

## Avant-propos

Cet ouvrage est la poursuite d'un travail doctoral qui n'avait pas initialement vocation à être publié. Toutefois, à ma grande surprise, sur cette même période aucun ouvrage en France n'a été consacré à cette question spécifique de la spiritualité dans la consommation. Pourtant, cette question du spirituel occupe un espace croissant dans nos sociétés et l'arrivée brutale de la pandémie associée à la Covid-19 lui donne un éclairage supplémentaire. Lors d'une interview sur une grande radio française il y a quelques années, Serge Papin (ancien PDG de Système U, également à l'origine du manifeste *Osons Demain*), avait déclaré : « Nous ne ferons pas l'économie de la question du sens dans la consommation. » C'est bien à la lumière de ses propos que les lecteurs pourront aussi aborder ce livre. En effet, la spiritualité est l'une des portes d'accès à cette question du sens tant sur un plan individuel que collectif. De plus dans un contexte de crises majeures et de mutations ce n'est pas en regardant dans des directions qui sont toujours les mêmes que l'on va réinventer demain.

*Spiritualité et consommation* relèvera à la fois d'un état d'esprit et d'une démarche, nous pourrions pour cela convoquer les figures du plongeur et de l'alpiniste, notre objectif étant tout simplement de voir dedans et au-dessus...

La rédaction de cet ouvrage a pris trois années mais ce ne fut pas un exercice solitaire, bien au contraire, ce fut un véritable voyage en noble compagnie. J'ai voyagé dans les écrits des autres d'abord, puis voyagé à la rencontre de nos concitoyens sur les vastes terres de la consommation pour finalement, comme point de départ et d'arrivée, finir par voyager en moi ; mais le voyage en solitaire est condamné à l'échec s'il ne s'effectue pas en pleine humanité et j'aimerais remercier à ce sujet cinq personnes en particulier.

En premier lieu, je tiens à remercier le professeur Joël Brée sans qui toutes ces aventures humaines et intellectuelles n'auraient jamais pu avoir lieu. Il a fait du

laboratoire de recherche dans lequel nous avons la chance d'évoluer un espace passionnant et ouvert.

Je souhaite aussi remercier vivement la professeure Sandra Camus de l'université d'Angers, qui a osé avec moi il y a déjà dix ans partir à la découverte de ces terres où spiritualité et consommation commençaient une aventure commune. Ces terres que nous découvriions étaient alors en friche et peu en sciences de gestion osaient s'y aventurer. Le travail de terrain que nous avons accompli alors ensemble pour tenter de comprendre ces nouveaux phénomènes fut la source d'une joie constante. Sa finesse d'analyse et son enthousiasme permanent ont permis de toujours dépasser les difficultés et c'est avec un plaisir renouvelé que nous avons collaboré ensemble sur le chapitre 9 de cet ouvrage.

Je poursuivrai ces remerciements en louant le patient travail de relecture du docteur HDR Alexandre Eyriès. Homme de lettres, de culture et de rugby, le cumul de ces trois qualités a fait de lui un relecteur idéal. Nous savons lui et moi que nos trajectoires vont se rejoindre à nouveau pour notre plus grand plaisir car nous avons encore beaucoup à accomplir ensemble.

Comment ne pas remercier aussi le professeur Olivier Badot de l'ESCP Business School et de l'IAE de Caen ? S'il fut d'abord mon directeur de thèse, il est aussi depuis de nombreuses années un ami bienveillant et exigeant, toujours présent dans les inévitables moments de doute et notamment dans cet exercice au long cours qu'est la rédaction d'un livre. Nous connaissons tous ses remarquables qualités intellectuelles mais trop peu l'authentique humaniste qu'il est ; que ces quelques mots puissent être aussi une manière de le remercier pour ce chemin professionnel et d'amitié que nous partageons ensemble depuis plus de quinze ans.

Je souhaite également exprimer mes remerciements au professeur Pascal Lardellier de l'université de Dijon. Sans lui, ce projet littéraire n'aurait jamais vu le jour ; ses conseils, sa vision des écrits mais aussi des auteurs ont fait de lui un conseiller plus que précieux.

