



François LENGLET (USMB, IREGE)

La consommation des produits localisés : propositions pour une prise en compte interactionniste de l'effet d'origine

Considérant l'impasse relative dans laquelle se trouve le courant de recherche sur l'effet d'origine, l'objectif de cet article est de proposer une modélisation alternative de l'attitude à l'égard d'un produit localisé : la consommation d'un produit à marquage d'origine représente une expérience qui mobilise l'ensemble des interactions au coeur du paradigme Personne-Objet-Situation. La revue de littérature conduit à caractériser le lien au lieu par la proximité spatiale et le sentiment d'appartenance au lieu, et le lien au produit par la proximité identitaire et la confiance. Le modèle qui en découle est testé sur trois produits localisés : le foie gras du Sud-Ouest, la tomme de Savoie et le pull marin breton. Elle mobilise 2355 consommateurs français répartis selon trois strates : les résidents de la région de production, les résidents limitrophes, et le reste de la France. Les résultats confortent l'intérêt d'une approche interactionniste pour mieux comprendre la formation de l'attitude, et mettent à jour une chaîne relationnelle initiée par le sentiment d'appartenance au lieu. Le rôle central de la proximité identitaire souligne l'importance théorique et managériale de considérer la nature symbolique de ce type de consommation.

Mots clés : Effet d'origine, théories de l'identité, proximité spatiale et identitaire, sentiment régional, confiance

Séminaire du 28/01/2021

12h30

DISTANCIEL

Participer à la réunion Zoom :

[https://zoom.us/j/95979046227?](https://zoom.us/j/95979046227?pwd=cmV5WFAXRklDYXZsbjgrdXlxWihLZz09)

[pwd=cmV5WFAXRklDYXZsbjgrdXlxWihLZz09](https://zoom.us/j/95979046227?pwd=cmV5WFAXRklDYXZsbjgrdXlxWihLZz09)

ID de réunion : 959 7904 6227

Code secret : Lt823

Agenda

04/02/2021, Marjolaine BEZANÇON, Lydie BONNEFOY-CLAUDET, Caroline MORRONGIELLO (USMB, IREGE)

Calendrier des séminaires

<https://urlz.fr/dSB9>