

Gerard Hastings

L'hyperconsommation
nuit gravement
à la planète



Hygée



L'hyperconsommation nuit gravement à la planète / HASTINGS Gerard, RICHARD Laurence

HYGÉE ÉDITIONS, 214 p.

Cote : 366/HAS

Type : Ouvrage.

Mots clés : CONSOMMATION - SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION - PROFIT - MARKETING - OFFRE ET DEMANDE - PUBLICITÉ - BESOIN - ACHAT - CATASTROPHE ÉCOLOGIQUE - ENVIRONNEMENT - POLLUTION - IMPACT - DÉVELOPPEMENT DURABLE - ALTERNATIVE - MONDIALISATION - SURVEILLANCE - CAPITALISME - ÉCONOMIE

Le sort de notre planète est suspendu à une vérité économique des plus grossières : les profits dépendent toujours d'une demande supérieure à l'offre afin que le vendeur contrôle le marché et puisse protéger ses marges ; s'il y a plus de produits que nous n'en voulons, il s'agit alors d'un marché d'acheteurs, le vendeur n'a plus le contrôle et les profits baissent. Cet équilibre est crucial, et l'industrie du marketing dépense 550 milliards de dollars par an seulement en publicité afin que le marché reste profitable aux vendeurs. Les parrainages de célébrités, les emballages clinquants, les bonnes affaires alléchantes, les influenceurs, la disponibilité 24 heures/24 et 7 J/7 qui envahissent nos vies n'ont pour objet que de stimuler, voire de créer en nous desirs, besoins, lubies. Si les méga-profits sont au rendez-vous pour quelques-uns, les méga-désastres pour la planète sont là pour tout le monde, et les consciences citoyennes rejettent de plus en plus ce modèle ultracapitaliste pour prôner des alternatives émergentes de commerce et marketing responsables. (note de l'éditeur)