

## TABLE DES MATIÈRES

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE DE L'ÉTUDE PRINCIPALE .....	2
ANNEXE 2 : ANALYSE FACTORIELLE DE LA NOSTALGIE .....	9
ANNEXE 3 : ANALYSE FACTORIELLE DE LA CONFIANCE .....	12
ANNEXE 4 : ANALYSE FACTORIELLE DE L'AUTHENTICITÉ.....	14
ANNEXE 5 : TESTS POUR HYPOTHÈSE 1.....	17
ANNEXE 6 : TESTS POUR HYPOTHÈSE 2.....	19
ANNEXE 7 : TESTS POUR HYPOTHÈSE 3.....	25
ANNEXE 8 : TESTS POUR HYPOTHÈSES 4A, 4B, 4C.....	28
ANNEXE 9 : TESTS POUR HYPOTHÈSES 5A, 5B, 5C.....	36
ANNEXE 10 : TESTS POUR HYPOTHÈSES 6A, 6B, 6C.....	44
ANNEXE 11 : DIMENSIONS DE LA NOSTALGIE EN FONCTION DES CATÉGORIES DE MARQUES .....	52
ANNEXE 12 : MATRICE HYPOTHÈSES/QUESTIONS .....	54

## Annexe 1 : Questionnaire de l'étude principale

Madame, Monsieur,

Dans le cadre de mon mémoire, je dois réaliser une enquête sur votre avis concernant certaines marques. Pourrais-je prendre quelques minutes de votre temps afin de vous la faire remplir? Malgré le nombre de questions, il vous est demandé de répondre à l'ensemble de celles-ci. Sachez qu'il n'y a ni bonne ou mauvaise réponse. De plus, les résultats restent anonymes et ne serviront que des objectifs scientifiques. Merci d'avance pour votre aide et votre collaboration.

1. Connaissez-vous la marque de produit laitier/automobile/bière/vêtement ?

- Oui  
 Non

2. Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les propositions suivantes en les appliquant à la marque de produit laitier/automobile/bière/vêtement?

(1 = Pas du tout d'accord ; 7 = Tout à fait d'accord)

	1 (Pas du tout d'accord)	2	3	4	5	6	7 (Tout à fait d'accord)
Je dis des choses positives de cette marque à d'autres personnes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je recommande la marque à quelqu'un qui cherche des conseils dans le domaine de la marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'encourage des amis et des proches à acheter cette marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je considère la marque comme mon premier choix dans son domaine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'achèterai plus de cette marque prochainement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les propositions suivantes en les appliquant à la marque de produit laitier/automobile/bière/vêtement? (1 = Pas du tout d'accord ; 7 = Tout à fait d'accord)

	1 (Pas du tout d'accord)	2	3	4	5	6	7 (Tout à fait d'accord)
Les produits de cette marque m'apportent de la sécurité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
J'ai confiance dans la qualité des produits de cette marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acheter des produits de cette marque, c'est une garantie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque est sincère vis-à-vis des consommateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque est honnête vis-à-vis de ses clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque montre de l'intérêt pour ses clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que cette marque renouvelle ses produits pour tenir compte des progrès de la recherche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je pense que cette marque cherche continuellement à améliorer ses réponses aux besoins des consommateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les propositions suivantes en les appliquant à la marque de produit laitier/automobile/bière/vêtement?  
(1 = Pas du tout d'accord ; 7 = Tout à fait d'accord)

	1 (Pas du tout d'accord)	2	3	4	5	6	7 (Tout à fait d'accord)
Cette marque est de haute qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque satisfait continuellement ses utilisateurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque atteint des normes élevées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les propositions suivantes en les appliquant à la marque de produit laitier/automobile/bière/vêtement?  
(1 = Pas du tout d'accord ; 7 = Tout à fait d'accord)

	1 (Pas du tout d'accord)	2	3	4	5	6	7 (Tout à fait d'accord)
La qualité est centrale pour cette marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Il n'y a que des matériaux/ingrédients de premiers choix qui sont utilisés dans la production de cette marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque tend vers les critères les plus exigeants où la firme fait tout dans le but d'améliorer la qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque produit à des niveaux les plus stricts de qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque est un puissant symbole de qualité continue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La marque est faite par  
une maître artisan qui fait  
attention aux détails et  
est impliqué tout au long  
du processus de  
production

      

L'entreprise s'engage à  
conserver des normes  
de qualité à long terme  
pour l'entreprise

