



## **L'Histoire : une richesse pour les organisations? XIX-XXIe siècles**

Jeudi, 6 juin, 09:15 jusqu'à 10:45 heures, Salle KOL-F-103

L'histoire apparaît comme une richesse de plus en plus en mobilisée dans les stratégies de valorisation des organisations qu'il s'agisse des entreprises et de leurs produits, des institutions, ou des collectivités territoriales. Pas une marque de luxe ou non qui ne fasse figurer la date de sa création ou n'en appelle à son fondateur historique pour afficher ses qualités sur le marché. Il en est de même pour de nombreux territoires soucieux de développer leur attraction économique, culturelle et touristique. L'essor des musées, des circuits et l'engouement pour l'obtention de labels (patrimoine mondial de l'Unesco, ville et pays d'art et d'histoire) affirment l'importance des spécificités historiques dans la construction de l'identité des territoires. Depuis le XIXe le phénomène s'amplifie avec la mondialisation et l'essor des stratégies marketing qui obligent à valoriser ce qui n'est pas mondiale c'est à dire ce qui est locale, régional, afin de se distinguer. L'histoire qui n'est pas copiable offre une valeur d'authenticité et de distinction indispensable sur le marché tant pour les entreprises que pour les collectivités. En partant de terrains variés, régions de montagne, espaces ruraux ou urbains, il s'agit de proposer à partir d'études de cas une compréhension de ces stratégies de valorisation qui débouchent sur des compositions historiques (*story-telling*) visant à séduire des consommateurs. Dans ce cadre, il est indispensable d'examiner l'écart entre l'histoire et les récits portés à des fins commerciales.

Ce panel souhaite ouvrir une réflexion sur les usages de l'histoire qui sont des composantes de la richesse économique et culturelle des territoires et des entreprises. Il invite à comprendre dans quelle mesure et comment l'histoire et la patrimonialisation sont devenues des générateurs de richesses.

**Responsabilité:** Luigi Lorenzetti, Nadège Sougy

### **Intervenants:**

- Regis Boulat, Patrimoine, mémoire, histoire : Les troubles usages du passé dans les entreprises horlogères suisses
- Roberto Leggero, Combien vaut une muraille? Villes fortifiées et usage public de l'histoire
- Hervé Munz, Construire l'image de marque par le territoire et l'histoire : l'exemple des fabricants de matériels de sports d'hiver (fin XIXe - début XXIe siècle)