

SOMMAIRE

Préface.....	7
---------------------	----------

Olivier Badot

Introduction.....	13
--------------------------	-----------

Benoît Heilbrunn et Philippe Moati

Chapitre 1

Critique de l'hyperconsommation : archéologie d'un concept non stabilisé de dénonciation critique de la consommation	17
--	----

Dominique Desjeux

Chapitre 2

Les liens entre hyperconsommation et narcissisme	43
--	----

François Attali

Chapitre 3

Hyperconsommation et marketing : pour une évolution des pratiques au service de la transition.....	55
--	----

Pierre Volle

Chapitre 4

La sobriété matérielle au défi du loisir marchand. Sociologie d'Action.	73
---	----

Vincent Chabault

Chapitre 5

Dénaturaliser les pratiques de consommation.....	87
--	----

Dominique Roux

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