      

La marque a une  
connexion forte avec une  
période historique, une  
culture ou une région  
spécifique

      

La marque a un lien fort  
au passé qui est toujours  
perpétué et célébré à ce  
jour

      

La marque me rappelle  
un âge d'or

      

La marque transparait un  
sens de la tradition

      

La marque reflète un  
design intemporel

      

La marque refuse de  
faire un compromis sur  
les valeurs sur lesquelles  
elle a été fondée

      

La marque se tient à ses  
principes

6. Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les propositions suivantes en les appliquant à la marque de produit laitier/automobile/bière/vêtement? (1 = Pas du tout d'accord ; 7 = Tout à fait d'accord)

	1 (Pas du tout d'accord)	2	3	4	5	6	7 (Tout à fait d'accord)
La marque me rappelle des moments chaleureux et heureux avec ma famille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque me rappelle des moments plaisants avec ma famille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque me rappelle de bons moments que j'ai eus étant enfant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque rappelle des sentiments positifs liés au passé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque me rappelle des moments heureux que j'ai connus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La marque me rappelle les bons vieux jours	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque existe depuis longtemps	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque est présente depuis longtemps	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque est ancienne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque a de l'âge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque existe depuis des années	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Cette marque me fait  
penser à une personne  
réelle ou à un  
personnage de fiction  
que j'aurais voulu  
connaître

      

Cette marque me fait  
penser à une époque  
que j'aurais voulu vivre

      

Cette marque me  
rappelle des souvenirs  
positifs qui ne sont pas  
liés à mon propre passé

      

Merci pour vos précédentes questions. A partir de maintenant, les propositions qui vous seront faites ne doivent plus être associées à la marque. Maintenant, les propositions vont nous servir à identifier votre profil personnel.

Bonne continuation.

7. Veuillez indiquer votre degré d'accord ou de désaccord avec les propositions suivantes (1 = Pas du tout d'accord ; 7 = Tout à fait d'accord). **ATTENTION ! Pour rappel, il n'est plus nécessaire de les associer avec la marque précédemment utilisée. Dans ce cas, il s'agit d'une vision générale.**

	1 (Pas du tout d'accord)	2	3	4	5	6	7 (Tout à fait d'accord)
On ne fait plus les produits comme on avait l'habitude de le faire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les choses étaient mieux avant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Les produits deviennent de plus en plus de mauvaise qualité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le changement technologique nous assure un meilleur avenir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
L'histoire implique une amélioration constante du bien-être des hommes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On connaît un déclin de la qualité de vie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La croissance constante du PIB a amené une augmentation du bonheur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Le business moderne construit constamment un meilleur avenir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Quel âge avez-vous

9. Êtes-vous un homme ou une femme?

Homme

Femme

**Annexe 2 : Analyse factorielle de la nostalgie****Qualités de représentation**

	Initiales	Extraction
N1	1,000	,879
N2	1,000	,885
N3	1,000	,749
N4	1,000	,880
N5	1,000	,909
N6	1,000	,789
N7	1,000	,920
N8	1,000	,936
N9	1,000	,928
N10	1,000	,928
N11	1,000	,891
N12	1,000	,709
N13	1,000	,763
N14	1,000	,644

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

### Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	7,042	50,302	50,302	4,992	35,656	35,656
2	3,240	23,140	73,443	4,634	33,099	68,755
3	1,528	10,916	84,358	2,184	15,603	84,358
4	,514	3,672	88,031			
5	,397	2,835	90,866			
6	,366	2,614	93,480			
7	,289	2,066	95,546			
8	,230	1,642	97,187			
9	,142	1,012	98,199			
10	,118	,844	99,043			
11	,080	,573	99,616			
12	,034	,241	99,857			
13	,020	,143	100,000			
14	9,714E-17	6,939E-16	100,000			

**Rotation de la matrice des  
composantes<sup>a</sup>**

	Composante		
	1	2	3
N1	,907	,203	,127
N2	,909	,201	,137
N3	,835	,092	,208
N4	,904	,135	,214
N5	,924	,181	,153
N6	,838	,173	,240
N7	,177	,939	,081
N8	,183	,949	,051
N9	,159	,947	,071
N10	,159	,947	,071
N11	,156	,929	,065
N12	,215	,053	,813
N13	,155	,017	,859
N14	,256	,145	,746

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation Kaiser.<sup>a</sup>

a. Convergence de la rotation dans 4 itérations.

