

SOMMAIRE

Prologue	9
Remerciements	11

PARTIE 1 DES SOCIÉTÉS DE MARQUES

Exister par la consommation	15
Notre travail quotidien : la construction de notre identité	16
Quête de reconnaissance et « fin » du travail	19
La consommation à la place du travail	23
S'échapper par la consommation	29
Big Brother nous rattrape toujours	30
Une fragile inversion du quotidien	33
S'échapper autrement : la blancheur.....	36
Échappée et consommation aujourd'hui.....	39
Cultiver les marques	43
Métaphores religieuses de la marque	44
Devenir un référent culturel.....	49
Au-delà du marché et du marketing	53

PARTIE 2 LES MARQUES EN PARTAGE

Verbes de marque : Do You Brandverb ?	63
Le risque de généricide.....	64
Mort du généricide. Longue vie aux <i>brandverbs</i>	70
« Viens fluncher avec moi et puis on ira airbnbiser »	74
Communautés de marque	83
Du consommateur au fan de marque	84
Des agrégateurs sociaux ou marketing ?.....	88
Mécanismes de la communauté de marque.....	91
Et si je veux quand même avoir une communauté autour de ma marque... ..	96
Journées de marque.....	105
4 mai : <i>Star Wars</i>	106
5 février : Nutella.....	109
Sanctification des marques.....	112
Bricolage sacré.....	115
Surfaçons de marque	119
De l'autoproduction à la surfaçon	120
Surfaçon et glissement de valeur	123
« Arrêtez de spockifier les billets de 5 dollars »	127
Faire aussi bien que Spock ?	129
Volontaires de marque	135
Les mutations du volontariat.....	136
Le travail des fans de marque	139
Les programmes de marketing collaboratif	142
Opportunités et risques du volontariat de marque	147

PARTIE 3 AU-DELÀ DES MARQUES

La perte de compétences non marquées	153
Une dépendance croissante au marché.....	154
L'autoproduction accompagnée comme alternative.....	158
Le cas « répare ta moto/voiture ».....	160
Réapprendre hors des marques ?.....	164
L'entraide comme recours	169
Les racines de l'entraide	171
Un exemple d'entraide aujourd'hui	174
L'entraide contemporaine : le bien plus que le lien ?	177
Épilogue	185
Annexe. L'étude des sociétés de marques	187