

## Communication et entreprises

(xviii<sup>e</sup> - xxi<sup>e</sup> siècles)

Sous la direction de Régis Boulat et Laurent Heyberger



SCIENCES HUMAINES ET TECHNOLOGIE

UNIVERSITÉ DE TECHNOLOGIE DE BELFORT-MONTBÉLIARD

### Caractéristiques techniques

Format 16 x 22 cm / 288 pages

### Edition

Pôle éditorial de l'université de technologie de Belfort-Montbéliard

### Diffusé-Distribué par

• **Boutique en ligne** : Éditions de l'UTBM  
<https://shop.utbm.fr/>

• **Le Comptoir des presses d'universités** (pour les particuliers)

86, rue Claude Bernard – 75005 Paris  
 Tél. +33 (0)1 47 07 83 27

<https://www.lcdpu.fr/editeurs/utbm/>

• **CiD** (pour les professionnels)

18-20, rue Robert Schuman  
 94220 Charenton-le-Pont  
 Tél. +33 (0)1 53 48 56 30

• En librairies

### Pour plus d'informations

#### Directeur de publication

Ghislain Montavon, directeur de l'UTBM

Pôle éditorial de l'université de

technologie de Belfort-Montbéliard

Site de Sevenans – 90010 Belfort cedex

Tél. +33 (0)3 84 58 32 72

Contact : [editions@utbm.fr](mailto:editions@utbm.fr)

Notre catalogue accessible sur :

<https://www.utbm.fr/editions/>



# Communication et entreprises

(xviii<sup>e</sup> - xxi<sup>e</sup> siècle)

Sous la direction de Régis Boulat et Laurent Heyberger

Parution : juillet 2022

Livre papier | 19 € | ISBN 979-10-91901-56-7

Livre numérique PDF | 13 € | ISBN 979-10-91901-73-4

Livre numérique ePub | 13 € | ISBN 979-10-91901-57-4

Pack papier & PDF & ePub | 21 € | ISBN 979-10-91901-58-1

## Contenu

Depuis le frémissement des modes textiles au cours de la première industrialisation, la communication des entreprises n'a cessé de se développer et de perfectionner ses outils et supports, ses objectifs et stratégies, à mesure que de nouveaux besoins s'exprimaient, que la consommation se développait, que les marchés se saturaient. Des produits de première nécessité ou de consommation courante aux montres suisses haut de gamme, le large panel d'études de cas réunies ici aide à mieux cerner la profondeur temporelle et le caractère protéiforme de la communication des entreprises.

Sont ainsi notamment réinterrogés l'articulation du droit des marques naissant à l'élargissement des marchés, le rôle mouvant des intermédiaires dans la chaîne de distribution-commercialisation, les temporalités de la communication (communication de crise, avènement de l'immédiateté), la circulation des modèles (publics, privés, américanisation), ou encore les « valeurs » promues par des stratégies « globales » et les outils communicationnels de plus en plus sophistiqués, faisant paradoxalement appel au passé, à la tradition et au patrimoine.

La notion de « concurrence déloyale » et d'imitation pose en retour la question de la « concurrence loyale », du produit « véritable » et de ses critères de vérité ; tout comme la communication sur les « valeurs » soulève la question de ce qui fait lien et de l'identification dans une société de plus en plus individualiste, aux exigences éthiques et écologiques de plus en plus fortes, auxquelles répondent un véritable engagement « sociétal » et environnemental des entreprises ou le greenwashing.

*Sous la direction de Régis Boulat (maître de conférences à l'Université de Haute-Alsace) et de Laurent Heyberger (maître de conférences HDR à l'Université de Technologie de Belfort-Montbéliard).*

## Auteurs

Raphaël Baumard, Yves Bouvier, Paul Dietschy, Sabine Effosse, Bruno Evans, Aziza Gril-Mariotte, Ludovic Laloux, Stéphanie Le Gallic, Martial Libera, Thomas Mollanger, Nadège Sougy, Félix Torres, Sylvie Vabre

## Présentation des auteurs

• **Raphaël Baumard** est conservateur du patrimoine, directeur adjoint des Archives nationales du monde du travail (Roubaix) depuis 2017. Il a notamment la charge de la refonte globale de la gestion informatisée des archives qui a abouti à l'ouverture d'un nouveau site Internet pour l'institution en 2021. Auteur de plusieurs articles sur la politique des ANMT ou sur certains fonds spécifiques, il a également été co-commissaire des expositions Usine Mai 68 (2018) et Les Gens du rail (2020).