### Annexe 3 : Analyse factorielle de la confiance

#### Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
C1	1,000	,793
C2	1,000	,883
C3	1,000	,917
C4	1,000	,922
C5	1,000	,914
C6	1,000	,805
C7	1,000	,875
C8	1,000	,888

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

#### Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	4,986	62,326	62,326	2,599	32,484	32,484
2	1,123	14,038	76,363	2,444	30,552	63,035
3	,889	11,111	87,474	1,955	24,439	87,474
4	,345	4,316	91,790			
5	,308	3,845	95,635			
6	,200	2,504	98,140			
7	,088	1,104	99,244			
8	,060	,756	100,000			

**Rotation de la matrice des  
composantes<sup>a</sup>**

	Composante		
	1	2	3
C1	,803	,170	,346
C2	,848	,360	,187
C3	,867	,344	,219
C4	,413	,861	,105
C5	,417	,853	,112
C6	,092	,783	,428
C7	,282	,113	,885
C8	,227	,271	,874

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation Kaiser.<sup>a</sup>

a. Convergence de la rotation dans 6 itérations.

**Annexe 4 : Analyse factorielle de l'authenticité****Qualités de représentation**

	Initiales	Extraction
A1	1,000	,793
A2	1,000	,810
A3	1,000	,836
A4	1,000	,821
A5	1,000	,748
A6	1,000	,526
A7	1,000	,753
A8	1,000	,715
A9	1,000	,806
A10	1,000	,723
A11	1,000	,781
A12	1,000	,543
A13	1,000	,692
A14	1,000	,679

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

### Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes de rotation du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	8,461	60,436	60,436	6,206	44,326	44,326
2	1,766	12,613	73,049	4,021	28,723	73,049
3	,617	4,408	77,457			
4	,549	3,920	81,377			
5	,483	3,447	84,825			
6	,407	2,908	87,732			
7	,334	2,387	90,120			
8	,309	2,204	92,324			
9	,243	1,735	94,058			
10	,211	1,504	95,562			
11	,188	1,340	96,903			
12	,170	1,215	98,118			
13	,151	1,081	99,199			
14	,112	,801	100,000			

**Rotation de la matrice  
des composantes<sup>a</sup>**

	Composante	
	1	2
A1	,863	,222
A2	,875	,209
A3	,881	,245
A4	,873	,243
A5	,826	,258
A6	,653	,316
A7	,816	,296
A8	,219	,817
A9	,321	,838
A10	,129	,840
A11	,333	,819
A12	,398	,620
A13	,658	,508
A14	,717	,407

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Méthode de rotation : Varimax avec normalisation Kaiser.<sup>a</sup>

a. Convergence de la rotation dans 3 itérations.

<b>Annexe 5 : Tests pour hypothèse 1</b>
--

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	65,240	3	21,747	13,828	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	600,759	382	1,573		
	Total	665,999	385			

## Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,313 <sup>a</sup>	,098	,091	1,25406

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,314	,278	,000	11,929	,000
	Souvenirs personnels	,117	,040	,003	2,959	,003
	Souvenirs historiques	,040	,048	,402	,838	,402
	Ancienneté perçue	,180	,050	,000	3,582	,000

### Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,491	,131		34,231	,000
	Souvenirs historiques	,138	,044	,157	3,124	,002

### Corrélations

		COMPUTE Souvenirs Personnels	COMPUTE Souvenirs Historiques
COMPUTE Souvenirs personnels	Corrélation de Pearson	1	,445**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	386	386
COMPUTE Souvenirs historiques	Corrélation de Pearson	,445**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	386	386

<b>Annexe 6 : Tests pour hypothèse 2</b>
--

1)

Model = 4

Y = Crédibilité

X = Souvenirs personnels

M = Engagement qualité

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1783	,0328	,1150	,2438

2)

Model = 4

Y = Intégrité

X = Souvenirs personnels

M = Engagement qualité

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1390	,0249	,0900	,1887

3)

Model = 4

Y = Bienveillance

X = Souvenirs personnels

M = Engagement qualité

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1236	,0245	,0776	,1745

4)

Model = 4

Y = Crédibilité

X = Souvenirs personnels

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,1712	,0264	,1237	,2276

5)

Model = 4

Y = Intégrité

X = Souvenirs personnels

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Héritage	,1388	,0233	,0950	,1864

6)

