



## Le concept de traditionalité des produits alimentaires

Submitted by Gaëlle Pantin-Sohier on Fri, 12/07/2018 - 12:50

Titre	Le concept de traditionalité des produits alimentaires
Type de publication	Communication
Type	Communication avec actes dans un congrès
Année	2018
Langue	Français
Date du colloque	21/09/2018
Titre du colloque	13ème Journée du Marketing Alimentaire à Montpellier
Auteur	Gonzales-Hemon, Gina [1], Ferrandi, Jean-Marc [2], Pantin-Sohier, Gaëlle [3]
Pays	France
Ville	Montpellier
Mots-clés	food industry [4], food products [5], industrie agroalimentaire [6], innovation [7], produit alimentaire [8], tradition [9], traditionality [10], traditionnalité [11]
Résumé en anglais	<p>Food companies often meet problems when they innovate on traditional products. The apprehension on consumer's perception of a food product's traditional character remains unclear despite the research conducted in marketing. The barriers to innovation for this type of product could be identified through the definition of traditionality perceived by the consumer. The purpose of this research is to define the concept of perceived traditionality one hand and, secondly, to distinguish the traditionality from other concepts such as typicality, authenticity or local produce. From a literature review conducted by systematic research on different databases, we propose a concept of traditionality. This concept of traditionality combines the ritual and the object.</p>
Résumé en français	<p>Les entreprises agroalimentaires rencontrent souvent des problèmes quand elles innover sur des produits traditionnels. L'appréhension de la perception du caractère traditionnel d'un produit alimentaire par les consommateurs reste floue malgré les recherches conduites en marketing. Les barrières à l'innovation pour ce type de produit pourraient être identifiées à travers la définition de la traditionnalité perçue par le consommateur. L'objet de cette recherche est de définir le concept de traditionnalité perçue d'une part et, d'autre part, de distinguer la traditionnalité d'autres concepts tels que la typicalité, l'authenticité ou les produits du terroir. A partir d'une revue de littérature effectuée par une recherche systématique sur différentes bases de données, nous proposons un concept de traditionnalité. Ce concept de traditionnalité associe le rituel et l'objet.</p>
URL de la notice	<a href="http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18325">http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18325</a> [12]
Lien vers le document en ligne	<a href="https://www.afm-marketing.org/fr/content/13eme-journee-du-marketing-agro...">https://www.afm-marketing.org/fr/content/13eme-journee-du-marketing-agro...</a> [13]

---

### Liens

- [1] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=31414>
- [2] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bauthor%5D=31409>
- [3] <http://okina.univ-angers.fr/gaelle.pantinsohier/publications>
- [4] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=24470>
- [5] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=24469>
- [6] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26449>
- [7] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=2664>
- [8] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=26448>
- [9] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=20475>
- [10] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=24468>
- [11] <http://okina.univ-angers.fr/publications?f%5Bkeyword%5D=24313>
- [12] <http://okina.univ-angers.fr/publications/ua18325>
- [13] <https://www.afm-marketing.org/fr/content/13eme-journee-du-marketing-agroalimentaire>

Publié sur *Okina* (<http://okina.univ-angers.fr>)