



HAL
open science

The effect or regulatory focus on food behaviors: the particular case of diet

Patrice Cottet, Jean-Marc Ferrandi, Marie-Christine Lichtlé, V. Plichon

► To cite this version:

Patrice Cottet, Jean-Marc Ferrandi, Marie-Christine Lichtlé, V. Plichon. The effect or regulatory focus on food behaviors: the particular case of diet. 34e Congrès international de l'Association Française du Marketing, May 2018, Strasbourg, France. hal-01900339

HAL Id: hal-01900339

<https://hal.umontpellier.fr/hal-01900339v1>

Submitted on 21 Oct 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**L'EFFET DE L'ORIENTATION REGULATRICE SUR LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES :
LE CAS PARTICULIER DU CONTEXTE DE REGIME ALIMENTAIRE**

Patrice Cottet
Université de Reims, REGARDS
patrice.cottet@univ-reims.fr

Jean-Marc Ferrandi
Oniris, LEMNA
jean-marc.ferrandi@oniris-nantes.fr

Marie-Christine Lichtlé*
Montpellier Management, Université de Montpellier, MRM
marie-christine.lichtle@umontpellier.fr

Véronique Plichon
Université François-Rabelais Tours, VALLOREM
veronique.plichon@univ-tours.fr

Auteur de correspondance : Marie-Christine Lichtlé, Montpellier Management, rue
Vendémiaire, 34960 Montpellier Cedex 2 / Tél : 04 34 43 20 03 / Fax : 04 34 43 23 49.

**L'EFFET DE L'ORIENTATION REGULATRICE SUR LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES :
LE CAS PARTICULIER DU CONTEXTE DE REGIME ALIMENTAIRE**

Résumé : Cette recherche, de nature exploratoire, analyse les effets de l'orientation régulatrice sur les comportements alimentaires. Si la littérature avait mis en évidence un lien entre l'orientation régulatrice et les représentations en matière d'alimentation, l'influence du contexte n'avait pas encore été prise en compte. Les résultats d'une étude quantitative menée auprès de 279 consommateurs montrent que cet effet de l'orientation régulatrice est significatif seulement quand l'individu doit faire des choix qui sortent de son contexte habituel et l'obligent à mettre en œuvre une stratégie, notamment quand il est en situation de régime alimentaire : dans ce cas, les individus à orientation « promotion » n'ont pas les mêmes comportements que ceux à orientation « prévention ».

Mots clés : orientation régulatrice ; comportements alimentaires ; régime alimentaire ; contexte.

THE EFFECT OF REGULATORY FOCUS ON FOOD BEHAVIORS: THE PARTICULAR CASE OF DIET

Abstract: This exploratory research analyses the effects of regulatory focus on food behaviors. If the previous literature had underlined its effects on food representations, the context influence had not been taken into account. The results of a quantitative study (279 consumers were interviewed) show that these effects are significant when the individuals have to make an unusual choice and are obliged to implement a choice strategy, especially when they are on a diet. In this case, individuals who are “promotion-oriented” do not have the same behavior that those who are “prevention-oriented”.

Key-words: Regulatory orientation; food behaviors; diet; context.

L'EFFET DE L'ORIENTATION REGULATRICE SUR LES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES : LE CAS PARTICULIER DU CONTEXTE DE REGIME ALIMENTAIRE

Introduction

« La santé vient en mangeant et en bougeant », « Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop salé, trop sucré », « Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour »... Le Programme National Nutrition Santé (PNNS) mis en place depuis 2001 a ainsi diffusé de nombreux messages de prévention sur la nutrition et l'activité physique. Si les indicateurs montrent un bon niveau de mémorisation de ces campagnes, les effets sur les comportements sont moins évidents et varient fortement d'une campagne à l'autre. En effet, la consommation d'alcool, de sel ou de matières grasses a baissé, mais la consommation de légumes et de poisson reste stable et insuffisante chez de nombreux consommateurs. Par ailleurs, la consommation de boissons sucrées, de plats cuisinés ou de produits laitiers est toujours trop abondante au regard des recommandations nutritionnelles. Comme l'expliquent Castetbon et al. (2011), il est difficile de comparer ces différents résultats car la forme des campagnes (les média impliqués, les niveaux de diffusion, les GRP, les durées) et le type de conseils prodigués (encourager ou limiter une consommation) varient fortement. Or, selon Lee et Aaker (2004), Jain et al. (2007) et Zhao et Pechmann (2007), l'utilisation d'un argument promotion (l'avantage de la consommation de certains produits pour être en bonne santé) ou d'un argument prévention (en mettant en avant les risques à consommer certains aliments) pourrait avoir un effet différent sur l'attitude et le comportement. Ainsi, l'orientation régulatrice (OR) des individus, définie comme « *la mise en place par un individu d'une stratégie d'approche par laquelle il va essayer de maximiser la probabilité d'obtenir un résultat positif, ou d'une stratégie d'évitement lui permettant de minimiser les risques d'un résultat négatif* » (Higgins, 1997), expliquerait en partie son comportement, notamment alimentaire. Or, les études ayant analysé le rôle de l'orientation régulatrice sur les comportements alimentaires ont obtenu des résultats divergents.

