

Les archives de Sainsbury : origines et actualité

Clare Wood

Citer ce document / Cite this document :

Wood Clare. Les archives de Sainsbury : origines et actualité. In: La Gazette des archives, n°213, 2009. Les archives, patrimoine et richesse de l'entreprise. pp. 129-137;

http://www.persee.fr/doc/gazar_0016-5522_2009_num_213_1_4540

Document généré le 15/03/2017

Les archives de Sainsbury : origines et actualité

Clare WOOD

Depuis plusieurs années déjà au Royaume-Uni, la question des similitudes et des différences entre les archives du secteur public et du privé (tout particulièrement les archives d'entreprises) fait l'objet d'un débat au sein de la communauté archivistique.

Dans l'ensemble, ce débat a mis en valeur les ressemblances entre les projets réalisés par les archivistes des secteurs public et privé, ainsi que la possibilité de transferts d'expérience et de compétences entre ces deux mondes. Néanmoins, certains archivistes d'entreprises ont avoué leur préoccupation devant un fossé grandissant entre ces deux secteurs : selon eux, l'une des raisons de cette différenciation serait l'obligation de plus en plus forte d'ouvrir et de rendre accessible les fonds pour obtenir un financement public.

Ce débat m'a beaucoup intéressée car j'occupe le poste inhabituel – et du moins au Royaume-Uni, probablement unique – de responsable d'archives d'entreprise à la tête d'un service qui est une fondation à but non lucratif, hébergée de surcroît par un musée public. J'appartiens donc aux deux catégories à la fois et les distinctions entre public et privé, notamment en termes d'attente des utilisateurs, sont pour moi particulièrement claires.

Je voudrais présenter ici une brève histoire de mon service, en en soulignant les évolutions récentes, puis examiner les conséquences de ces mutations sur l'utilisation faite des archives et sur l'exercice de mon travail, au regard d'exemples spécifiques de projets récents.

Historique et présentation

Sainsbury's a été fondé en 1869, lorsque John James et Mary Ann Sainsbury ont ouvert une petite boutique de produits laitiers dans la ruelle de Drury à Londres. L'entreprise a prospéré rapidement et en 1900 Sainsbury comptait plus de 100 magasins à Londres et dans le Sud-Est de l'Angleterre. Durant la première moitié du XX^e siècle, Sainsbury's a continué son développement dans tout le Royaume-Uni, en élargissant sa gamme de produits d'épicerie et en créant sa propre marque. La première boutique en self-service a ouvert à Croydon en 1950. Depuis, l'entreprise est devenue une chaîne nationale de supermarchés connue dans tout le pays.

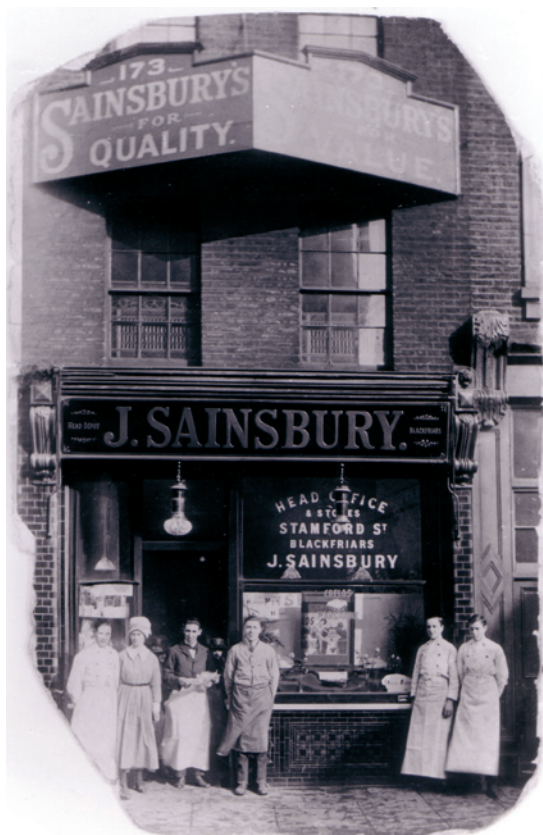


Illustration 1. Drury lane (1919).



Illustration 2. Boîte d'œufs (1955).

Comme pour d'autres services d'archives en entreprise, le centenaire de Sainsbury en 1869 a amené la compagnie à prendre conscience de son histoire et à recueillir les fonds qui formeront le cœur des collections. Un archiviste professionnel a été recruté en 1975 pour gérer ce fonds d'archives.