Je terminerai avec bien évidemment des pensées profondes pour mes proches. Mes enfants sont immergés depuis maintenant longtemps dans une vie constituée de livres, de chercheurs, de visites de points de vente dans de nombreuses villes en France et dans le monde et avec un seul fil rouge qui a relié tous ces points : la spiritualité. Je sais que ce merveilleux sujet éclairera aussi leurs chemins respectifs le moment venu. Un remerciement tout spécifique à Guillaume qui fut un précieux assistant-documentaliste. C'est à ma conjointe que j'adresserai ces derniers mots de remerciements, pour qu'elle sache combien elle représente une source permanente et heureuse d'inspiration.

Je souhaite enfin aux lecteurs, qui pourront se placer dans l'état d'esprit d'un pèlerin sur les chemins de Saint-Jacques, de trouver dans cet ouvrage non seulement des éléments d'information, de réflexion et d'analyse mais surtout d'avoir envie – qu'ils soient chercheurs, décideurs, spécialistes du marketing ou consommateurs – une fois la dernière page refermée, de contribuer à changer la consommation de demain.

« Ne plus se contenter d'écouter ce qui est dit, mais bien entendre l'indicible. » (Maffesoli 2016, p. 31)

« La destinée de notre planète ne repose ni sur le déni de l'esprit, ni sur le déni du matérialisme mais sur une synthèse de l'esprit et de la matière qui doit nous conduire à une spiritualisation de la vie matérielle de l'homme. » (Aurobindo 1972)

## Introduction

Traiter de la place de la spiritualité dans la consommation peut sembler à première vue relever d'un oxymore tant nous avons là deux dimensions qui par nature sont à l'opposé l'une de l'autre.

L'idée même de spiritualité induit une nébuleuse de concepts qui appellent de nécessaires clarifications définitionnelles. En effet, la spiritualité, dans un contexte essentiellement religieux, se situe dans une relation de proximité-contiguïté avec le **sacré** qu'Henri Meschonnic (2016) définit comme « le mythe de l'union originelle entre les mots et les choses, entre les hommes et les animaux, entre les hommes et la nature ».

Pour le Centre national de ressources textuelles et linguistiques (CNRTL), le sacré est ce qui « appartient à un domaine séparé, inviolable, privilégié par son contact avec la divinité et inspirant crainte et respect ». Cela désigne aussi ce qui est « relatif à des choses ou à des personnes sacrées, [...] relatif au culte, à la liturgie [...] auquel on doit un respect absolu »<sup>1</sup>.

L'historien des religions et mythologue roumain Mircea Eliade donne, quant à lui, au début de son célèbre ouvrage intitulé *Le sacré et le profane*, une définition contrastive et extrêmement simple du sacré : « La première définition que l'on puisse donner du sacré, c'est qu'il s'oppose au profane » (Eliade 1965, p. 14).

Après le sacré, intéressons-nous au **divin** et au **croire**. Henri Meschonnic (2016) propose une perception du divin : « Le divin est la transcendance absolue par rapport à l'humain. » Le rapport de l'homme au divin relève de ce que l'intellectuel inclassable Michel de Certeau appelait joliment « la faiblesse de croire » dans un ouvrage éponyme paru en 1987 : « Comme si, d'avoir épié les signes de ce qui nous

---

1. [www.cnrtl.fr/definition/sacré](http://www.cnrtl.fr/definition/sacré).

