

Édition - Diffusion

5-7, rue de l'École Polytechnique 75005 Paris

Tél. 01 40 46 79 20 (comptoir et renseignement libraires)

Tél. 01 40 46 79 14 (manuscrits et fabrication)

Tél. 01 40 46 79 22 (service de promotion)

Fax 01 43 25 82 03 (commercial)

LE CONSOMMATEUR MALIN

Tome 1

Face à la crise le cadrage du client et les marges de manœuvre du consommateur

Sous la direction de Fabrice Clochard et Dominique Desjeux

Dossiers Sciences Humaines et Sociales

ISBN : 978-2-343-00480-8 • juillet 2013 • 252 pages • Prix éditeur : 24 euros



Face à la crise, de plus en plus de consommateurs s'organisent pour dénicher les « bonnes affaires » et dépenser moins, et/ou mieux. Coupons de réduction, promotions, occasions, services lowcost, troc... rien n'est à négliger aux yeux du désormais célèbre « consommateur malin ». Mais à y regarder d'un peu plus près, qui se cache derrière cette fameuse étiquette ? Cet ouvrage est le premier tome d'un projet de publication centré sur la figure du « consommateur malin ».

Il questionne plus particulièrement les dispositifs mis en place par les acteurs du marché pour capter et orienter les clients « malins ». Il prolonge la réflexion autour d'une série de « débordements malins » opérés par des consommateurs engagés et/ou sous contraintes, mettant ainsi en lumière la malléabilité des cadres imposés par le marché. Les contributions de cet ouvrage collectif s'appuient sur différentes enquêtes de terrain et privilégient un regard interdisciplinaire alliant sociologie, ethnologie et sciences de gestion.

Fabrice Clochard et Dominique Desjeux ont coordonné cet ouvrage collectif et pluridisciplinaire auquel ont contribué les auteurs suivants : Olivier Badot, Laetitia Bellagamba, Pascal Benvenuti, Fabrice Clochard, Dominique Desjeux, Renaud Garcia-Bardidia, Zoé Grange, Quidora Morales La Mura, Jean-Philippe Nau, Sophie Némoz, Jeanne Piedallu, Eric Rémy et Jean-Baptiste Welté. Le projet a bénéficié du soutien du Centre Culinaire Contemporain.

Visitez notre site internet et commandez en ligne : <http://www.editions-harmattan.fr>

Vous pouvez aussi commander cet ouvrage chez votre libraire habituel

Table des matières

Présentation des auteurs

Préambule

Introduction

Par Dominique Desjeux et Fabrice Clochard

PREMIERE PARTIE

Le cadrage du client

Chapitre 1. Wal-mart : une rhétorique de l'infra-ordinaire

Par Olivier Badot

Chapitre 2. Décathlon, une captation par la narration : un conte sportif sous un pragmatisme commercial

Par Jean-Baptiste Welté

Chapitre 3. Contribuer à modéliser la figure du consommateur malin : le rôle des organisations de consommateurs

Par Quidora Morales La Mura

Chapitre 4. Quand le consommateur malin fait faux bond aux politiques d'économie d'énergie : repenser les rebondissements d'une modernisation écologique de la société de consommation

Par Sophie Némoz

Chapitre 5. La montée du poids des contraintes macro-sociales qui pèsent sur le consommateur malin : le chassé-croisé des classes moyennes mondiales

Par Dominique Desjeux

DEUXIEME PARTIE

Les marges de manœuvre du consommateur

Chapitre 6. Les biffins et le temps des c(e)prises : production et négociation d'un espace pour la consommation maline

Par Zoé Grange

Chapitre 7. La pratique de récupération d'objets mis au rebut dans l'espace public

Par Laetitia Bellagamba

Chapitre 8. Glanage urbain : sociologie d'une consommation non-marchande

Par Jeanne Piedallu

Chapitre 9. L'achat malin du « petit bourgeois » en magasin populaire : une analyse d'une situation d'hétéroshoppie

Par Eric Rémy

Chapitre 10. Consommer la culture légitime à moindre coût : entre intériorisation de la contrainte objective et réappropriation privée

Par Pascal Benvenuti

Chapitre 11. Être malin contre le marché ? Le cas du téléchargement illégal d'œuvres culturelles

Par Renaud Garcia-Bardidia, Jean-Philippe Nauet Eric Rémy

A retourner à L'HARMATTAN, 7 rue de l'Ecole Polytechnique 75005 Paris

Veillez me faire parvenir exemplaire(s) du livre

LE CONSOMMATEUR MALIN

Tome 1

au prix unitaire de **24€** + **3€** de frais de port, + 0,80€ de frais de port par ouvrage supplémentaire, soit un total de €.

NOM :

ADRESSE :

Ci-joint un chèque de €.

- en euros sur chèques domiciliés sur banque française.

- par virement en euros sur notre CCP 20041 00001 2362544 N 020 11 Paris

- par carte bancaire Visa N°..... date d'expiration...../...../...../ et le numéro CVx2 (les 3 derniers chiffres au dos de votre carte, à gauche de votre signature) :.....