Cette communication tentera de combler cette lacune. Son objectif sera de chercher à mieux comprendre l'effet de l'orientation régulatrice sur les comportements, notamment alimentaires (capacité à consommer des produits sains, choix alimentaires...) en envisageant l'importance du contexte dans lequel est prise la décision de choix (comportement habituel ou situation de régime alimentaire).

Dans une première partie, nous synthétiserons la littérature sur l'orientation régulatrice et sur son effet sur les comportements alimentaires. Dans un second temps, nous présenterons la méthodologie mise en œuvre, puis les résultats de notre recherche. En conclusion, ses apports, limites et voies de recherche seront soulignés.

Orientation régulatrice, une variable intéressante pour comprendre les comportements alimentaires

Le concept d'orientation régulatrice. L'orientation régulatrice se fonde sur le principe hédonique selon lequel toute personne est motivée par la recherche du plaisir et l'évitement de la douleur (Aaker et Lee, 2001) et met ainsi en place des stratégies pour favoriser l'une et éviter l'autre. En d'autres termes, soit le consommateur est motivé pour atteindre un résultat désiré, soit il est motivé pour éviter un résultat indésirable. Comme le précisent Boesen-Mariani et al. (2010), acheter des produits allégés pourrait, aussi bien, être généré par la motivation d'atteindre un état désiré (avoir un corps de rêve pour cet été) ou par la volonté d'éviter un état indésirable (limiter les risques de cholestérol). Selon Higgins (1997), les individus peuvent ainsi présenter deux types d'orientation (prévention ou promotion) auxquelles sont associées

deux stratégies d'autorégulation : évitement ou approche. Les personnes orientées promotion auraient tendance à favoriser une stratégie d'approche (faire du sport) alors que les individus préventions devraient éviter les mauvais comportements (ne pas aller manger trop sucré). Plus spécifiquement, même s'il s'agit d'un continuum, il est possible de dire que :

- Les individus promotion sont motivés par des idéaux et tendent naturellement vers l'accomplissement d'eux-mêmes et un soi idéal. Leur stratégie est celle de l'approche d'un état désiré. Ils cherchent à maximiser les gains.
- Les individus prévention sont motivés par des devoirs et tendent vers un soi obligé. Ils ont besoin de se sentir en sécurité et veulent avant tout minimiser les pertes. Ils adoptent des comportements conservateurs et prudents et font tout pour éviter un état final indésiré.

L'orientation régulatrice peut être considérée comme un trait individuel dont l'une des deux facettes a tendance à s'exprimer plus que l'autre¹. Cette orientation chronique se construit pendant l'enfance et dépend notamment de l'éducation donnée (Boesen-Mariani et al., 2010). Toutefois, le contexte a également une influence, rendant temporairement une orientation plus accessible qu'une autre (Higgins, 1997).

Jain et al. (2007) ont montré que les réactions des consommateurs face à des annonces publicitaires sont corrélées aux orientations régulatrices. Des stimuli commerciaux formulés en termes de gains convainquent plus les consommateurs orientés promotion alors que les individus orientés prévention sont plus réceptifs à des arguments construits autour de la perte (Lee et Aaker, 2004). Zhao et Pechmann (2007) révèlent que l'efficacité des campagnes est intensifiée lorsque que la valence du message est en adéquation avec l'orientation régulatrice du destinataire de la publicité.