manquait, naissait peu à peu la grâce d'être atteint par ce qui s'y indiquait de plus fragile et de plus fondamental. [...] On ne choisit pas d'être croyant. C'est un vouloir qui traverse les options et dont elles ne sont que des symptômes » (de Certeau 1987, p. 293-295). Il s'est beaucoup intéressé à ce qu'il appelait « les institutions du croire » et auxquelles il a consacré de très belles pages dans le premier tome de *L'invention du quotidien : arts de faire* (1990). Il en a donné la définition suivante : « J'entends par "croyance" non l'objet du croire (un dogme, un programme, etc.), mais l'investissement des sujets dans une proposition, l'acte de l'énoncer en la tenant pour vraie – autrement dit, une modalité de l'affirmation et non pas son contenu » (de Certeau 1990, p. 260). Le divin, par essence séparé du sacré, encourage, favorise et rend possibles toutes les formes de croyances ferventes et passionnées, non rationnelles, en une divinité pourtant invisible, inconnaissable et inaccessible par essence. C'est ce qu'observe finement l'anthropologue belge Albert Piette (2012, p. 2) : « Ce qui caractérise la croyance religieuse (contrairement à l'émotion du théâtre et au cinéma) est le maintien au-delà du rituel de cette tension entre "ce n'est pas la réalité" et "ce n'est pas de la fiction". La croyance, ce n'est pas d'abord avoir peur au cinéma, ce n'est pas parler de Dieu dans un cours de théologie ou de sociologie, ce n'est pas uniquement jouer le jeu pendant une cérémonie, c'est surtout associer, en dehors de celle-ci, la divinité à un statut non fictionnel. » C'est cette croyance en une non-fictionnalité du divin (ou de la divinité) qu'il me semble absolument fondamental de souligner et de donner à voir, en même temps qu'il convient de procéder à une distinction radicale du divin et du sacré pour que les deux termes cessent d'être pris l'un pour l'autre.

Un autre terme qu'il s'agit de définir et de distinguer par rapport aux deux précédents : le **religieux**. Le religieux n'est pas réductible au divin même s'il y a fréquemment une confusion entre ces deux concepts. Comme l'écrit l'auteur de l'ouvrage *Le sacré, le divin, le religieux* (Meschonnic 2016, p. 21), « le religieux – ou la religion – est la socialisation, l'institutionnalisation, l'appropriation, la captation, la gestion du divin. Le gestionnaire du divin. Le culte. Le cultuel et le culturel du divin. Mais le gestionnaire du divin s'identifie au divin, à force de se l'approprier, et de le gérer. Et comme sa gestion est sociale, elle est politique. Le religieux est le théologico-politique ». Toujours selon le CNRTL, le religieux désigne ce « qui est relatif, qui appartient à la religion ou à une religion [...], qui relève d'une institution religieuse, d'un pouvoir religieux [...], qui répond aux exigences de la religion par des sentiments, des pratiques de piété ; qui a ou qui manifeste le sens du divin, du sacré [...], qui est empreint d'esprit religieux [...], qui semble inspiré par des sentiments religieux ou qui est propre à en inspirer »<sup>2</sup>. Le dictionnaire *Larousse* en ligne abonde largement dans le sens de cette première série de définitions en présentant

---

2. [www.cnrtl.fr/lexicographie/religieux](http://www.cnrtl.fr/lexicographie/religieux).

le religieux comme étant ce « qui appartient à la religion, à une religion [...], qui appartient à un ordre dont les membres se consacrent à la religion [...], qui est fait selon les rites de la religion, [...] qui pratique sa religion avec piété et foi, qui est tourné vers la vie spirituelle et contemplative »<sup>3</sup>.

Dernier terme à définir : la **spiritualité**. Dans les représentations les plus communément admises, elle agrège et rassemble des emblèmes du sacré, des représentations du divin et des imaginaires du religieux. À l'inverse du « religieux » qui naît de l'humanisme, le « spirituel » est vécu comme un don qui vient d'un(e) autre, de cet Autre que les deux Testaments appelleront l'Esprit. Mais la tradition des deux Testaments, puis des christianismes, ainsi que des deux autres religions monothéistes et révélées (que sont le Judaïsme et l'Islam) n'a pas le monopole du « spirituel », tant s'en faut.