Le service d'archives de Sainsbury dépendait du service Département Relations Publiques/Communication. Ce positionnement s'est reflété dans la collecte, avec une préférence nette pour les documents publicitaires, par opposition aux archives juridiques et financières. Aujourd'hui, le fonds d'archives représente près de 800 mètres linéaires et inclut plus de 120 000 photographies, ainsi qu'une collection significative de films et de vidéos. Les thèmes les mieux documentés sont la publicité, l'emballage et la vente au détail dans les boutiques. De façon assez inhabituelle pour un fonds d'archives, les objets en trois dimensions forment environ un tiers des collections : ceux-ci incluent des équipements de préparation et d'étalage, des uniformes de personnel, des carreaux et éléments décoratifs rescapés des anciens comptoirs des magasins.

Je pense que les archives d'entreprises proches des services de relations publiques d'une entreprise (plutôt que des directions juridiques ou administratives) sont probablement plus naturellement tournées vers l'extérieur, avec plus de possibilités d'ouverture, car c'est un bon support de communication pour l'entreprise, par exemple dans le cadre d'un programme « Responsabilité sociale de l'entreprise ». Même si les archives de Sainsbury's n'étaient pas communicables aux chercheurs lorsqu'il s'agissait d'un service interne, celui-ci soutenait depuis longtemps des projets éducatifs, notamment le programme de site Web du Musée Virtuel, qui a été produit par le personnel des archives en 2001 et a été décliné dans les écoles *via* des dossiers éducatifs et des ateliers.

Le départ à la retraite du président David Sainsbury en 1998 a mis fin à 129 ans de direction familiale, bien que la famille Sainsbury reste actionnaire majoritaire. Dans les années qui ont suivi, l'entreprise est descendue au troisième rang des supermarchés britanniques et l'avenir de la compagnie est devenu incertain. Récemment, ses bénéfices se sont améliorés grâce au programme « Restaurer la grandeur de Sainsbury's » de l'actuel président.

Afin de sauvegarder le patrimoine historique de la société pour les futures recherches, Sainsbury Archive a été érigé en fondation à but non lucratif

en 2003, par une dotation conjointe de l'entreprise et des membres de la famille Sainsbury. Dans le même temps, alors que les fonds d'archives étaient encore dans un bâtiment de la compagnie, les liens de la famille avec le Museum of London ont permis un accord de partenariat : un projet de catalogage de deux ans, géré par le musée. Il a été convenu qu'au terme de ce projet, les archives seraient transférées au musée de Londres dans le cadre d'un prêt à long terme.

Le Museum of London a une tradition de partenariats innovants avec des entreprises, notamment British Telecom. Le service d'archives de Sainsbury conservant une vaste collection d'objets et documentant en outre l'histoire d'une entreprise fortement liée à Londres, il n'est pas étonnant de voir ce rapprochement avec un musée dédié à l'histoire de la ville.

J'ai pris mes fonctions d'archiviste, en décembre 2004, à l'issue de ce projet de catalogage. J'ai alors organisé le transfert des archives au Museum in Docklands, l'un des musées du groupe Museum of London, ainsi que l'ouverture du centre d'études Sainsbury dans ce musée en octobre 2005.

Le centre d'études est innovant dans sa conception puisqu'il permet l'accès à deux fonds majeurs d'archives d'entreprise (Sainsbury et l'autorité gestionnaire du Port de Londres) dans le cadre public d'un musée. Le « point information », qui était autrefois une galerie du musée, propose une série d'inventaires aussi bien sur support papier qu'électroniques, ainsi que des panneaux d'affichage et des vitrines. Elle est ouverte à tous les visiteurs du musée et est conçue pour fournir une sorte de « vitrine de magasin » dont l'objectif est d'encourager l'usage des archives, qui sont accessibles sur rendez-vous dans une salle de recherche séparée, deux jours par semaine et un samedi par mois. La salle de recherche, et le bureau des archivistes qui est aussi dans cette zone, est vitrée de telle sorte que les chercheurs sont visibles des visiteurs du musée depuis le « point information ».

Utilisation et accès aux archives

Commençons par le statut de « charity » des archives : selon la loi, l'objet d'une fondation à but non lucratif doit être exclusivement un bien public et pour un service d'archives, cela signifie une activité à but éducatif. L'objectif

institué par la charte de fondation de Sainsbury Archive est de « promouvoir l'éducation pour le bien commun, par la conservation, la préservation et l'organisation des collections ».

Proposer un accès public à vocation éducative est donc maintenant une exigence légale et une priorité principale pour les archives. C'est une obligation beaucoup plus facilement réalisable depuis le transfert au Museum in Docklands où les fonds sont physiquement accessibles au public, alors qu'auparavant seul l'accès virtuel était possible. Outre la prestation de services de recherche et d'orientation, le « Study Center » est un cadre idéal pour des expositions, des animations, des ateliers, etc.

