



## Réputation et marché

Produits, origines et marques : perspectives historiques

Stefano Magagnoli, Philippe Meyzie (dir.)

### Collection

Histoire et civilisations

### Caractéristiques

|          |                   |
|----------|-------------------|
| ISBN     | 978-2-7574-3560-1 |
| Format   | 16 x 24 cm        |
| Nb pages | 306 p.            |
| Prix     | 25 €              |

### Acheter ce livre

Commandez ce livre aux formats papier et numérique sur notre site [www.septentrion.com](http://www.septentrion.com) ou par correspondance : envoyez un chèque de 30,5 € (25 € + 5,5 € participation aux frais de ports en France).

## Réputation et marché

Produits, origines et marques : perspectives historiques

Stefano Magagnoli, Philippe Meyzie (dir.)

**L'histoire de la réputation des produits, de l'origine et des marques offre un éclairage original sur les transformations de l'économie, le comportement des consommateurs et l'histoire des marchandises.**

### Résumé

Comprendre pourquoi un produit, une origine ou une marque est clairement identifié, distingué des autres et reconnu pour des qualités particulières apparaît comme une question essentielle pour saisir le fonctionnement de l'économie et les dynamiques des marchés selon les moments et les lieux. Cet ouvrage collectif offre une perspective historique inédite pour mieux appréhender l'inscription de la réputation dans le temps et ses rapports avec le passé. Entre marché du luxe et marché de masse, la réputation participe de l'économie de la qualité et contribue à la structuration des marchés. Elle est un processus et une valeur, résultat de stratégies commerciales, mais elle relève aussi d'enjeux culturels, sociaux et politiques que ce livre met en lumière à travers des études sur les productions alimentaires, les vignobles ou les fournitures de la marine. L'histoire de la réputation offre un éclairage original sur les transformations de l'économie, le comportement des consommateurs et l'histoire des marchandises.

### Directeurs d'ouvrage

Stefano Magagnoli est professeur d'histoire économique à l'Université de Parme (Italie).

Philippe Meyzie est maître de conférences HDR en histoire moderne, Université Bordeaux Montaigne-CEMMC.

### Sommaire

La réputation : un objet historique à identifier – *Stefano Magagnoli et Philippe Meyzie*

#### PREMIÈRE PARTIE.

##### LA VALEUR DE LA RÉPUTATION

Introduction

It's easy to say quality. Legal aspects of food quality – *Mariasole Porpora*

The long life of Roquefort's renown and its Markets: continuity and disruptions since the Middle Ages – *Sylvie Vabre*

Approaches in Commercial Education to the Reputation of Foodstuffs: Portugal in the 18<sup>th</sup> Century – *Carmen Soares*

« Le sandwich SNCF » : entre utilité marchande et mauvaise réputation – *Jean-Pierre Williot*

#### DEUXIÈME PARTIE.

##### RÉPUTATION, QUALITÉ ET GOÛT

Introduction

Réputation, luxe et goût français au XVIII<sup>e</sup> siècle. Les ressorts du *made in France* – *Natacha Coquery*

La Bourgogne, terre des vins de terroir : construction et ressources d'une réputation – *Jean-Pierre Garcia, Thomas Labbé et Guillaume Grillon*

Les vins blancs doux et liquoreux du sud Gironde : la construction des réputations – *Stéphanie Lachaud-Martin*

Building Reputation in Different Regulatory Environments: Bottled Mineral Water in 19<sup>th</sup> Century Europe – *Nicolas Marty*

Maintenir sa réputation. Le pain de la coopérative socialiste *Vooruit* de Gand (1880-1914) – *Peter Scholliers*

#### TROISIÈME PARTIE.

AFFIRMER ET PRÉSERVER SA RÉPUTATION

Introduction

Construire la renommée des produits navals français à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, une impossible quête ? – *Caroline Le Mao*

La qualité des produits du nord au XVIII<sup>e</sup> siècle, réalité ou stratégie commerciale – *Pierrick Pourchasse*

Un fromage particulier des Préalpes Orobiques, le gorgonzola, entre succès commercial, innovation et préservation d'une dénomination traditionnelle – *Claudio Besana*

Gastronomie et tourisme à l'origine de l'invention et de la réputation d'un produit de luxe : le caviar d'Aquitaine (XX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles) – *Corinne Marache*

Conclusion générale – *Stefano Magagnoli et Philippe Meyzie*

Nous contacter :

Presses Universitaires du Septentrion  
rue du Barreau BP 30199  
59654 Villeneuve d'Ascq cedex

[www.septentrion.com](http://www.septentrion.com)  
communication@septentrion.com  
03 20 41 66 84

**Septentrion**  
PRESSES UNIVERSITAIRES