Si la spiritualité a longtemps été circonscrite au cadastre religieux, elle s'en est progressivement émancipée et, à partir de la seconde moitié du XX<sup>e</sup> siècle, on a vu émerger des spiritualités syncrétiques et non religieuses. Des approches spirituelles non religieuses ont ainsi vu le jour, avec le *New Age*, l'adoption par l'Occident des pratiques orientales, souvent dissociées de la religion qui les contenait, et les psychospiritualités : « Au tournant des années 1960-1970 aux États-Unis, quelques années plus tard en Europe, sont apparus à la fois de nouveaux courants au sein des grandes Églises, et une multitude de nouveaux groupes ou réseaux religieux ou “spirituels”. Parmi ceux-ci, les groupes d'origine orientale ou plus “exotiques” (chamaniques par exemple) ont été nombreux » (Champion 2004, p. 62).

Comme l'écrit l'anthropologue Claude Rivière dans un chapitre d'ouvrage intitulé « Religions et sociétés » (Rivière 2004, p. 207-208), ces nouvelles spiritualités s'imposent principalement par « la primauté accordée à l'expérience personnelle et à la voie spirituelle de chacun [...] l'inclusion de la santé (thérapie, guérison) et du bonheur ici-bas dans la visée de salut [...] une conception moniste du monde sans séparation du naturel (écologisme) et du surnaturel, de la science, de la religion et des pratiques magiques populaires ou ésotériques ». La sociologue des religions Françoise Champion, dans un article des plus stimulants (Champion 2004, p. 62), voit derrière cette efflorescence de pratiques spirituelles totalement affranchies de la religiosité une véritable « nébuleuse mystico-ésotérique » dont la première des caractéristiques « soubassement de toutes les autres croyances, est ainsi la croyance en la souveraineté de l'expérience personnelle. Le second trait est la “voie de réalisation par un autoperfectionnement de type mystique” : c'est là une caractéristique fondamentale, en ce sens que n'appartiennent à la nébuleuse mystique-ésotérique que des “pratiquants” engagés dans un travail de transformation d'eux-mêmes avec l'idée de

3. [www.larousse.fr/dictionnaires/francais/religieux/67901](http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/religieux/67901).

leur responsabilité personnelle ». Elle précise en outre que « tout ce qui s'apparente à des grâces, des miracles, des guérisons par la grâce ou la puissance d'un tiers » ne peut être porté au crédit de ces nouvelles spiritualités mystico-ésotériques car elles sont toutes sans exception organisées autour de l'individu, de la personne au centre du processus d'accomplissement spirituel : « L'autoperfectionnement et la réalisation visés concernent avant tout l'ici-bas. [...] Les autres caractéristiques définissant l'idéal-type sont un optimisme certain (notamment quant à la possibilité pour l'homme de se transformer et de transformer le monde), une éthique d'amour autosuffisante, un fonctionnement des réseaux au charisme et à l'affinité entre les membres, et enfin la croyance en des "réalités non ordinaires". »

Les spiritualités émergentes répondent à un objectif principal ainsi que le souligne Claude Rivière (2004, p. 209) : « Se rattacher avec ferveur à l'autre, au sens large du terme, que ce soit à Dieu (pour une connexion verticale, Ellison, 1983), à un proche, aux morts, à la nature ou à une cause (pour une connexion horizontale). » Cette nécessité de connexion, de reliance est caractéristique des nouvelles spiritualités ayant fleuri après la Seconde Guerre mondiale. Au premier rang de ces spiritualités inédites, figurent les mouvements rassemblés sous la mouvance *New Age* qui se rapportent à un ensemble d'idées et de pratiques diverses – communion avec des guides extraterrestres, néochamanisme, « développement personnel », etc., qui participent au courant d'éveil « spirituel » (non confessionnel) occidental des XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles. Centrées sur des procédés d'initiation et de guérison, ces pratiques postulent un lien étroit entre l'accomplissement individuel et les possibilités d'avancement et d'amélioration (de perfectionnement ?) du monde.