L'orientation régulatrice a également un effet sur les pensées, les réactions affectives et les comportements. Par exemple, les personnes orientées promotion ont plus facilement tendance à changer de comportement alors que celles orientés prévention vont davantage le maintenir dans la durée (Fuglestad et al., 2008). Les premières choisiront plutôt des produits innovants (Herzenstein et al., 2007) et/ou aux attributs hédoniques, alors que les secondes privilégieront les produits au contenu utilitaire (Chernev, 2004). Ces différences se retrouvent aussi dans les comportements alimentaires.

Orientation régulatrice et comportements alimentaires. Les représentations et comportements alimentaires sont fortement influencés par ces principes d'approche-évitement (Gomez, 2009) ainsi que par les concepts de promotion (l'idée de plaisir) et d'évitement (peur d'un risque vital) (Rozin, 1999 ; Kreziak et al., 2003 ; Bergadaà et Urien, 2006). Comme l'affirment Mugel et al. (2013), « *l'alimentation en lien avec la santé est un domaine où le rôle de l'orientation régulatrice est l'un des plus saillants, à la fois dans l'approche d'un état de santé désiré et l'évitement de la maladie* ». Pour les personnes prévention, l'alimentation est ainsi protectrice et permet de lutter contre les maladies (représentations de non pertes). Pour les individus promotion, elle apporte du bien-être, de l'énergie et des bénéfices santé (Mugel et al, 2013). Spiegel et al. (2004) ont montré que les individus prévention consommaient plus de fruits quand ils associaient les fruits à la prévention de la santé que lorsqu'ils les associaient à des bénéfices. Plusieurs chercheurs trouvent un lien entre l'orientation régulatrice et le choix des aliments (selon leurs odeurs, leurs goûts ou leur apparence) (Scholer et Higgins, 2008, 2011 ; Higgins, 2012 ; Pfattheicher et Sassenrath, 2014 ; Pula et al., 2014), la consommation émotionnelle (Cohen, 1988), et, enfin, les

¹ Biologiquement, l'orientation régulatrice est localisée au niveau du cortex préfrontal (Amodio et al., 2004)

représentations du lien santé–alimentation ainsi que les stratégies de consommation alimentaire (Gurviez et Mugel, 2016).

Toutefois, selon Vartanian et al. (2006), il n'existe pas de relation entre l'orientation régulatrice et les comportements de diète. Pfattheicher et Sassenrath (2014) confirment la non-significativité de cette relation et de celle entre l'orientation régulatrice et la consommation émotionnelle d'aliments (manger plus pour compenser des émotions négatives). De même, Uskul et al. (2008) ne trouvent aucune relation entre l'orientation régulatrice et les croyances et comportements alimentaires des personnes aux régimes.

Ces divergences de résultats pourraient être expliquées par les instruments de mesure utilisés (Vartanian et al., 2006). Les études menées sur l'influence de l'orientation régulatrice en lien avec l'alimentation portent souvent sur la dimension situationnelle de l'orientation régulatrice, parfois appelée « OR contextuelle » (Sengupta et Zhou, 2007). Une mesure de l'orientation chronique a rarement été utilisée (Mugel et al., 2013). Il nous a donc semblé intéressant de vérifier les effets de cette orientation sur certains comportements (dont des comportements alimentaires) qui ont été peu étudiés dans la littérature antérieure.

L'étude empirique

Méthodologie. Afin de tester nos hypothèses et propositions, un échantillon représentatif de 279 consommateurs français a été interrogé online. Le questionnaire comprenait tout d'abord plusieurs échelles de mesure : le « food choice questionnaire » (Stephoe et al., 1995), l'orientation régulatrice (Cottet et al., 2015), le « Healthy Eating and Weight self-efficacy » (Wilson-Barlow et al., 2014). Il comportait ensuite plusieurs parties relatives à l'alimentation (représentations (se nourrir, se faire plaisir, un moment de convivialité, une perte de temps, un moment de partage, une nécessité), préférences alimentaires (produits biologiques, gourmands, santé, du terroir par exemple)), au comportement d'achat alimentaire (critères, lieux d'achat, types de marque, informations lues sur l'emballage ...), et au comportement du répondant dans des situations spécifiques. Les choix de comportements en situation de régime alimentaire ont ensuite été pris en compte. La question suivante a été posée : quand vous faites un régime, vous : « mangez moins », « évitez les produits trop gras », « n'allez plus au restaurant », « faite du sport », « évitez de grignoter », « ne faites jamais de régime » (items issus de la phase qualitative préalable menée auprès de 30 consommateurs)².

