

No logo : la tyrannie des marques

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : No logo : la tyrannie des marques / Klein, Naomi

Est une traduction de : No logo

Auteur(s) : Klein, Naomi (1970-....)

Autre(s) responsabilité(s) : Saint-Germain, Michel (1951-....) (Traducteur)

Mention d'édition : Éd. augm.

Editeur, producteur : Montréal (Québec) : Leméac, Arles : Actes Sud, 2002
(imp. au Québec)

Description matérielle : 743 p. : ill. ; 18 cm

Collection : Babel 545

ISBN : 2-7609-2275-8
2-7427-3780-4

Appartient à la collection : Babel (Arles) 1140-3853 545

Titre conventionnel : [No logo, taking aim at the brand bullies. français.]

Classification décimale Dewey : 658.827 23

Note sur les bibliographies et les index : Index
Bibliogr. p. 721-723

Résumé ou extrait : Etat des lieux de la société de consommation, cet ouvrage analyse et dénonce les innombrables pratiques d'intrusion des marques au coeur de la vie quotidienne et expose les formes de résistance qui se mobilisent aujourd'hui pour combattre leur emprise prédatrice : la lutte anti-mondialisation, notamment avec les manifestations de Seattle et Prague.

Sujet(s) : publicité
mondialisation
mercatique
entreprise multinationale

consommation : économie

Sujet - Nom commun : Marques de commerce -- Sociologie

Produits de marque

Mondialisation