Pour la sociologue Marie-Jeanne Ferreux (2001), dans le mouvement nord-américain du *New Age*, « l'objectif est simple : "Se transformer soi-même pour transformer le monde." Le discours a une visée politique et devient idéologique, c'est-à-dire un discours de légitimation qui fait appel à un fondement tenu pour incontestable et hors de portée de vérification (Dieu, loi cosmique, nécessité historique). [...] La stratégie idéologique du *New Age* est de montrer que rien ne va plus et que lui seul possède la solution à cette situation ». Le *New Age*, fort de sa vision du monde somme toute assez engagée, défend l'idée d'une spiritualité militante mais non encartée, ainsi que l'observe et le confirme l'anthropologue Michèle Fellous dans son ouvrage intitulé *À la recherche de nouveaux rites. Rites de passage et modernité avancée*, paru en 2001 : « Les adeptes des nouveaux rites américains [...] se disent non militants. [...] Ils ne sont pas politiques au sens usuel du mot qui impliquerait un vote, une campagne ou l'affiliation à un parti. [...] Leur attitude face au monde s'enracine dans un profond individualisme, qui leur fait rejeter toute affiliation à un groupement communautaire ou sectaire, allié à un culte de la nature et de la vie sous toutes ses formes » (Fellous 2001, p. 141).

C'est cet ensemble de pratiques que le philosophe Francis Guibal appelle la « spiritualité laïque » dans un article paru dans la revue *Études* (2007, p. 202) : il s'agit d'une « "spiritualité sans Dieu", qui se défend de toute référence à un Esprit divin, infini et éternel, tout-puissant et tout-aimant » en réagissant à un livre d'André Comte-Sponville (*L'esprit de l'athéisme. Introduction à une spiritualité sans Dieu*, 2006). Francis Guibal noue également dans son article un dialogue avec la pensée de Luc Ferry (et notamment avec son livre co-écrit avec Marcel Gauchet intitulé *Le Religieux après la religion*, 2004) autour de cette « spiritualité désormais résolument laïque [...] dont il reprend le double mouvement le plus intérieur : humanisation du divin et divinisation de l'humain » (Guibal 2007, p. 208). Mais dans la spiritualité laïque, c'est l'homme seul qui est maintenant le point de départ et le sujet effectif de tout ce processus, un homme aux prises avec un monde aux repères mouvants et des injonctions contradictoires de toutes sortes (réussite individuelle ou collective, performance économique, croissance, développement durable, bien-être, bonheur, accomplissement personnel, etc.). Entre syncrétisme, bricolage (à la Claude Lévi-Strauss) et braconnage (à la Michel de Certeau), reprises, détournements, appropriations et ajustements, les nouvelles spiritualités du xx<sup>e</sup> siècle font preuve de pragmatisme et d'adaptabilité à des contextes culturel, politique et économique variés. Les univers marchands (entreprise, publicité, marketing) ont été progressivement gagnés et envahis par cette efflorescence de tendances et de courants spirituels non religieux (néopaganisme, néochamanisme, spiritualité laïque, etc.) à laquelle ils ont réservé dans l'ensemble un très bon accueil.

À présent que ces éclaircissements définitionnels sont effectués, nous voulons réaffirmer avec force que c'est bien le caractère ontologique de ce paradoxe qui rend particulièrement stimulant le travail de recherche qui constitue le cœur vibrant de cet ouvrage. Car, dans nos sociétés occidentales modernes décrites comme individualistes, égoïstes et égotistes, matérialistes, triviales au sens que lui a donné Yves Jeanneret<sup>4</sup>, nous constatons notamment en Europe un retour significatif du spirituel non religieux et non confessionnel. Mais il convient de remarquer que cet élan spirituel d'un nouveau genre ne prend pas l'apparence des religions institutionnalisées comme c'est le cas sur le continent nord ou sud-américain. Ces spiritualités d'un genre nouveau usent souvent de rites plus souvent fabriqués, comme le remarque à juste titre Thierry Goguel d'Allondans avec un ouvrage consacré en 2010 à la relecture de l'œuvre d'Arnold Van Gennep : « Même si la modernité laisse apparaître la recherche et l'expression d'effervescences de groupe, c'est bien plutôt le primat de l'individu non exempt du primat de la mémoire, qui affleure dans ces formes si diverses de

---

4. Yves Jeanneret (2014, p. 20) définit la « trivialité » comme ce qui se joue dans « la nature des processus de communication qui permettent aux savoirs et aux valeurs de la culture de gagner divers espaces sociaux : un complexe que je nomme la vie triviale des êtres culturels ».



bricolages individuels, de syncrétismes religieux, de rites intimes de contrebande, comme aime à les nommer David Le Breton, ou des rites dont s'autorise l'individu à défaut d'officiants, selon Denis Jeffrey » (Goguel d'Allondans 2010, p. 57).

