

JOURNÉE D'ÉTUDE

ORGANISÉE PAR :

LOÏC COMINO (CEREFIGE), ÉMILIE DELAFOSSE (LIS), CLAIRE MCKEOWN (IDEA)

LA MARQUE ET LE TERRITOIRE

VENDREDI 22 MARS 2024

8H45-12H00 – 13H30-15H30

CAMPUS LETTRES ET SCIENCES HUMAINES DE NANCY (CLSH)

SALLE G04

Entrée libre

RETRANSMISSION
EN DIREC
VIA ULTV



PROGRAMME

8h45-9h00 Introduction

9h00-9h30 **Jean-Philippe HEBERLE** : Whisky lorrain : histoire d'une marque et de son inscription dans un territoire.

9h30-10h00 **Sylvain TONDEUR** : Utilisation et manipulation du territoire national dans la promotion du whiskey irlandais.

10h00-10h30 **David LEISHMAN** : Who takes consumer nationalism seriously? The case of Scotland's *other* national drink.

10h30-11h00 *Pause café*

11h00-11h30 **Joseph CADEDDU** : Le territoire et la Terre dans le rapport de développement durable Armani (2022). Actions et mise en valeur de la marque.

11h30-11h50 **Loïc COMINO** : Associer sa marque à un Territoire en voie de disparition : Le cas de l'agrément « La Lorraine Notre Signature ».

12h00-13h30 *Pause déjeuner*

13h30-14h00 **Christelle SCHREIBER-DI CESARE** : Création et valorisation de la marque « Toledo » par l'image.

14h00-14h30 **Sébastien LIARTE** : De la « Meurtre et Moselle » à la « Vallée des Anges » : comment le *dark tourism* peut contribuer à marquer (positivement ou négativement) un territoire ?

14h30-15h00 **Deirdre GILFEDDER-DOYLE** : The de-territorialization of surf brands.

15h00-15h15 Conclusion

15h30 *Pot de clôture*