

1. Record Nr.	UNINA9910132708703321
Autore	Meynaud Jean
Titolo	Les consommateurs et le pouvoir / / Jean Meynaud
Pubbl/distr/stampa	Chicoutimi : , : J.-M. Tremblay, , 2011
ISBN	1-4123-7230-5
Descrizione fisica	1 online resource
Collana	Classiques des sciences sociales ; ; 4394
Disciplina	334.5
Soggetti	Consumer cooperatives
Lingua di pubblicazione	Francese
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	<p>INTRODUCTION -- TITRE I : MOBILES DE L'INTERVENTION -- Chap. Ier : Situation generale des consommateurs -- I. Changements dans la structure de la consommation -- II. Permanence de l'unite de consommation -- III. Renouvellement des methodes du commerce -- IV. Intervention de la reclame -- V. Expansion du credit a la consommation -- Chap. II : Formes de l'exploitation des consommateurs -- I. Degradation de l'environnement -- II. Atteintes a la sante -- III. Exageration des prelevements monetaires -- IV. Speculation fonciere -- V. Deformations publicitaires -- VI. Commercialisation des loisirs -- VII. Accaparement de la clientele des jeunes -- Chap. III : Facteurs de redressement -- I. Education des consommateurs -- II. Initiatives des producteurs -- III. Intervention de la puissance publique -- Chap. IV : Dimensions de l'interet commun -- I. Les hommes en tant que consommateurs -- II. Les hommes en tant que producteurs -- III. Traits generaux de l'interet commun des consommateurs -- TITRE II : TABLEAU DES GROUPEMENTS -- Chap. V : Le mouvement cooperatif -- I. Ampleur du mouvement -- II. Mouvement cooperatif et defense des consommateurs -- III. Cooperation et politique -- IV. Liaisons internationales -- V. Autres modes de reduction du profit commercial -- Chap. VI Groupements a vocation generale -- I. Les premieres tentatives -- II. Centres d'impulsion -- 1. Syndicats ouvriers -- 2. Groupements familiaux -- 3. Associations feminines -- III. Typologie des groupes -- 1. Unions de consommateurs -- 2. Conseils de menageres -- 3. Organismes de regroupement et de contact -- 4. Conseils fondes par les autorites</p>

publiques -- 5. Liaisons internationales -- Chap. VII : Groupements a vocation specialisee -- I. Logement -- II. Sante -- 1. L'action des pouvoirs publics -- 2. Le role des groupements -- 3. L'intervention de la Securite Sociale -- III. Transports -- IV. Culture et loisirs -- V. Valeur de la notion d'usager -- Chap. VIII : Organismes au service des consommateurs -- I. Analyse de la consommation -- II. Etiquetage d'information -- III. Certification de qualite -- IV. Normalisation des produits -- V. Perfectionnement de l'economie menagere -- VI. Controle de la publicite -- VII. Preservation du cadre d'existence -- Chap. IX : Niveau et valeur de la propension au groupement -- I. La prise de conscience -- II. Facteurs d'orientation. -- 1. Elements d'inspiration -- 2. Champ couvert -- III. Force du mouvement -- TITRE III : DOMAINES D'ACTIVITE -- Chap. X : L'action sur le marche -- I. Les interventions dans l'ordre des prix -- 1. Reduction des prix -- 2. Information sur les prix. -- II. L'information sur la qualite -- 1. Incertitudes de la notion de qualite -- 2. Typologie des procedes d'information -- Role de l'etiquette, 328. Labels et notices de qualite, 331. Essais comparatifs, 336. Perfectionnement de l'information, 341. Diffusion de l'information, 348. -- Chap. XI Les pressions sur les autorites publiques -- I. Les interventions sur les centres publics de decision -- II. La representation des consommateurs -- 1. Expression des interets de la cooperation -- 2. Les consommateurs et l'administration consultative -- 3. Les consommateurs au Conseil Economique -- 4. Les consommateurs et les entreprises nationalisees -- 5. Le Comite National de la Consommation -- Chap. XII - Valeur de l'activite des groupements -- I. Esquisse d'un bilan -- II. Analyse de quelques essais de redressement -- 1. Grande-Bretagne : le rapport Molony -- 2. Etats-Unis : le message Kennedy -- III. Faiblesse de la participation des consommateurs -- IV. Formules d'engagement -- V. Limites a l'activite et a l'influence des groupes -- TITRE IV : L'EUROPE DES CONSOMMATEURS -- Chap. XIII : L'organisation des consommateurs dans le Marche Commun -- I. Composition du Comite de Contact -- 1. Cooperatives de consommation -- 2. Organisations syndicales -- 3. Union de consommateurs -- 4. Groupements familiaux -- 5. Structure du Comite de Contact -- II. Modes d'intervention du Comite, -- 1. Types de demarches -- 2. Rapports avec les organismes communautaires -- 3. Situation presente du Comite -- Chap. XIV : Les consommateurs et l'integration europeenne -- I. Portee generale du Traite de Rome pour les consommateurs -- II. Bilan global de l'experience -- III. Examen de quelques problemes specifiques -- 1. Legislation des denrees alimentaires -- 2. Reglementation des ententes -- 3. Politique agricole commune -- IV. Perspectives -- TITRE V : CONSOMMATION ET POLITIQUE -- Chap. XV : Quelques propos sur l'opulence -- I. Developpement de la production -- II. Pauvrete et inegalite dans les societes industrialisees -- III Gaspillages et privations dans les societes riches -- IV. Alienation des consommateurs dans les societes modernes -- Chap. XVI : Expose des projets de reforme -- I. L'economie collective -- II. La formule de l'economie distributive -- III. Fondements d'une intervention systematique -- 1. Couverture des besoins insatisfaits -- 2. Choix de priorites -- Evolution spontanee de la demande finale, 525. Evaluation raisonnee des besoins des consommateurs, 530. Perspectives sovietiques, 533. -- 3. Orientation de la consommation selon les priorites retenues -- Modifications dans la structure des revenus, 538. Inflechissement de certaines consommations, 540. Re-orientation de la production, 542. -- 4. Du marche a la planification -- IV. Esquisse d'un programme -- Chap. XVII : Le citoyen de l'opulence -- I. Consommation de masse et attitudes politiques -- 1. Abondance et

caractere national -- 2. Abondance et elimination des conflits -- 3.
Abondance et democratie -- 4. Abondance et mutation des regimes
europeens -- 5. Abondance et regimes communistes -- II.
Consommation de masse et destin du capitalisme -- 1. Portee des
transformations -- 2. Alienation et conscience de classe --
CONCLUSION -- BIBLIOGRAPHIE.