Model = 4

Y = Bienveillance

X = Souvenirs personnels

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,1188	,0248	,0744	,1709

7)

Model = 4

Y = Crédibilité

X = Souvenirs historiques

M = Engagement qualité

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1982	,0390	,1250	,2779

8)

Model = 4

Y = Intégrité

X = Souvenirs historiques

M = Engagement qualité

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1524	,0295	,0982	,2132

9)

Model = 4

Y = Bienveillance

X = Souvenirs historiques

M = Engagement qualité

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1309	,0267	,0804	,1859

10)

Model = 4

Y = Crédibilité

X = Souvenirs historiques

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,2353	,0345	,1736	,3101

11)

Model = 4

Y = Intégrité

X = Souvenirs historiques

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,1822	,0284	,1308	,2431

12)

Model = 4

Y = Bienveillance

X = Souvenirs historiques

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,1422	,0294	,0869	,2014

13)

Model = 4

Y = Crédibilité

X = Ancienneté perçue

M = Engagement

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1911	,0477	,0967	,2843

14)

Model = 4

Y = Intégrité

X = Ancienneté perçue

M = Engagement

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1497	,0384	,0731	,2236

15)

Model = 4

Y = Bienveillance

X = Ancienneté perçue

M = Engagement

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Engagement qualité	,1356	,0358	,0656	,2069

16)

Model = 4

Y = Crédibilité

X = Ancienneté perçue

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,2264	,0344	,1666	,3013

17)

Model = 4

Y = Intégrité

X = Ancienneté perçue

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
HeriMoy	,1852	,0311	,1313	,2534

18)

Model = 4

Y = Bienveillance

X = Ancienneté perçue

M = Héritage

Indirect effect of X on Y

	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
Heritage	,1704	,0308	,1142	,2347

### Annexe 7 : Tests pour hypothèse 3

#### ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	114,583	3	38,194	21,934	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	665,175	382	1,741		
	Total	779,758	385			

#### Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,383 <sup>a</sup>	,147	,140	1,31958

#### Coefficients

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	B	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	1,814	,292		6,207	,000
	Souvenirs personnels	,235	,042	,314	5,659	,000
	Souvenirs historiques	,071	,050	,075	1,411	,159
	Ancienneté perçue	,072	,053	,069	1,360	,175

### Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,683	,140		19,165	2,683
	Souvenirs historiques	,216	,047	,228	4,583	,216

### Coefficients

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,087	,303		6,895	2,087
	Ancienneté perçue	,204	,052	,196	3,908	,204

### ANOVA (pour toutes les variables)

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	382,803	7	54,686	52,075	,000 <sup>b</sup>
	Résidu	396,954	378	1,050		
	Total	779,758	385			

### Récapitulatif des modèles (pour toutes les variables)

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,650 <sup>a</sup>	,422	,421	1,08320

### Coefficients (pour toutes les variables)

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	B	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	-,389	,281		-1,384	,167
	Souvenirs personnels	,123	,033	,164	3,683	,000
	Souvenirs historiques	,033	,039	,034	,835	,405
	Ancienneté perçue	-,023	,042	-,022	-,555	,580
	Qualité perçue	,314	,066	,290	4,728	,000
	Crédibilité	,268	,060	,288	4,455	,000
	Intégrité	,040	,054	,038	,734	,464
	Bienveillance	,088	,044	,090	1,983	,048

<b>Annexe 8 : Tests pour hypothèses 4a, 4b, 4c</b>
--

**ANOVA**

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Souvenirs personnels	Inter-groupes	32,410	4	8,102	2,280	,060
	Intragroupes	1353,706	381	3,553		
	Total	1386,116	385			
Souvenirs historiques	Inter-groupes	4,788	4	1,197	,531	,713
	Intragroupes	859,190	381	2,255		
	Total	863,978	385			
Ancienneté perçue	Inter-groupes	6,630	4	1,658	,887	,472
	Intragroupes	712,123	381	1,869		
	Total	718,754	385			

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

	Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,002	,065		,027	,978
	Age centré	,013	,006	,115	2,312	,021
	Souvenirs personnels centré	,173	,034	,250	5,073	,000
	Souvenirs personnels * Age centré	-,001	,003	-,017	-,342	,732

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,000	,066		,005	,000
	Age centré	,015	,006	,132	2,632	,015
	Souvenirs historiques centré	,138	,044	,157	3,134	,138
	Souvenirs historiques * Age centré	-,001	,004	-,013	-,257	-,001