• **Yves Bouvier** est professeur des universités en histoire contemporaine à l'Université de Rouen Normandie. Ses recherches portent sur l'histoire industrielle et, plus particulièrement, sur l'histoire de l'énergie au sens large, des infrastructures de production aux consommateurs, en passant par l'histoire des entreprises, de l'environnement, des techniques et des politiques publiques.

• **Paul Dietschy** est professeur d'histoire contemporaine et directeur du Centre Lucien Febvre à l'université de

Bourgogne-Franche-Comté, chercheur associé au Centre d'histoire de Sciences Po. Il est spécialisé dans l'histoire du sport en général, du football en particulier. Parmi ses publications : Histoire du football, Tempus, 2014 ; Le sport et la Grande Guerre, Chistera, 2018 ; avec Pivato S., Storia dello sport in Italia, 2019 ; le dossier "Le sport et la Guerre froide" dans Guerres mondiales et conflits contemporains, 277, janvier-mars 2020.

• **Sabine Effosse** est professeure d'histoire économique et sociale contemporaine à l'université de Paris Nanterre, chercheuse au laboratoire IDHES (UMR 8533). Ses recherches portent sur l'histoire du crédit, du logement et de la consommation, ainsi que sur l'histoire des entreprises. Dernière publication en lien avec les 7e JHI : « Consumer Credit as a Marketing Tool: The French Experience in European and Transatlantic comparison, 1950s-1960s ». In Logemann J., Cross G. & Köhler I. (eds.), Consumer Engineering, 1920s-1970s. Marketing between Expert Planning and Consumer Responsiveness, New York : Palgrave, 2019, p. 149-170.

• **Bruno Evans** est professeur d'histoire et de géographie, chargé de cours à l'université Toulouse II-Jean Jaurès, il rédige actuellement une thèse sous la direction de Jean-Michel Minovez au sein du laboratoire FRAMESPA-UMR 5136. Ses recherches portent sur la connexion au monde et le dynamisme des territoires ruraux par le biais de leurs productions industrielles.

• **Aziza Gril-Mariotte** est maître de conférences en histoire de l'art à l'Université de Haute-Alsace et chercheuse au CRESAT. Depuis juillet 2019, elle préside le musée de l'Impression sur étoffes de Mulhouse. Ses recherches portent sur la création et l'innovation dans les arts décoratifs et industriels entre le XVIIIe et le XIXe siècle, l'industrie textile en Alsace et l'histoire des musées textiles.

• **Ludovic Laloux** est professeur des universités en histoire moderne à l'Université polytechnique Hauts-de-France (Valenciennes), il est membre du Centre de Recherche Interdisciplinaire en Sciences de la Société (CRISS). Il a notamment publié, La betterave à sucre : essor agricole et industrialisation rurale – Réalités françaises et perspectives internationales : de Marggraf à Berlin (1747) à la conférence de Londres (1937), Valenciennes : Presses universitaires de Valenciennes, 2020, 667 p. et en collaboration avec Piernas G., Raggi P., Wisniewski C., Le sucre, entre tentations et réglementations, Roubaix : Archives nationales du monde du travail, 2014.

• **Stéphanie Le Gallic** est maîtresse de conférences en histoire contemporaine à l'Université Bordeaux Montaigne. Après avoir consacré sa thèse à l'histoire de la publicité lumineuse, elle oriente désormais ses recherches sur les transformations du paysage urbain. Dans ce cadre, elle s'est intéressée à l'éclairage public et à la fragilité des systèmes techniques (panne, destructions, black-out...).

• **Martial Libera** est maître de conférences HDR en histoire contemporaine à l'UT Robert Schuman de l'Université de Strasbourg et membre de l'UMR 7069 Laboratoire interdisciplinaire en études culturelles LinCS. Spécialiste des relations économiques franco-allemandes, de la coopération transfrontalière entre pays rhénans, il travaille également sur la construction européenne, en particulier sur les opposants à l'Europe communautaire. Son dernier ouvrage personnel s'intitule Diplomatie patronales aux frontières. Les relations des chambres de commerce frontalières françaises avec leurs homologues allemandes (1945-milieu des années 1980), Genève : Droz, 2019, 471 p.

• **Thomas Mollanger** est expert en communication patrimoniale brand heritage management, historytelling et records management. Il a soutenu en 2018 à l'Université de Bordeaux une thèse de science économique intitulée Le déséquilibre du pouvoir : réputation et régulation. Comment les stratégies de marque des négociants charentais ont reconfiguré les enjeux réputationnels au sein des chaînes de distribution d'eaux-de-vie de Cognac, fin XVIIIe - début XIXe siècles. Il est actuellement economic assistant dans la région de Strasbourg.