Ces objectifs précis sont adaptés à la fonction des collections de l'autre musée, et l'un des avantages principaux d'être situé au sein d'un musée est l'accès à l'expertise des autres départements. Pour ne prendre qu'un exemple, nombre des événements que j'organise se font en partenariat avec le service pédagogique du Museum, qui a également travaillé au contenu à destination des écoles produit pour le nouveau site internet des archives. J'ai également travaillé ces derniers mois avec le service de la restauration et des conservateurs sur un projet d'expertise, de préservation et de numérisation de l'ensemble des collections audio et video du Museum.

Un autre point essentiel est le financement sur fonds publics du Museum of London. Le musée est conjointement financé par la Ville de Londres et la Région « Grand Londres ». Son plan stratégique est très étroitement aligné sur la politique patrimoniale plus large du secteur public, avec une importance particulière encourageant la diversité, l'intégration sociale et la formation permanente. Ceci transparaît dans les valeurs fondamentales du musée, qui incluent « un engagement envers des publics et des communautés diverses ».

Concrètement, cela signifie pour moi rendre les archives plus accessibles à ceux qui ne les utilisent pas naturellement : familles et adultes ayant un intérêt général pour l'histoire en tant qu'activité de loisirs et des communautés. Une cible particulière de ce public est le réseau des retraités du personnel de Sainsbury, qui viennent visiter le service des archives dans le cadre d'excursions et de conférences. Cependant, les collections sont également fréquemment employées pour traiter de sujets plus larges, ayant un intérêt plus général, ou étant en rapport avec les autres collections du musée (tels que l'histoire des Docklands et de l'est londonien, l'importation alimentaire, la nourriture et la nutrition en temps de guerre).

Voici quelques exemples d'événements que nous avons organisés l'an dernier, ou auxquels nous avons contribué :

- + conférences de sociétés d'histoire locale ;
- + journée d'études sur l'histoire sociale du thé (avec l'Université de Londres) ;
- + atelier de vacances scolaires sur l'histoire familiale pour parents et enfants ;
- + ateliers méthodologiques de recherche pour élèves de terminale ;
- + projet d'apprentissage partagé, de six semaines, avec un groupe de dix retraités de l'université du troisième âge qui a exploité les archives afin de créer de nouvelles ressources documentaires pour le « point information ».

Il existe par contre la nécessité de protéger les intérêts commerciaux de Sainsbury. En terme de communication des archives, le transfert des archives vers un organisme public et les questions liées à la Liberté de l'Information ont incité la famille Sainsbury ainsi que la compagnie à s'intéresser de près à la communicabilité ou non des documents. Un audit complet des archives a été réalisé par la direction juridique de Sainsbury et des délais d'incommunicabilité ont, pour la première fois, été définis pour certaines séries d'archives. Cependant, tous les dossiers d'affaires qui sont devenus non communicables, car potentiellement sensibles, peuvent être ouverts à la demande des administrateurs et, de ce fait, la majorité des archives est aujourd'hui communicable. Cette grande transparence a été bénéfique pour la réputation de Sainsbury.

Mais le revers de cette volonté d'accessibilité au public est le risque de voir les services de l'entreprise être de plus en plus réticents à verser aux archives d'autres documents qui seraient jugés sensibles. C'est une question sur laquelle je travaille actuellement afin d'éviter une situation où à l'avenir les fonds ne contiendraient que des données déjà dans le domaine public et qui ne représenteraient donc qu'une partie de l'histoire, qu'un fragment de la réalité.

Il faut également parler du droit d'accès de Sainsbury aux archives : c'est là que se rencontrent deux cultures très différentes. Évidemment, l'éloignement physique de l'entreprise est loin d'être l'idéal par certains côtés : ils ne peuvent plus accéder aussi facilement aux documents et il ne leur est pas toujours

possible de se déplacer en personne pour les consulter. Cela implique une importante demande de mise en place d'un accès dématérialisé, que j'effectue davantage de recherches à leur place et que je fasse de plus en plus de numérisation de documents. Les délais de réponse sont aussi une vraie question : nous essayons généralement de répondre aux demandes du public dans un délai de deux à trois semaines, mais les recherches pour l'entreprise ont besoin invariablement d'une réponse dans la journée ; or, si je suis en service dans l'espace public du Study Center et donc dans l'incapacité d'aller dans les magasins pour rechercher les documents, cela n'est pas toujours possible. Le personnel de Sainsbury doit également se conformer aux procédures du musée et aux règlements de la salle de lecture : ils ne peuvent utiliser qu'un crayon et doivent laisser leurs affaires au vestiaire, comme tous les autres lecteurs. Les prêts de documents à la compagnie sont aussi découragés, notamment par une procédure administrative compliquée.

