'un des premiers cabinets d'histoire-conseils, « *Public Histoire* », créé par
- 4 F. Torres, de retour des États-Unis. Pendant plusieurs années, les dossiers, rencontres et conférences sur le sujet se sont multipliés en même temps qu'un nombre croissant d'entreprises ouvraient leurs portes aux historiens (E.D.F., Rhône Poulenc, Suez, Michelin.). Pourtant après une trentaine d'années d'engouement, l'histoire d'entreprise apparaît aujourd'hui, comme un champ décimant et le recours aux récits historiques reste relativement ponctuel (p. 279). Après une large présentation des travaux dont elle a fait l'objet, tant ceux qui envisagent l'histoire comme un outil de gestion, que ceux qui dénoncent l'emploi abusif de cette notion hors de son contexte d'origine ainsi que l'esprit manipulateur dont il relève, Elizabeth Gardère se range résolument au côté des seconds

en estimant qu'« On ne peut pas faire de l'histoire d'entreprise un simple outil de gestion. Cela reviendrait à confondre l'Histoire et ses leçons, c'est-à-dire à se référer mécaniquement à l'Histoire pour préconiser des solutions » (p. 91).

- 5 Dans la dernière partie de son ouvrage, Elizabeth Gardère montre les liens étroits existants entre l'histoire d'entreprise et le management du temps présent, à travers son étude des Chantiers de l'Atlantique qui a connu de nombreux soubresauts tout au long de son histoire (d'entreprise). Loin d'être un tout homogène, la mémoire de l'entreprise révèle des emprunts à des sources multiples (individuelles et/ou collectives), qui se sont nourries de cultures conflictuelles fixées sur des supports composites : récits d'anecdotes, documents de presse, supports institutionnels variés. Ce lourd héritage culturel que l'organisation étudiée semble avoir tant de peine assumer, a été confié à un « Ecomusée », et est désormais affiché comme un patrimoine à conserver, parfois douloureux mais aussi nécessaire à la régénérescence de l'industrie navale.
- 6 Ce regard porté sur cette entreprise est d'autant plus judicieux qu'elle illustre l'évolution actuelle des entreprises patrimoniales (p. 252). Sur le plan épistémologique, cet ouvrage place les problématiques communicationnelles de l'organisation et de l'histoire à l'intersection de plusieurs domaines spécialisés, permettant à Elizabeth Gardère de dépasser les oppositions classiques de la recherche en histoire d'entreprise, et de proposer une démarche constructive. Elle cherche ainsi à positionner le concept d'histoire d'entreprise dans un contexte plus vaste intégrant une réflexion à la fois économique, sociologique et épistémologique. À suivre.