Résultats. Des analyses factorielles exploratoires et confirmatoires ont tout d'abord été effectuées sur toutes les échelles. En particulier une version réduite de l'échelle de mesure de l'orientation régulatrice développée par Cottet et al. (2015) a été validée (tableau 1). Une typologie a ensuite été conduite sur les scores factoriels standardisés de 0 à 100 après bootstrap des facteurs d'ordre 2 de cette échelle. Cette classification nous a permis d'obtenir deux groupes : l'un à orientation promotion (63%), l'autre à orientation prévention (37%). Enfin, pour tester le lien entre l'orientation régulatrice et les différents comportements mesurés, des analyses de variance ou des tests de Khi-Deux ont été menés, en fonction de la nature de la variable dépendante.

Les résultats ne montrent aucun effet significatif de l'orientation régulatrice quand l'individu n'a pas à choisir entre différents modes de comportements ou propositions et n'a pas à mettre en œuvre une stratégie. L'orientation régulatrice ne constitue pas un facteur explicatif de ses choix habituels de consommation (choix alimentaires (food choice questionnaire), en matière de santé et de contrôle du poids (Healthy Eating and Weight self-

2 Tous les items qui ne proviennent pas d'échelles de mesure ont émergé lors d'une phase qualitative.

efficacy), durée de ses repas), de ses préférences alimentaires, de sa représentation de l'alimentation ou de ses comportements d'achat (critères valorisés, lieux d'achat, informations lues sur l'emballage...).

Tableau 1 : L'échelle réduite d'orientation régulatrice après bootstrap (500 itérations)

Orientation	Poids factoriels	Fiabilité (Rho DG)	Validité convergente (Variance moyenne extraite)
Transgression Quand j'étais plus jeune, j'avais tendance à transgresser les règles En grandissant, j'ai eu envie de « franchir la ligne » en faisant des choses qui auraient déplu à mes parents	0,828 0,800	0,803	0,670
Risque J'aime les défis même risqués Ma prise de risques est la clé de ma réussite	0,830 0,922	0,871	0,772
Economie J'économise pour pouvoir subvenir à mes besoins si nécessaire J'épargne pour éviter les coups durs, par sécurité	0,902 0,950	0,925	0,860
Prudence Pour atteindre mon but, je sais rester prudent Pour réussir je prends des précautions	0,898 0,833	0,859	0,753
Prévention Economie Prudence	0,806 0,771	0,845	0,731
Promotion Transgression Risque	0,785 0,704	0,826	0,704

En revanche, quand le répondant doit prendre une décision, l'orientation régulatrice exerce son influence. Les individus orientés promotion se définissent comme impulsifs (achats sur coup de cœur, pour se faire plaisir), ont plutôt tendance à papillonner dans les rayons et s'ils étaient un plat, ils seraient un bœuf bourguignon ou un steak frites (plats plaisir emblématiques) alors que les individus orientés prévention se voient comme réfléchis (s'informent avant d'acheter et savent ce qu'ils veulent), boucleraient ainsi leurs courses en un minimum de temps et seraient plutôt une assiette de crudités.

De même, si le répondant est placé dans une situation qu'il n'a pas envisagée et qu'il lui est demandé d'effectuer des choix, l'orientation régulatrice exerce son effet. Tel est le cas dans différentes situations de la vie courante (voyage, embouteillage ou gain imprévu d'argent). En situation de régime, les personnes à orientation promotion ne vont pas manger au restaurant ($p = 0,004$) et font du sport ($p = 0,002$). Les mangeurs à orientation prévention pour leur part évitent les produits trop gras ($p = 0,04$) et de grignoter ($p = 0,012$).

Ainsi, l'orientation régulatrice a une influence quand les individus sortent de leur situation de routine, ont des choix à effectuer et doivent mettre en œuvre des stratégies.