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,004	,064		,064	,949
	Age centré	,017	,006	,148	3,014	,003
	Ancienneté perçue centré	,249	,048	,259	5,229	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,004	,004	,041	,838	,403

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,392	,073		59,765	,000
	Age centré	,005	,007	,040	,826	,409
	Souvenirs personnels centré	,270	,039	,336	6,951	,000
	Souvenirs personnels * Age centré	-,003	,003	-,047	-,973	,331

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,388	,076		57,376	,000
	Age centré	,009	,007	,066	1,325	,186
	Souvenirs historiques centré	,194	,051	,190	3,788	,000
	Souvenirs historiques * Age centré	,001	,005	,012	,247	,805

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,387	,076		57,829	,000
	Age centré	,011	,007	,080	1,609	,108
	Ancienneté perçue centré	,264	,056	,236	4,701	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,001	,005	-,007	-,138	,891

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,205	,066		63,319	,000
	Age centré	-9,723E-5	,006	-,001	-,016	,987
	Souvenirs personnels centré	,216	,035	,301	6,141	,000
	Souvenirs personnels * Age centré	,002	,003	,025	,499	,618

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,207	,068		61,951	,000
	Age centré	,002	,006	,015	,306	,760
	Souvenirs historiques centré	,195	,046	,214	4,282	,000
	Souvenirs historiques * Age centré	,005	,004	,058	1,153	,250

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,209	,068		61,610	,000
	Age centré	,003	,006	,026	,511	,610
	Ancienneté perçue centré	,195	,051	,196	3,856	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,002	,005	,023	,455	,649

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,183	,073		57,369	,000
	Age centré	,009	,007	,072	1,416	,158
	Souvenirs personnels centré	,149	,039	,194	3,858	,000
	Souvenirs personnels * Age centré	,000	,003	-,007	-,141	,888

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,183	,073		57,348	,000
	Age centré	,011	,006	,085	1,694	,091
	Souvenirs historiques centré	,180	,049	,185	3,675	,000
	Souvenirs historiques* Age centré	,002	,004	,023	,452	,652

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,186	,074		56,397	,000
	Age centré	,011	,007	,087	1,700	,090
	Ancienneté perçue centré	,053	,055	,050	,965	,335
	Ancienneté perçue * Age centré	,003	,005	,033	,643	,521

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,004	,068		,053	,958
	Age centré	,001	,006	,008	,166	,869
	Souvenirs personnels centré	,281	,036	,374	7,851	,000
	Souvenirs personnels * Age centré	-,003	,003	-,047	-,984	,326

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,000	,071		-,004	,997
	Age centré	,005	,006	,036	,733	,464
	Souvenirs historiques centré	,216	,047	,228	4,564	,000
	Souvenirs historiques * Age centré	,000	,004	-,001	-,024	,981

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,006	,071		,088	,930
	Age centré	,006	,006	,047	,941	,347
	Ancienneté perçue centré	,196	,053	,188	3,711	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,007	,005	,070	1,378	,169

<b>Annexe 9 : Tests pour hypothèses 5a, 5b, 5c</b>
--

## ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Souvenirs personnels	Inter-groupes	9,643	1	9,643	2,690	,102
	Intragroupes	1376,472	384	3,585		
	Total	1386,116	385			
Souvenirs historiques	Inter-groupes	,307	1	,307	,137	,712
	Intragroupes	863,671	384	2,249		
	Total	863,978	385			
Ancienneté perçue	Inter-groupes	1,853	1	1,853	,993	,320
	Intragroupes	716,901	384	1,867		
	Total	718,754	385			

Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,770	,089		53,321	,000
	Age centré	,174	,130	,066	1,339	,181
	Souvenirs personnels centré	,322	,115	,464	2,795	,005
	Souvenirs personnels * Age centré	-,089	,069	-,213	-1,282	,200

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,795	,091		52,432	,000
	Age centré	,106	,133	,040	,798	,425
	Souvenirs historiques centré	,170	,142	,194	1,200	,231
	Souvenirs historiques * Age centré	-,022	,089	-,039	-,243	,808

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,777	,089		53,379	,000
	Age centré	,149	,130	,057	1,145	,253
	Ancienneté perçue centré	,343	,154	,356	2,231	,026
	Ancienneté perçue * Age centré	-,061	,095	-,103	-,644	,520