• **Nadège Sougy** est chargée de cours à la fondation UniDistance Suisse et à l'Université de Fribourg, elle travaille sur l'histoire industrielle et des entreprises en s'intéressant notamment aux qualités des produits manufacturés en Europe aux XIXe et XXe siècles. Elle a récemment publié : « Les montres de Genève au XIXe siècle : La Fabrique des qualités », RHMC, 65(1), 2018, p. 7-28 ; en collaboration avec Bartolomei A., de Oliveira M., Eloire F. et al., « L'encastrement des relations entre marchands en France. Une révolution dans le monde du Commerce ? », Annales HSS, 72(2), 2017, p. 425-460.

• **Félix Torres** est historien public, anthropologue et éditeur, directeur de l'agence « Public Histoire », il a récemment publié l'Intelligence de l'entreprise. 40 ans de réflexion patronale en France, Manitoba : les Belles Lettres, préface de Xavier Huillard ; CFM. The Power of Flight (avec Norris G.), Orange Frazer Press ; FM Logistic. L'avenir en partage, Félix Torres Éditeur, préface de Michel Hau ; René Ravaud. Une vie pour l'industrie, First Éditions, 2021, Prix Jacques Paul de l'Académie nationale des Sciences, Belles-Lettres et Arts de Bordeaux et Le virage manqué. 1974-1984, ces dix années où la France a décroché (avec Hau M.), Manitoba/Les Belles Lettres, 2021, Prix Édouard Bonnafous de l'Institut de France.

• **Sylvie Vabre** est maître de conférences en histoire contemporaine à l'Université Toulouse Jean Jaurès et membre du laboratoire FRAMESPA (UMR 5136, CNRS-UT2J). Sa thèse a été publiée sous le titre Le sacre du roquefort – l'émergence d'une industrie agro-alimentaire (fin XVIIIe siècle - 1925), Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2015. L'histoire de l'alimentation est aussi une de ses thématiques de recherche et elle est, depuis 2017, présidente de l'ICREFH (International Commission for Research into European Food History).

## Table des matières

### INTRODUCTION :

#### COMMUNICATION ET ENTREPRISES

Régis Boulat et Laurent Heyberger

### PREMIERE PARTIE :

#### LES RESSORTS DE LA REPUTATION

- Marque de fabrique, image de marque, quand la législation a contribué à la visibilité des produits de l'indienne au XVIII<sup>e</sup> siècle - Aziza Gril-Mariotte
- La variation des publics : étude du matériel communicationnel des maisons de négoce d'eaux-de-vie de Cognac, fin XVIII<sup>e</sup>-début XX<sup>e</sup> siècle - Thomas Mollanger
- Le sucre et sa promotion originelle : la mise en valeur d'une denrée rare Ludovic Laloux
- Fabriquer une Haute Horlogerie genevoise au XXI<sup>e</sup> siècle - Nadège Sougy

### DEUXIEME PARTIE :

#### COMMENT CONVAINCRE LE CONSOMMATEUR

- Comment le goût du roquefort vint au monde ? Mots et images du roquefort au XIX<sup>e</sup> siècle - Sylvie Vabre
- Comment se faire connaître quand son siège social est situé à La-Bastide-sur-l'Hers au pied des Pyrénées ? L'entreprise « Bez Père & Fils » et la communication au XIX<sup>e</sup> siècle - Bruno Evans
- Comment le Cetelem a-t-il convaincu les Français de consommer à crédit ? Sabine Effosse
- La communication de l'entreprise : table ronde animée par Jean-Claude Daumas avec la participation de Michel Siebert et Gérard Bihl

### TROISIEME PARTIE :

#### LES OUTILS DE LA COMMUNICATION DES GRANDES ENTREPRISES

- Le sport pour l'entreprise. De la politique sociale à la politique de communication : l'exemple de la Société Générale - Paul Dietschy
- EDF face à l'exubérance de sa communication, de 1946 à nos jours Yves Bouvier et Stéphanie Le Gallic
- La communication de Charbonnages de France : entre gestion de la crise et recherche identitaire - Raphaël Baumard
- Narrations, pratiques et usages d'un discours, l'histoire en entreprise - Félix Torres
- La communication de l'Union des chambres de commerce rhénanes sur l'Europe (1949-début des années 1970) - Martial Libera

### Résumés/Abstracts

### Présentation des auteurs