Conclusion

Notre recherche, de nature exploratoire, a permis de mettre en évidence un lien entre l'orientation régulatrice et les comportements alimentaires. Quelques comportements généraux ont, par ailleurs, été pris en compte. Les résultats montrent que cet effet est significatif uniquement quand l'individu doit faire des choix qui sortent de son contexte habituel. C'est le cas, notamment, quand il est en situation de régime alimentaire : les individus à orientation promotion développent bien une stratégie d'approche alors que ceux à orientation prévention mettent en place une stratégie d'évitement. Ces résultats peuvent être rapprochés de la littérature antérieure qui avait notamment souligné une représentation différente de l'alimentation des individus selon leur orientation régulatrice. Nous avons pu montrer que ces représentations se traduisent par des différences de comportements uniquement quand la personne est en situation de régime alimentaire. Selon Mugel et al. (2013), les personnes orientées prévention ont pour stratégie d'éviter les risques de maladie. Nos résultats vont dans le même sens : elles grignotent moins et mangent moins gras. En revanche, les individus « promotion » recherchent un équilibre alimentaire procurant plaisir et bien-être (Mugel et al., 2013) : elles font du sport et vont moins au restaurant, mais elles ne cherchent pas à manger moins gras et à ne pas grignoter.

Une condition d'influence de l'orientation régulatrice a donc été mise en évidence par ce travail. Il s'agit d'un apport théorique essentiel, l'effet modérateur du contexte sur cette relation n'ayant pas encore été pris en compte par les travaux antérieurs. Notre recherche a, par ailleurs, un intérêt managérial et sociétal majeur. En montrant qu'il est nécessaire de placer le consommateur dans une situation qui implique de sa part la mise en œuvre d'une stratégie pour choisir, notre travail ouvre des pistes pour appréhender les leviers (tels que le cadrage des messages et des actions) sur lesquels agir pour engager les acteurs à adopter des comportements alimentaires plus équilibrés. Ceci est notamment fondamental pour les instituts de santé qui cherchent à éduquer sur un plan nutritionnel les malades chroniques.

Cette recherche a toutefois des limites, qui laissent entrevoir des voies de recherche futures. En premier lieu, l'échelle de mesure de l'orientation régulatrice a souvent donné des résultats variables. Nous avons obtenu une échelle valide, fiable et opérationnelle, qui comprend huit items. Il serait néanmoins important, à l'avenir, de repartir d'une phase qualitative pour améliorer cette échelle. En second lieu, un contexte particulier a été étudié : celui du régime alimentaire. Il serait intéressant de prendre en considération d'autres contextes, routiniers et non routiniers, afin de vérifier les résultats obtenus. D'autres types de comportements alimentaires pourraient, par ailleurs, être pris en compte. Cette recherche constitue une première étape exploratoire dont les perspectives sont riches et stimulantes.

Bibliographie

- Aaker J. L. et Lee A.Y. (2001), 'I' Seek Pleasures and 'We' Avoid Pains: The Role of Self-Regulatory Goals in Information Processing and Persuasion", *Journal of Consumer Research*, 28, June: 33-49.
- Amodio D.M., Shah J.Y., Sigelman J., Brazy P.C. et Harmon-Jones E. (2004) Implicit regulatory focus associated with asymmetrical frontal cortical activity, *Journal of Experimental Social Psychology*, 40 (2): 225.
- Bergadaà M. et B. Urien (2006) Le risque alimentaire perçu comme risque vital de consommation, Émergences, adaptation et gestion, *Revue française de gestion*, 3 (162) : 127-144.
- Boesen-Mariani S., Gomez P. et Gavard-Perret (2010) M.L., L'orientation régulatrice ; un concept prometteur en marketing, *Recherche et Applications en Marketing*, 25 (Janvier) : 87-106.
- Chernev A. (2004) Goal orientation and consumer preference for the status quo, *Journal of Consumer Research*, 31 (3): 557-565.
- Cohen J. (1988) *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* 2nd Ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Cottet P., Ferrandi J.M., Lichtlé M.C. et Plichon V. (2015) Premiers tests d'une échelle de mesure de l'orientation régulatrice du consommateur », *Première Journée de Recherche en Marketing du Grand Est*, 27 mars, Dijon.
- Fuglestad P.T., Rothman A.J. et Jeffery R.W. (2008) Getting there and hanging on: the effect of regulatory focus on performance in smoking and weight loss interventions, *Health Psychology*, 27 (3)
- Gomez P. (2009), L'Orientation Régulatrice de Santé : Déterminants, mesures et conséquences sur le comportement de santé et le traitement de l'information de santé, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université de Nantes, Institut d'Economie et de Management de Nantes-IAE.
- Gurviez P. et Mugel O. (2016), L'influence de l'orientation motivationnelle sur les représentations et les choix alimentaires, *Cahiers de nutrition et de diététique*, 51, 259-267.
- Herzenstein M., Posavac S.S. et Brakus J.J. (2007) Adoption of new and really new products: the effects of self-regulation systems and risk salience, *Journal of Marketing Research*, 44 (2): 251-260.
- Higgins E.T. (1997) Beyond Pleasure and Pain, *American Psychologist*, 52:1280-1300.
- Higgins E. T. (2012) Regulatory focus theory, in *Handbook of Theories of Social Psychology* Vol. 1 eds van P. A., Lange A. W., Kruglanski P. A., Higgins E. T., editors. London: Sage Publications, 483-504.
- Higgins E.T., Friedman R.S., Harlow R.E., Chen Idson L., Ayduk O. et Taylor A. (2001) Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus Prevention pride, *European Journal of Social Psychology*, 31: 3-23.
- Jain Shailendra Pratap, Charles Lindsey, Nidhi Agrawal, et Durairaj Maheswaran (2007) For Better or For Worse? Valenced Comparative Frames and Regulatory Focus, *Journal of Consumer Research*, 34: 57-65.

