

SOMMAIRE

Préface.....	7
<i>Olivier Badot</i>	
Introduction.....	13
<i>Benoît Heilbrunn et Philippe Moati</i>	
Chapitre 1	
Critique de l'hyperconsommation : archéologie d'un concept non stabilisé de dénonciation critique de la consommation	17
<i>Dominique Desjeux</i>	
Chapitre 2	
Les liens entre hyperconsommation et narcissisme	43
<i>François Attali</i>	
Chapitre 3	
Hyperconsommation et marketing : pour une évolution des pratiques au service de la transition.....	55
<i>Pierre Volle</i>	
Chapitre 4	
La sobriété matérielle au défi du loisir marchand. Sociologie d'Action.	73
<i>Vincent Chabault</i>	
Chapitre 5	
Dénaturaliser les pratiques de consommation.....	87
<i>Dominique Roux</i>	

Chapitre 6

- La transition pour sortir de l'hyperconsommation : un enjeu conflictuel entre des acteurs aux intérêts contradictoires 107
Dominique Desjeux

Chapitre 7

- Hard law, soft law*, quels sont les leviers pour promouvoir une consommation durable des produits cosmétiques ? 133
Enrico Colla, Catherine Chastenet de Géry et Laurence-Claire Lemmet

Chapitre 8

- Sobriété et mobilités : faut-il arrêter de se déplacer ? 155
Marc Prieto et Assen Slim

Chapitre 9

- Quels ingrédients pour construire de nouveaux récits désirables ? 177
Adeline Ochs et Aurélie Merle

Chapitre 10

- Plein ou plénitude..... 189
Benoît Heilbrunn

Chapitre 11

- Lutter contre les sirènes 199
Philippe Moati

- Les auteurs** **221**

- Table des matières**..... **227**