Pour mieux cerner le sujet tout à la fois riche et complexe de notre ouvrage, nous nous poserons trois grands types de questions correspondant à une nécessité de procéder par cercles concentriques et approfondissements successifs, dans une dynamique allant de la définition de l'objet de recherche à la formulation d'un manifeste en faveur d'une consommation plus spirituelle alliant contraintes économiques et quête de sens :

– qu'est-ce que la spiritualité (quelles en sont les principales caractéristiques ?) dans la consommation, ses définitions (et les principaux courants théoriques qui en traitent), ses manifestations, les attentes, les comportements, les expériences, les attitudes, les habitudes (les *habitus* au sens de Pierre Bourdieu), les goûts et les pratiques des clients/acheteurs/consommateurs ?

– de quelle manière le marketing est venu conquérir/coloniser/envahir/phagocyter/instrumentaliser la spiritualité ? Qu'a-t-il eu à gagner dans ce processus de récupération et d'appropriation ? Est-ce un prétexte fallacieux, une simple récupération à visée triviale ou au contraire un processus gagnant-gagnant (ou *win-win*) pour toutes les parties prenantes de ce phénomène ?

– comment répondre à l'attente des consommateurs en proposant un marketing expérientiel refondé dans lequel la spiritualité va éclairer la matière et donner un supplément de sens et d'âme aux pratiques de consommation des individus comme des communautés dans des secteurs d'activité très variés : alimentaire, cosmétique, bien-être, jardinerie, pépinières, hôtellerie et restauration, informatique et nouvelles technologies numériques et prêt-à-porter, etc., tout un ensemble de pratiques qui demeurent somme toute relativement vulgaires, matérialistes, instrumentales mais dans lesquelles de plus en plus de clients vont faire leurs courses et réaliser des achats pour trouver les moyens de répondre à leur aspiration profonde de transformation d'eux-mêmes ?

La première partie de notre ouvrage va s'ouvrir sur un chapitre inaugural par un rappel historique afin de comprendre le contexte et l'évolution de la spiritualité en France et en Europe depuis les trente dernières années. Ensuite, une revue de la littérature académique en sciences de gestion et du management et plus largement en sciences humaines et sociales aura pour objectif de saisir et de donner corps au concept de spiritualité (en faisant alterner références théoriques et études de cas, exemples concrets et réflexions de surplomb). Ce travail sera des plus nécessaires car cette notion qui vient initialement du terrain de la théologie et de la philosophie peut s'avérer d'un maniement délicat si nous ne prenons pas le pari d'un éclaircissement

et d'un approfondissement définitionnel par cercles concentriques de plus en plus restreints et par une approche en entonnoir du général au particulier.

