Fondation Jean Jaurès

Économie/ social

L'IMAGINAIRE TERRITORIAL DES MARQUES

Raphaël LLorca

11/10/2024

Aux côtés du cinéma, de la télévision et de la littérature, les marques commerciales sont devenues l'une des instances principales de production d'imaginaires territoriaux. Pourquoi ont-elles investi ainsi le local dans la communication et dans la publicité ? Comment contribuent-elles à reconfigurer la représentation de certains territoires ? Raphaël LLorca analyse précisément ce « tournant territorial des marques » et les effets socio-politiques qu'il produit, montrant en quoi l'imaginaire territorial des marques est conservateur.

Table des matières

Synthèse
Introduction. Les marques, nouveaux acteurs dans la représentation des territoires

Le tournant territorial des marques
1. L'importance du facteur territorial dans la consommation
2. L'exploitation du terroir par la grande distribution
3. Le devenir-local du discours des marques
4. Au-delà du « made in », les marques comme entrepreneurs culturels

Burger King, Airbnb, Netflix : la local strategy des marques internationales
1. Burger King, le « marketing du terroir »
2. Airbnb, une « marque Somewhere » pour recréer de l'acceptabilité
3. Netflix, les territoires confrontés au « syndrome Emily in Paris »

Cartographie des imaginaires territoriaux portés par les marques
1. Les portraitistes : l'imaginaire-tableau pour questionner le réel

2. Les illusionnistes : l'imaginaire-écran pour faire diversion
3. Les faiseurs de légendes : l'imaginaire-mythique pour faire vivre des traditions
4. Les scénaristes : l'imaginaire-narratif pour remodeler la réalité

Conclusion. Ce que les marques font aux « territoires »

L'auteur :
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.