



Michel Pébereau, Président de BNP Paribas, explique sa présence à nos côtés. Et, au-delà, l'attachement de son entreprise à la culture historique et patrimoniale. Entretien.

menez-vous concernant la sauvegarde d'une culture historique, notamment en matière économique ?

Pour moi, une grande banque comme BNP Paribas doit être une entreprise citoyenne, et en particulier assumer des responsabilités sociales et environnementales. À ce titre, nous sommes notamment attachés au soutien de la culture et du patrimoine en général ; c'est l'une des missions de notre Fondation. Un de mes combats plus personnels concerne aussi la diffusion de la culture économique chez les jeunes et l'amélioration de la connaissance du monde de l'entreprise. Notre pays accuse en effet un vrai retard dans ce domaine. Il faut bien expliquer à quoi servent les acteurs économiques, comment ils fonctionnent, quelle est l'utilité du marché pour leurs échanges. L'histoire a naturellement un rôle à jouer dans ce travail d'explication et d'éducation.

2008, la société est en recherche de sens sur l'activité économique ; nous sommes interrogés, à juste titre, sur le rôle des banques. L'histoire de BNP Paribas montre que notre établissement est sorti renforcé de cette crise, car nous avons su rester fidèles à notre éthique, à nos valeurs et à notre vocation. Nous sommes une entreprise qui est là pour servir ses clients et l'économie réelle, en étant une centrale efficace d'analyse et de gestion des risques, en prenant en compte les intérêts de toutes ses parties prenantes. Un dirigeant d'entreprise doit, à mon avis, avoir une culture historique : celle-ci est fort utile dans l'analyse de la plupart des problèmes auxquels il se trouve régulièrement confronté.

Qu'attendez-vous du travail de fond mené sur votre patrimoine archivistique ou monumental ?

Pourquoi le Groupe BNP Paribas s'intéresse-t-il aux Prix Historia ?

Notre Groupe souhaite être présent dans le champ de l'Histoire. Nous nous y sentons légitimes. Légitimes, parce que BNP Paribas est un acteur économique intimement lié à l'histoire de notre pays et à celle des relations internationales – et pas seulement sur le plan économique. Par exemple, le Comptoir national d'escompte de Paris, un ancêtre direct de la BNP, est né au cœur de la Révolution de 1848, à l'initiative de grands éditeurs parisiens

“ Nous soutenons la volonté de vulgarisation des savoirs portée par les Prix Historia ”

(Hachette, Firmin-Didot...), pour faire face à la crise générale du crédit qui sévissait alors ; et nous allons fêter cette année les 130 ans de notre présence en Australie, où nous nous sommes implantés, au départ, à la demande des industries lainières du Nord et de Mazamet, pour faciliter leurs importations de laine. De ce passé, nos archives portent témoignage. Nous avons décidé de mieux les valoriser, en particulier de les ouvrir plus largement aux chercheurs en histoire économique. Resserrant nos liens avec cette discipline, nous travaillons à faire connaître les résultats de la recherche. C'est dans le prolongement de cette action que nous soutenons la volonté de vulgarisation des savoirs portée par les Prix Historia.

Au-delà de vos actions de mécénat en faveur du patrimoine, quelle réflexion

Votre action s'inscrit-elle davantage dans la culture d'entreprise que dans une dimension nouvelle du monde des affaires ?

Les deux domaines sont liés. À la suite de la formidable aventure de la création de BNP Paribas et du développement extraordinaire de notre Groupe depuis la privatisation de la BNP, il y a dix-huit ans, il est devenu nécessaire de bien expliquer notre culture d'entreprise, nos valeurs, afin de fortifier le sentiment d'appartenance, de ceux, nombreux, de nos collaborateurs, qui nous ont rejoints très récemment. Il faut que tous connaissent nos métiers et nos implantations à travers le monde, ainsi que leur histoire afin de mieux comprendre notre groupe de services financiers et s'y situer. D'autre part, sous l'effet de la grande crise qui secoue le monde depuis

Je souhaite que ce travail soit utile : utile à l'entreprise, pour qu'elle fasse de son histoire un outil intelligent de communication interne et externe ; utile au monde de la recherche pour faire progresser la connaissance économique et améliorer sa diffusion. Quant à notre « patrimoine monumental », il est très souvent lié aux origines de nos établissements fondateurs. Nous avons la responsabilité de l'entretenir et l'embellir au profit des clients que nous y recevons et des collaborateurs qui y travaillent. Nous n'hésitons pas à réutiliser des sites qui n'étaient pas bancaires à l'origine. La réhabilitation des Grands Moulins de Pantin, en Seine-Saint-Denis, en est un bel exemple : elle a permis de revitaliser une zone urbaine fragile et de faire de BNP Paribas le premier employeur privé de ce département. ■