

Corporate heritage management

**ECTS** : 3

**Description du contenu de l'enseignement :**

Petit Bateau. Ladurée. Rémy Martin. Orient Express... et tant d'autres organisations disposent d'un riche patrimoine culturel et historique. Pourtant, nombreuses sont celles qui ne disposent pas encore de toutes les compétences pour préserver et valoriser cet héritage.

Ce séminaire permet aux participants de développer les compétences nécessaires pour préserver et valoriser le patrimoine culturel et historique des entreprises au bénéfice de l'ensemble des parties prenantes (collaborateurs, clients, partenaires, etc.). Diverses problématiques seront abordées, allant de la protection du patrimoine à sa valorisation à travers une large gamme d'outils et de dispositifs (produits et marques, livres et films, réseaux sociaux, expositions et musées, lieux emblématiques, événements, etc.).

De nombreuses études de cas et exemples seront analysés, incluant des marques de renommée mondiale telles que Chanel ou Michelin, ainsi que des entreprises familiales et des entreprises patrimoniales où la valorisation du savoir-faire constitue un axe stratégique majeur. Le patrimoine culturel et historique constitue une ressource stratégique... à la condition d'être utilisé efficacement. Ce cours fournit les outils essentiels pour y parvenir.

Quelques thématiques

- Pourquoi ce sujet est-il pertinent pour les organisations ?
- Aperçu des processus et des outils
- Sept façons de mobiliser le passé dans la stratégie de l'organisation
- Processus stratégiques de management du patrimoine culturel et historique
- Audit : identifier les principaux thèmes narratifs
- Vision : définir les cibles et les objectifs
- Gestion : élaborer et déployer les récits
- Pilotage : évaluer les résultats

**Compétence à acquérir :**

- Promouvoir la préservation et la valorisation du patrimoine historique et culturel au sein des organisations marchandes et non marchandes.
- Élaborer une stratégie de valorisation du patrimoine historique et culturel.
- Anticiper les principaux défis pour préserver le patrimoine historique et culturel des organisations.
- Évaluer l'impact du stratégie de valorisation du patrimoine historique et culturel auprès de l'ensemble des parties prenantes (collaborateurs, clients...).

**Mode de contrôle des connaissances :**

Un cas réel préparé avec Perles d'Histoire, une agence d'ingénierie culturelle et historique dont la mission est de préserver et de valoriser le patrimoine des organisations.

**Bibliographie, lectures recommandées :**

- Balmer, J. (ed.), Foundations of Corporate Heritage, Routledge, 2017
- Riviezzo et al., Corporate Heritage Marketing, Routledge, 2021

**Document susceptible de mise à jour - 02/04/2026**

**Université Paris Dauphine - PSL** - Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 PARIS Cedex 16