

Table des matières

Avant-propos	1
Introduction. La société dite de consommation	3
Chapitre 1. Comprendre le monde économique	27
1.1. Une société de consommation poussée.	27
1.1.1. Un système économique bancal	27
1.1.2. Un choc économique pour les consommateurs ?	29
1.1.3. Faire ce qui se vend pour vendre	29
1.1.4. La société de production	29
1.1.5. La marchandisation du monde, la finance.	30
1.1.6. La globalisation	31
1.1.7. Le PIB : l'instrument de mesure n'est plus le bon	33
1.2. La démarche économique et politique	35
1.2.1. L'acte de consommation	35
1.2.1.1. Le rôle des consommateurs	37
1.2.2. L'acte d'achat	38
1.2.3. L'acte économique	38
1.2.4. L'acte politique	39
1.2.5. L'écoblanchiment	39
1.2.6. Fais-toi plaisir à l'achat	40
1.2.6.1. Le sur-mesure	41
1.2.6.2. La customisation	41
1.2.6.3. Les séries limitées en exclusivité	41
1.2.6.4. La coproduction	41
1.2.7. Les théories économiques	41

1.2.8. Les modes de consommation	43
1.2.9. L'offre et la demande.	45
1.2.10. Le pouvoir d'achat	46
1.3. Le développement souhaitable	46

Chapitre 2. Démarche culturelle. 51

2.1. Des faits culturels	51
2.1.1. La culture du choix	51
2.1.2. Les choix culturels	51
2.1.3. La diversité culturelle	52
2.1.4. Les objets signes, l'ostentatoire.	53
2.1.4.1. La consommation ostentatoire	53
2.1.4.2. Les objets sentimentaux	54
2.1.5. Les pensées de groupe, la mode, les preuves sociales.	55
2.1.6. La socioculture	57
2.1.7. Les tendances et comportements	57
2.2. Le désir des produits	58
2.3. La société des images et du virtuel	61
2.3.1. La société des images	61
2.3.2. La société du virtuel	62
2.4. Les qualités de vie	63
2.4.1. Le mieux-être avec les produits.	63
2.4.1.1. Les objectifs du bien-être	63
2.4.1.2. Qu'est-ce que la qualité de vie ?	63
2.4.1.3. Les facteurs de qualité de vie.	64
2.4.1.4. Les objectifs de la qualité de vie	64
2.4.1.5. La dégradation de la qualité de vie	64
2.4.1.6. Les bons produits.	65
2.4.1.7. Les préoccupations politiques	66
2.4.1.8. La publicité	66
2.4.1.9. La société de consommation, la société économique	66
2.4.2. Les modes de vie	69
2.4.2.1. L'exemple de modes de vie pour l'utilisation du réfrigérateur	70
2.4.3. Les styles de vie.	71
2.4.4. Le niveau de vie.	72
2.4.5. La surconsommation	73

Chapitre 3. Quelle information pour bien choisir ?	77
3.1. Les choix des produits	77
3.1.1. La problématique du choix	77
3.1.2. Le processus de choix	79
3.1.3. L’embarras du choix	81
3.2. Qu’est-ce que l’usage ?	84
3.2.1. La problématique de l’usage	84
3.2.2. Le domaine de l’usage	85
3.2.2.1. Pour une science de l’usage.	85
3.2.2.2. Une analyse fonctionnelle de l’objet usuel.	88
3.2.2.3. Les usagers-opérateurs	89
3.2.2.4. Les usagers-bénéficiaires	90
3.2.2.5. Les usagers-consommateurs	91
3.2.2.6. Les usagers contre-bénéficiaires	91
3.2.2.7. Les usagers réels	92
3.3. L’indispensable : les qualités d’usage et d’environnement	92
3.3.1. Les qualités d’usage	92
3.3.1.1. Les accidents de la vie courante	93
3.3.1.2. Les personnes âgées	93
3.3.2. Les qualités de l’environnement	94
3.3.2.1. L’économie de l’environnement	95
3.3.2.2. Les efforts environnementaux, une affaire de riches ?	95
3.4. Évaluer les exigences et les performances d’usage pour le choix	98
3.4.1. L’analyse d’usage, les critères d’évaluation	98
3.4.1.1. Pourquoi mener une enquête sur les moyens de dépoussiérage : exemple.	99
3.4.2. Comment évaluer les qualités d’usage.	100
3.4.2.1. Les méthodes de tests d’usage et les résultats de tests	101
3.4.2.2. La valeur d’usage.	106
3.4.2.3. La valeur d’usage de 15 appareils	106
3.4.3. Le prix et le coût d’usage	109
3.4.4. La convenance usuelle	110
3.4.4.1. La diversité des cas d’usage	110
3.4.4.2. La fonction essentielle d’usage.	110
3.4.4.3. Les facteurs liés aux usagers	111
3.4.4.4. Les facteurs liés aux éléments du système utilisé	112
3.4.4.5. Les facteurs liés à l’environnement d’utilisation	113
3.4.4.6. Les facteurs liés aux appareils (fer à vapeur)	113
3.5. Les propositions d’informations sur les produits	114
3.5.1. Les conditions et exigences de l’information sur les produits	114

3.5.2. La proposition de systèmes d'information sur les produits : cas des moyens de dépoussiérage	116
3.5.2.1. Le niveau d'information 1 : pour une information uniquement descriptive	116
3.5.2.2. Le niveau d'information 2 : pour une information sur l'aptitude fonctionnelle et la sécurité	119
3.5.2.3. Le niveau d'information 3 : pour une information approfondie sur l'usage des articles	120
3.5.2.4. Le niveau d'information 4 : pour une information personnalisée	124
3.5.3. Les informations dans les notices d'utilisation	124
3.5.4. Les propositions pour les distributeurs et les grands acheteurs	125
3.5.5. Les systèmes d'information pour usagers	127
3.5.5.1. Les bases de données	127
3.5.6. L'aide à la sélection de produits : typologies de produits	128
3.5.7. L'étude de cas : conception d'un système d'information sur les jouets	129
3.5.7.1. Les fiches d'information sur les jouets	129
3.5.7.2. Les principes et démarches adoptées	129
3.5.7.3. La fiche initiale d'information	130
3.5.7.4. Sur l'indication du prix des jouets et la solidité	132
3.5.7.5. Recommandations et faisabilité : point de vue méthodologique pour l'exemple du jouet	132
Conclusion. Propositions à l'État	135
Annexe 1. Fiche d'information sur les jouets	141
Annexe 2. Système d'information sur les produits : Centre de création industrielle (CCI)	145
Annexe 3. Les risques d'accidents domestiques liés aux produits et aux aménagements	147
Annexe 4. Les déficiences des usagers, risques et difficultés	163

Annexe 5. Exemple de fiche pour le choix d'un jouet	169
Annexe 6. Espace intérieur pour se doucher debout ou assis . . .	173
Annexe 7. Exemples d'informations d'usage sur les enceintes . .	175
Annexe 8. Étude des aspirateurs	179
Annexe 9. Façades d'appareil (cas)	187
Annexe 10. Douchette : recommandations	191
Bibliographie	197
Index	209
Sommaire de <i>L'embaras du choix des produits 1</i>	211