Comment le transfert au musée et l'ouverture du Sainsbury Study Center ont-ils affecté l'utilisation des archives ? Comme on pouvait s'y attendre, les demandes ont clairement progressé : le nombre de demandes de consultation (tant du grand public que pour Sainsbury) a augmenté de 250 % depuis l'ouverture du centre d'études.

Les accroissements les plus significatifs ont été les demandes de recherches familiales et les demandes de renseignements d'ordre général, publics qui ont été spécifiquement visés au cours des deux dernières années. Cependant, la majorité des demandes continue à nous parvenir par courrier électronique et il y a eu une augmentation relativement faible des réservations en salle, surtout en comparaison avec les archives de l'autorité gestionnaire du Port de Londres et d'autres fonds liés aux docks, également conservés et communiqués au musée.

Ceci peut être dû à plusieurs facteurs :

- un déficit d'information du public sur la localisation du fonds et son accès : on ne s'attend pas à trouver les archives d'un supermarché dans un musée sur l'histoire des docks ;
- l'histoire du commerce de détail est un secteur « de niche » ;
- pour des raisons de protection des données, les recherches généalogiques sont généralement entreprises par l'archiviste ;
- la plupart des personnes recherche une information de portée plus générale, déjà disponible au « point information ».

Pour remédier à ce problème, nous avons mis en place des mesures afin d'encourager les utilisateurs à se déplacer en personne : nous ne faisons pas de recherches demandant plus de 45 minutes et il existe désormais une grille tarifaire pour la réalisation d'images numériques.

Depuis deux ans, nous avons également étudié les pratiques des visiteurs occasionnels dans le « point information ». Cette idée d'un espace de recherche informel au sein d'un musée public est très en vogue actuellement au Royaume-Uni, mais nous nous rendons compte que notre zone d'information n'a pas toujours répondu aux attentes des visiteurs en terme de contenu.

Bien que la zone n'ait pas été conçue comme un espace d'exposition, c'est pourtant ce que certains visiteurs s'attendent à y trouver. Une part de la confusion est, à mon avis, liée à la nature même des archives : elles sont stockées en coulisses et ne sont pas consultables comme des ouvrages de bibliothèque. Afin de satisfaire cette demande, nous travaillons actuellement sur de nouveaux affichages qui seront liés aux ressources existantes sur internet pour former la base de travail de nos animations et s'intégrer au programme éducatif du musée à destination des écoles et des familles.

Il est également prévu d'accroître la quantité d'outils de recherche disponibles par la numérisation des sources essentielles (notamment le magazine de l'entreprise, le *JS Journal*), le développement d'un catalogue en ligne et d'autres aides à la recherche. Ce sont les bases importantes de la croissance du nombre de lecteurs, permettant aux visiteurs d'entreprendre plus facilement des recherches autonomes.

En conclusion, le centre d'études de Sainsbury est un projet novateur, laissant beaucoup de place encore pour des développements futurs. Les évolutions du positionnement du service d'archives ont au final abouti à l'amélioration des recherches pour la plupart des utilisateurs, mais elles ont également représenté de grands changements en terme de service que je peux fournir à l'entreprise : d'une part, l'accès peut être perçu comme plus limité qu'auparavant, mais d'un autre côté le service des archives se trouve maintenant dans un lieu dont la compagnie peut être fière, que le personnel et les clients peuvent visiter et utiliser pleinement.

Au cours du débat portant sur les archives de secteur public et du privé que j'ai cité précédemment quelqu'un a demandé : « ne sommes nous pas

simplement juste au service d'une clientèle différente, l'archiviste de secteur public ayant affaire nécessairement à un public externe et l'archiviste privé étant tourné vers les besoins internes ? ». Penser en terme de clientèle m'est particulièrement approprié en tant qu'archiviste d'une compagnie commerciale, mais cette formulation me semble néanmoins une généralisation : mon expérience montre à la fois des besoins internes et externes. Il est passionnant de participer à des activités qui démontrent que des fonds d'entreprises sont utiles au delà de leur contexte d'origine, pour un large public. Enfin, la situation du service d'archives dans un musée public signifie que les fonds d'archives sont perçus et utilisés pratiquement de la même manière que tout autre fonds, ce qui est une approche très plaisante.

Clare WOOD

Sainsbury Archive, Londres

Article traduit de l'anglais

par Caroline Ménard et Aurélien Conraux