

SOMMAIRE

Introduction	9
---------------------------	----------

Philippe MOATI

Chapitre 1. (Dé)penser la consommation et économiser l'énergie : une tension entre confort et ascèse. Le cas de la consommation de viande et des usages des TIC comme analyseur de la consommation d'énergie	21
---	-----------

Dominique DESJEUX, avec Estelle-Fleur GALATEAU et Carine BARBIER

Introduction	23
--------------------	----

1. Pourquoi avoir choisi la viande et les écrans comme analyseur des difficultés de la transition énergétique	25
2. Les usages liés à l'alimentation et à la consommation d'énergie des TIC ..	27
2.1. <i>Les pratiques de consommation de viande : une consommation sous contrôle social, qui symbolise la force nourricière et un moment festif ..</i>	27
2.2. <i>Les usages liés aux TIC : des déclencheurs d'achat qui varient en fonction des cycles de vie et des occasions d'usage ..</i>	31
3. Analyse des contraintes et des potentialités conduisant à la consommation économe.....	35
Conclusion : une consommation alternative ambivalente pour des acteurs sous contraintes.....	38
Bibliographie	39

Chapitre 2. Risques, options stratégiques et perspectives du commerce face aux défis du développement durable 41

Enrico COLLA

Introduction	43
1. Les objectifs et les stratégies des entreprises. La réduction des coûts et des déchets dans les processus de distribution	44
2. La consommation socialement responsable ou durable.....	46
3. Les produits biologiques et le rôle de la distribution	48
4. Le rôle des valeurs, des structures organisationnelles et du personnel .	49
5. Les défis dans le contrôle de la <i>supply chain</i>	51
6. Communiquer l'impact des pratiques des distributeurs sur l'environnement tout au long de la chaîne de valeur.....	53
7. Le rôle de l'intervention des gouvernements et d'autres parties prenantes .	55
8. Limites des stratégies de développement durable des entreprises et perspectives	56
Bibliographie	60

Chapitre 3. La machine des consommateurs 63

Christophe BENAVENT

Introduction	65
1. Le travail et la technique de la consommation.....	66
2. La (dé)formation du capital et du travail.....	68
3. Le contrat et l'incalculable.....	71
4. Gouverner la machine	75
Bibliographie	78

Chapitre 4. Morale, calcul et consommation : parce que nous le valons bien 79

Dominique ROUX

Introduction	81
1. La consommation est-elle morale ?	82
1.1. <i>Un oxymore politique</i>	82
1.2. <i>De la moralité à la moralisation au sein des conduites sociales</i>	85
2. Calcul et morale : le prix contre la justice ou le prix de la justice ?	87
3. Parce que nous le valons bien... ?	90
3.1. <i>De la difficulté d'ordonner les grandeurs morales</i>	90

3.2. De l'absence de solutions fournies par le marché	90
3.3. De l'absence de connaissance « informée » des offres	91
Conclusion	93
Bibliographie	95

Chapitre 5. Penser ou panser ? Quels liens entre pulsions partielles et consommation ? 97

François ATTALI

Introduction	99
1. Penser d'abord	99
2. Panser la consommation	99
3. Mais qu'est-ce que la pulsion ?	100
4. Le corps, un composé « d'organes »	102
5. Restaurer l'esthétique dans la consommation	108

Chapitre 6. Le « faire » comme composante d'une « bonne consommation » 113

Philippe MOATI

Introduction	115
1. Passer d'un modèle de consommation fondé sur l'« avoir » à un modèle centré sur l'« être »	117
2. Le bonheur est dans le « faire »	117
3. Vaincre le paradoxe du sous-investissement dans le « faire »	121
4. Investir dans le « faire » pour nous préparer à demain	124
Bibliographie	125

Chapitre 7. Le bon dans les biens. Quelle éthique pour la consommation ? 127

Benoît HEILBRUNN

Introduction	129
1. La trappe de la satisfaction	130
2. Le bon dans les biens ?	131
3. Petite lecture sémiotique des désirs consommatoires	133
4. Pour une éthique épicurienne de la consommation	137
Bibliographie	141

Les auteurs 143