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,372	,101		43,147	,000
	Age centré	,056	,147	,018	,381	,703
	Ancienneté perçue centré	,481	,130	,597	3,684	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,133	,079	-,273	-1,685	,093

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,409	,106		41,711	,000
	Age centré	-,045	,154	-,015	-,294	,769
	Ancienneté perçue centré	,182	,164	,178	1,107	,269
	Ancienneté perçue * Age centré	,008	,103	,012	,074	,941

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,391	,105		41,957	,000
	Age centré	,003	,152	,001	,018	,986
	Ancienneté perçue centré	,467	,180	,418	2,600	,010
	Ancienneté perçue * Age centré	-,137	,112	-,197	-1,227	,221

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,167	,091		45,563	,000
	Age centré	,099	,133	,036	,746	,456
	Ancienneté perçue centré	,367	,118	,511	3,116	,002
	Ancienneté perçue * Age centré	-,093	,071	-,216	-1,315	,189

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,199	,094		44,767	,000
	Age centré	,016	,136	,006	,117	,907
	Ancienneté perçue centré	,134	,146	,148	,923	,356
	Ancienneté perçue * Age centré	,037	,091	,065	,407	,684

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,177	,094		44,466	,000
	Age centré	,053	,136	,019	,388	,698
	Ancienneté perçue centré	-,002	,161	-,002	-,010	,992
	Ancienneté perçue * Age centré	,130	,100	,211	1,302	,194

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,093	,101		40,696	,000
	Age centré	,204	,146	,070	1,394	,164
	Ancienneté perçue centré	,287	,129	,374	2,217	,027
	Ancienneté perçue * Age centré	-,083	,078	-,179	-1,060	,290

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,118	,100		41,082	,000
	Age centré	,142	,146	,049	,976	,330
	Ancienneté perçue centré	-,147	,156	-,151	-,943	,346
	Ancienneté perçue * Age centré	,213	,097	,350	2,187	,029

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	4,108	,103		40,060	,000
	Age centré	,159	,149	,055	1,069	,286
	Ancienneté perçue centré	,075	,176	,070	,426	,670
	Ancienneté perçue * Age centré	-,013	,109	-,019	-,117	,907

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,180	,093		34,336	,000
	Age centré	,148	,135	,052	1,096	,274
	Ancienneté perçue centré	,540	,119	,720	4,530	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,163	,072	-,361	-2,270	,024

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,218	,098		32,975	,000
	Age centré	,041	,142	,014	,287	,775
	Ancienneté perçue centré	,125	,152	,132	,828	,408
	Ancienneté perçue * Age centré	,060	,095	,100	,630	,529

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,203	,098		32,620	,000
	Age centré	,082	,143	,029	,577	,564
	Ancienneté perçue centré	,419	,169	,403	2,487	,013
	Ancienneté perçue * Age centré	-,140	,105	-,216	-1,336	,182

<b>Annexe 10 : Tests pour hypothèses 6a, 6b, 6c</b>
---

## ANOVA

		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Souvenirs personnels	Inter-groupes	9,643	1	9,643	2,690	,102
	Intragroupes	1376,472	384	3,585		
	Total	1386,116	385			
Souvenirs historiques	Inter-groupes	,307	1	,307	,137	,712
	Intragroupes	863,671	384	2,249		
	Total	863,978	385			
Ancienneté perçue	Inter-groupes	1,853	1	1,853	,993	,320
	Intragroupes	716,901	384	1,867		
	Total	718,754	385			

Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,006	,065		,097	,922
	Age centré	-,116	,072	-,081	-1,622	,106
	Souvenirs personnels centré	,191	,035	,276	5,500	,000
	Souvenirs personnels * Age centré	-,053	,035	-,076	-1,494	,136

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,001	,066		-,012	,990
	Age centré	-,122	,073	-,085	-1,674	,095
	Souvenirs historiques centré	,140	,045	,160	3,131	,002
	Souvenirs historiques * Age centré	,014	,046	,016	,307	,759

**Coefficients (Qualité perçue)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,004	,065		,067	,946
	Age centré	-,135	,071	-,094	-1,895	,059
	Ancienneté perçue centré	,254	,048	,263	5,335	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,036	,051	-,035	-,703	,483

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,006	,073		,084	,933
	Age centré	-,138	,081	-,082	-1,697	,091
	Ancienneté perçue centré	,287	,039	,357	7,301	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,066	,040	-,081	-1,653	,099

