

Le patrimoine matériel et immatériel de la communication des entreprises : comment identifier, conserver, transmettre ?

Séminaire proposé par l'université de Savoie (Chambéry), l'Association pour l'histoire des chemins de fer en France (AHICF), la Fondation EDF et l'unité Mémoire et information documentaire de la RATP, avec le soutien de l'Institut des sciences de la communication du CNRS (ISCC)

SÉANCE INAUGURALE

Reçue par la Fondation Maison des sciences de l'Homme, 16-18 rue Suger, 75006 Paris
(M° Saint-Michel)

Mardi 9 octobre 2007, 14 h 30-17 h

Les services de communication et la communication de quatre entreprises de réseaux : EDF, RATP, RTE, SNCF

Avec la participation de madame et messieurs :

- Jean-Marc Bernardini, responsable des politiques de Communication de la RATP
- Valérie Bernet, directrice de la Communication de la direction Production Ingénierie, EDF
- Michel Derdevet, directeur de la Communication de RTE
- Bernard Emsellem, directeur de la Communication de la SNCF (*sous réserve de confirmation*)
- Dominique Wolton, directeur de l'ISCC.

Le séminaire « Le patrimoine matériel et immatériel de la communication des entreprises : comment identifier, conserver, transmettre ? » est le lieu d'échanges d'un réseau de recherche à dimension internationale qui a pour objectifs la définition et l'étude des traces matérielles et immatérielles des activités de communication développées par des entreprises de service public à vocation commerciale, plus particulièrement dans les secteurs de l'énergie et des transports publics.

Il réunit pendant deux ans chercheurs et acteurs concernés autour de l'existence, de la constitution et de la gestion d'un patrimoine de la communication. Ce patrimoine est-il perçu comme tel ? Où trouver ses spécificités quand sa sauvegarde se fait d'abord remarquer par les problèmes techniques que posent la fragilité et la diversité des supports concernés ou les compétences qu'exigent l'identification et l'indexation d'images ? Comment les entreprises assument-elles et assurent-elles la sauvegarde, la conservation, l'enrichissement, le classement, la valorisation de ce patrimoine ? Doivent-elles se doter de l'expertise et des connaissances nécessaires pour assumer la gestion de collections patrimoniales ? Alors qu'il est urgent de mettre à la disposition de tous des collections de créations pour assurer l'articulation entre le patrimoine de la communication et la communication qui prend le patrimoine comme source de création, objet ou support d'un message, comment se répartir les tâches, quel réseau d'équipements culturels, d'associations professionnelles, d'institutions patrimoniales mettre en œuvre afin que le patrimoine de la communication d'entreprise soit constitué, puis accessible et connu ? C'est la question de la place de l'histoire et du patrimoine dans la stratégie et le management des entreprises d'aujourd'hui qui sera le fil conducteur de nos réflexions.

Le séminaire est destiné aux chercheurs de toutes disciplines intéressés par le domaine de la communication des entreprises et par des réflexions sur patrimoine matériel et immatériel, aux acteurs impliqués dans cette communication, tant dans les entreprises que parmi les créateurs et prestataires, ainsi qu'aux professionnels du patrimoine.

Entrée libre dans la mesure des places disponibles.