

Bien gÉNER son patrimoine



Pour séduire, le beau est toujours souhaitable. Il y a plus d'un siècle, les premiers responsables de marques ne s'y sont pas trompés en faisant appel à des illustrateurs qui apportèrent

tout leur talent pour mettre en valeur les marques. Tout le monde a encore, aujourd'hui, en mémoire le petit écolier de Lu, de Firmin Bouisset, la petite fille de Menier du même artiste, qui invitait à se méfier des contrefaçons ou encore la première apparition de La vache qui rit de Benjamin Rabier, créateur aussi du célèbre canard Gédéon. Les illustrateurs, Jules Cheret, Mucha, Jean Colin, Raymond Savignac et bien d'autres, apportèrent leur contribution ainsi que des artistes de renom tels Toulouse Lautrec, Bonnard, Magritte, Domergue...

Grâce au talent, le produit de consommation est devenu un produit culturel. Musées, expositions, ouvrages historiques célèbrent les marques d'hier qui, pour beaucoup, sont encore bien vivantes aujourd'hui.

Mais le patrimoine de la marque ne se limite pas à sa seule expression artistique. Il est également constitué par tout ce que la marque a créé au fil du temps pour se rapprocher des consommateurs : emballages, plaques émaillées, objets publicitaires, collections d'images, petits cadeaux en tout genre... sont actuellement recherchés par des collectionneurs de plus en plus nombreux.

Toutefois, il est important pour l'entreprise que son patrimoine ne se sclérose pas dans des rétrospectives ou des collections. Il faut, au contraire, le faire vivre en l'associant de manière pertinente aux produits actuels afin de renforcer leur légitimité.

Faire revivre son histoire permet également à l'entreprise d'exprimer et de faire partager ses valeurs tant par ses collaborateurs que par des consommateurs de plus en plus enclins à donner un sens à leur consommation.

Il est important pour l'entreprise que son patrimoine ne se sclérose pas dans des rétrospectives ou des collections. Il faut au contraire le faire vivre en l'associant de manière pertinente aux produits actuels afin de renforcer leur légitimité.