

Signalé par un membre du Cercle

Auteur

- Raphaël LLorca

Raphaël LLorca est spécialiste des enjeux politiques des marques. Co-directeur de l'Observatoire « Marques, imaginaires de consommation et Politique » de la Fondation Jean-Jaurès, il est notamment l'auteur de Le roman national des marques – le nouvel imaginaire français (Éditions de l'Aube / Fondation Jean-Jaurès), lauréat du Prix La Tribune 2024.



Résumé

Ces dernières années, l'imaginaire territorial, autrement dit les représentations et récits associés aux territoires, a connu une profonde transformation sous le jeu de nouveaux acteurs : les marques commerciales. De fait, la référence au local, au terroir et à l'ancrage territorial des marques est devenue incontournable dans la publicité, quel que soit le secteur d'activité, si bien que les marques sont devenues l'une des principales instances de sécrétion d'imaginaires territoriaux. Cette étude explore les effets sociopolitiques de ces représentations, qui vont bien au-delà du simple objectif commercial. En recyclant des imaginaires déjà existants, la plupart des grandes marques, notamment étrangères, nous enferment dans des représentations figées, nous emprisonnant dans des « images atemporelles » qui empêchent de

voir ce qui change. En cela, l'imaginaire territorial des marques est conservateur.

Voir l'étude complète sur [le site](#) de l'Institut TERRAM

Nous recommandons particulièrement la lecture de la synthèse