

1. Record Nr.	UNINA9910495778503321
Autore	Baier Daniel
Titolo	Vers le haut de gamme made in France : Colloque des 21 et 22 novembre 2019 // Bertrand Blancheton
Pubbl/distr/stampa	Paris, : Institut de la gestion publique et du développement économique, 2021
ISBN	2-11-162094-7
Descrizione fisica	1 online resource (260 p.)
Collana	Histoire économique et financière - XIXe-XXe
Altri autori (Persone)	BecuweStéphane BelfantiCarlo Marco BlanchetonBertrand BriotEugénie DonzéPierre-Yves GidoïnJérôme HesseJan-Otmar Hlady-RispalMartine HomfeldtFelix MarinSéverine Antigone MaveyraudSamuel MeissnerChristopher M ReseAlexandra SougyNadège VillégerAmélie
Soggetti	Economics automobile concurrence entreprises françaises Commerce extérieur lux vin France Commerce History Congresses
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia

Depuis l'Ancien Régime, la France doit faire face à l'émergence de nouveaux concurrents qui attaquent ses productions traditionnelles. La différenciation des produits et l'amélioration de leur qualité vers le haut de gamme peuvent être des solutions efficaces pour réussir dans le cadre d'une libéralisation des échanges internationaux et d'une concurrence mondialisée. La montée en gamme apparaît comme un enjeu crucial que l'histoire économique peut éclairer. En effet, le made in France évoque l'histoire d'un produit, d'une entreprise, d'un territoire mais également la mobilisation de savoir-faire uniques et ancestraux. Issu d'un colloque international et pluridisciplinaire, cet ouvrage s'attache à comprendre les spécialités du commerce extérieur français du XIXe au XXIe siècle, en regard du dynamisme de ses voisins, allemand notamment. Il interroge en outre le succès des « articles de Paris », des parfums et vins français, des entreprises familiales françaises du luxe mais également des montres suisses, des créateurs et créatrices de mode italiens et de l'industrie automobile allemande. Enfin, il invite à repenser les notions de terroir, de cluster (réseau d'entreprises locales) ou encore de marque.