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,002	,077		-,028	,978
	Age centré	-,140	,084	-,083	-1,657	,098
	Ancienneté perçue centré	,196	,052	,193	3,790	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,009	,053	,009	,177	,860

**Coefficients (Crédibilité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,001	,076		,015	,988
	Age centré	-,151	,084	-,090	-1,805	,072
	Ancienneté perçue centré	,266	,056	,238	4,780	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,021	,060	-,018	-,356	,722

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,005	,066		,081	,935
	Age centré	-,033	,074	-,022	-,453	,651
	Ancienneté perçue centré	,227	,036	,316	6,360	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,045	,036	-,062	-1,237	,217

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,001	,068		-,014	,989
	Age centré	-,037	,075	-,025	-,494	,622
	Ancienneté perçue centré	,190	,046	,209	4,114	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,015	,048	,016	,313	,755

**Coefficients (Intégrité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,005	,068		-,066	,948
	Age centré	-,047	,075	-,031	-,619	,536
	Ancienneté perçue centré	,200	,050	,201	3,994	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,047	,054	,044	,870	,385

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,004	,073		,059	,953
	Age centré	-,091	,081	-,057	-1,123	,262
	Ancienneté perçue centré	,163	,039	,212	4,151	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,042	,040	-,054	-1,054	,293

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,003	,073		,045	,964
	Age centré	-,095	,081	-,060	-1,182	,238
	Ancienneté perçue centré	,188	,050	,194	3,801	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,046	,051	-,046	-,893	,372

**Coefficients (Bienveillance)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,001	,075		-,013	,990
	Age centré	-,090	,082	-,056	-1,091	,276
	Ancienneté perçue centré	,058	,055	,054	1,056	,292
	Ancienneté perçue * Age centré	,006	,059	,005	,102	,919

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,010	,067		,146	,884
	Age centré	-,163	,074	-,104	-2,211	,028
	Ancienneté perçue centré	,302	,036	,402	8,419	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,089	,036	-,118	-2,454	,015

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,004	,064		,064	,949
	Age centré	,017	,006	,148	3,014	,003
	Ancienneté perçue centré	,249	,048	,259	5,229	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	,004	,004	,041	,838	,403

**Coefficients (Fidélité)<sup>a</sup>**

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,003	,070		,037	,970
	Age centré	-,168	,078	-,108	-2,170	,031
	Ancienneté perçue centré	,228	,048	,240	4,784	,000
	Ancienneté perçue * Age centré	-,036	,049	-,036	-,723	,470

<b>Annexe 11 : Dimensions de la nostalgie en fonction des catégories de marques</b>
---

- ANOVA Souvenirs personnels – Implication forte/faible

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	,552	1	,552	,153	,696
	Résidu	1385,564	384	3,608		
	Total	1386,116	385			

- ANOVA Souvenirs personnels – Mode affectif/intellectuel

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	3,233	1	3,233	,898	,344
	Résidu	1382,883	384	3,601		
	Total	1386,116	385			

- ANOVA Souvenirs historiques – Implication forte/faible

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	2,913	1	2,913	1,299	,255
	Résidu	861,065	384	2,242		
	Total	863,978	385			

- ANOVA Souvenirs historiques – Mode affectif/intellectuel

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	3,539	1	3,539	1,579	,210
	Résidu	860,440	384	2,241		
	Total	863,978	385			

- ANOVA Ancienneté perçue – Implication forte/faible

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	20,881	1	20,881	11,490	,001
	Résidu	697,872	384	1,817		
	Total	718,754	385			

- ANOVA Ancienneté perçue – Mode affectif/intellectuel

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	21,660	1	21,660	11,931	,001
	Résidu	697,094	384	1,815		
	Total	718,754	385			

<b>Annexe 12 : Matrice hypothèses/questions</b>
---

Une matrice hypothèses/questions est une matrice reprenant l'ensemble des hypothèses proposées par l'auteur ainsi que les questions posées. Via cet outil, nous pouvons déterminer si nos hypothèses peuvent être validées via nos questions.

	Qualité perçue	Loyauté	Confiance	Authenticité	Nostalgie	Propension à la nostalgie	Âge	Genre
H1	X				X			
H2			X	X	X			
H3		X			X			
H4a					X		X	
H4b					X		X	
H4c					X		X	
H5a					X			X
H5b					X			X
H5c					X			X
H6a					X	X		
H6b					X	X		
H6c					X	X		