

La temporalité dans la consommation.

Le temps est un capital lors des courses lié sociologiquement au consommateur. Pressé sur internet comme dans les supermarché, le consommateur prend du plaisir dans la consommation traditionnelle sur la place du marché.

1/ LA CONSOMMATION DOIT RESPECTER LES 4 SAISONS.

Il faut suivre les cycles de l'agriculture. Il faut consommer les produits locaux pour limiter la production de carbone des transports.

2/ L'ACTE DE CONSOMMATION RESPONSABLE.

A/ Il faut une temporalité économique épicurienne.

En terme d'alimentation, la livraison de repas par les plateformes n'est pas éthique pour les livreurs. Elle détruit le système de lien de subordination du droit du travail.

On compte 1 milliard de colis en France, cet échange crée une pollution considérable en terme de transport ainsi que le coût carbone des cartons emballage.

La notion d'immédiateté avec le commerce en ligne crée une addiction de la réalisation du désir et non du besoin.

B/ L'immédiateté et la vitesse dans la consommation efface la réalisation du plaisir dans l'achat d'un bien ou d'un cadeau. L'objet acheté en ligne est consommé de manière instantanée et le temps d'attente de l'objet désiré donne de la valeur au désir de l'objet.

C/ La consommation immédiate liée à la nouvelle technologie crée une addiction neuro-économique. L'achat est consommé comme une drogue.

D/ Les importations de produits du monde entier accroît le coût carbone,

il faut consommer local-avec l'augmentation du prix énergie les transports ont un coût supérieur. Les produits importés passent un long temps en transit (bateau-avion-camion) - cela accroît le déficit commercial du pays.

3/ LES TEMPS DE CONSOMMATION.

A/ Le TEMPS DU MARCHE sur la place = consommation traditionnelle

B/ le PLEIN DE COURSE = le samedi après midi dans les grandes surfaces.

consommation de masse

FETES+THEATRE = NOEL-PAQUES-RENTREE-BLACK FRIDAY-FRENCH DAY

C/ INTERNET = consommation numérique

D/ Les SOLDES = période de frénésie pour acheter plus moins cher !!

E/ SOCIOLOGIQUE = on consomme du temps de vie dans la consommation.

F/ PSYCOLOGIQUE = La notion d'incertitude subjective porte implicitement sur la représentation individuelle du futur. Ainsi lorsque « **l'environnement n'est pas assez nouveau**, surprenant ou changeant, il devient trop prévisible au point que **l'individu s'ennuie** » (Berlyne, 1978).