Cette approche consistant à proposer des définitions et la présentation de concepts incontournables pour ce type de recherche ancrée dans un univers somme toute particulier (celui d'une spiritualité plongée dans une réalité marchande et matérielle) est une étape incontournable que nous prolongerons aussi dans le chapitre 3 pour envisager ultérieurement de réfléchir à la création d'un cadre d'analyse plus théorique à la fois explicatif et interprétatif qui pourra ainsi sous-tendre l'exploration de la spiritualité dans la consommation. À travers les chapitres 2 et 4, nous allons situer la spiritualité dans le cadre de la consommation en cherchant à comprendre la nature des liens qui existent entre le spirituel et l'univers de la consommation. Nous commencerons par définir le cadre structurant de ce travail qui oscille entre la postmodernité (que Jean-François Lyotard (1979, p. 7) définit comme « l'état de la culture après les transformations qui ont affecté les règles des jeux de la science, de la littérature et des arts à partir de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle ») et l'hypermodernité (que Sébastien Charles (2005-2006, p. 4) définit comme une « modernité dépourvue de toute illusion et de tout concurrent, [...] c'est-à-dire une modernité radicale caractérisée par l'exacerbation et l'intensification de la logique moderne au sein de laquelle les droits de l'homme et la démocratie sont devenus des valeurs incontournables, [où] le marché s'est développé de manière exponentielle, jusqu'à envahir toutes les sphères de l'existence, et [où] la biotechnologie a remis en question la notion même d'humanité »). Ce cadre théorique souple souligne le climat émotionnel, la sensibilité environnementale et le sentiment d'incertitude qui caractérisent l'homme postmoderne. À ces dimensions, il est également possible d'ajouter l'amplification du rapport à soi, caractéristique de l'hypermodernité, ces éléments représentant sans doute un terreau fertile pour le développement du spirituel. À cela s'ajoutent les travaux réalisés en comportement du consommateur aussi bien sur le plan de l'attachement au matériel que sur celui du développement du sacré qui incarne également les deux facettes d'une tension que l'on peut observer dans la consommation au sens très large, qu'il s'agisse de produits alimentaires, de haute technologie, d'immobilier, de banque, d'assurance, de finance, de cosmétique, de parfumerie ou de prêt-à-porter. Au-delà de cette tension dyadique structurante, nous pouvons aussi constater l'amplification de divers mouvements de consommation comme la consommation verte (écoresponsable) ou la décroissance, les circuits courts, le locavorisme, les labels bio et les labels monastiques ainsi que la consommation durable et antigaspillage.

On peut ainsi facilement imaginer que ces tendances consuméristes émergentes ont des relations importantes de proximité, de tangence, de familiarité et de contiguïté avec le champ de la spiritualité hors de tout ancrage religieux et bien évidemment en dehors de toute tradition confessionnelle ou liturgique.

Nous nous demanderons après ces premières analyses quelles peuvent être la nature réelle et la véritable valeur ajoutée de cette intersection fructueuse entre la spiritualité et la consommation. Le double terrain des valeurs et du marketing expérientiel va apporter au cours du chapitre 5 des perspectives profondes, plurielles et fécondes en cherchant à comprendre par l'intermédiaire de quel processus et selon quelles modalités le consommateur souhaite être emmené, transporté, dépaycé et enchanté au travers de l'expérience vécue, que ce soit au travers du produit lui-même ou par le biais d'une activité pratique et fonctionnelle mais hautement symbolique réalisée dans le magasin ou dans tout autre type d'enseigne à vocation marchande.

Le chapitre 6 nous permettra d'aller vers d'autres rives notamment en observant et en analysant les proximités qui existent entre les crises environnementales et sanitaires, cette tentation croissante de la décroissance et de la spiritualité.

Les chapitres 7 et 8 constitueront la deuxième partie de cet ouvrage et seront eux consacrés à un véritable voyage immersif auprès des consommateurs. Nous découvrirons alors ce que représentent pour eux la spiritualité et l'expérience spirituelle mais surtout nous replacerons ces deux éléments clés dans le contexte de la consommation et des points de vente en nous intéressant à deux types de situations en particulier : les consommateurs fréquentant les enseignes de produits alimentaires biologiques et ceux qui fréquentent les magasins monastiques.

La troisième partie de l'ouvrage, que nous avons nommée « La refondation », va nous amener dans le cadre du chapitre 9 à une modélisation de la spiritualité dans la consommation partant tout à la fois des analyses et réflexions conduites dans les six premiers chapitres et s'appuyant également sur les nombreux entretiens que nous avons conduits avec les consommateurs et restitués dans la deuxième partie.

Les chapitres 10 à 12 nous conduiront progressivement à une conversion du regard sur la consommation à la lumière de cette arrivée progressive mais incontournable du spirituel dans ce même espace. Le chapitre 10 nous permettra ainsi de nous plonger dans ces nouvelles sacralités contemporaines qui structurent de plus en plus la consommation, les chapitres 11 et 12 nous inviterons à dépasser l'horizontalité consummatrice dans laquelle nous sommes immergés pour tenter de réintroduire une salvatrice verticalité.