- Kreziak D., P. Gurviez et Sirieix L. (2003) Racines anthropologiques et sociologiques du risque alimentaire perçu, In *Actes du 2ème Atelier de Recherche sur le risque en marketing*, Université Paris 1 Panthéon Sorbonne, Paris, 121-136.
- Lee Angela Y. et Aaker J.L. (2004) Bringing the Frame into Focus: The Influence of Regulatory Fit on Processing Fluency and Persuasion, *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, April: 205-218.
- Mugel O., Besson M. et Gurviez P. (2013) Le rôle de l'orientation régulatrice chronique sur les représentations du lien santé-alimentation et les comportements alimentaires: une étude exploratoire, In *13th International Marketing Trends Congress*, Venise, janvier.
- Pfattheicher S. et Sassenrath C. (2014) A regulatory focus perspective on eating behavior: how prevention and promotion focus relates to emotional, external and restrained eating, *Frontiers in Psychology*, 5, 20
- Pula K, Park C. et Ross C. (2014) Regulatory focus and food choice motives. Prevention orientation associated with mood, convenience, and familiarity, *Appetite*, 78, July (1): 15-22.
- Rozin P. (1999) Food is fundamental, fun, frightening, and far-reaching, *Social Research*, 66: 9-30.
- Scholer A. A. et Higgins E. T. (2008) Distinguishing levels of approach and avoidance: an analysis using regulatory focus theory, In *Handbook of Approach and Avoidance Motivation* ed. Elliot A. J., editor. New York: Psychology Press; 48: 9–503.
- Scholer A. et Higgins E. T. (2011) Promotion and prevention systems: regulatory focus dynamics within self-regulatory hierarchies, In *Self-Regulation: Research, Theory, and Applications* eds Vohs K. D., Baumeister R. F., editors. New York: Guilford Press: 143–161.
- Sengupta J. et Zhou R. (2007), Understanding Impulsive Eaters' Choice Behaviors: The Motivational Influences of Regulatory Focus, *Journal of Marketing Research*, 44, may: 297-308.
- Spiegel S., Grant-Pillow H. et Higgins E. T. (2004) How regulatory fit enhances motivational strength during goal pursuit. *European Journal of Social Psychology*, 34:39–54
- Steptoe A., Pollard T.M., et Wardle J. (1995), Development of a measure of the motives underlying the selection of food. The food choice questionnaire. *Appetite*, 25 (3): 267-284.
- Uskul, A. K., Keller, J. et Oyserman, D. (2008) Regulatory fit and health behavior, *Psychology and Health*, 23: 327–346.
- Van Kleef, E., van Trijp, H. C. M. et Luning, P. (2005) Functional foods: Health claim-food product compatibility and the impact of health claim framing on consumer evaluation. *Appetite*, 44: 299–308
- Vartanian, L. R., Herman, C. P. et Polivy, J. (2006) Does regulatory focus play a role in dietary restraint? *Eating Behaviors*, 7: 333–341
- Zhao Guangzi et Cornelia Pechmann (2007) The Impact of Regulatory Focus on Adolescents' Response to Antismoking Advertising Campaigns, *Journal of Marketing Research*, 44, November, 671-87.