

BIBLIOGRAPHIE

SOCIOLOGIE / HISTOIRE DE LA BEAUTÉ

Ouvrages

AMADIEU (Jean-François). – *Le poids des apparences*. Beauté, amour et gloire. – Éditions Poches Odile Jacob, 2005. – 199 pages.

Sous la direction de AUBERT (Nicole). – *L'individu hypermoderne*. – Éditions Érès, 2004. – 319 pages. (Collection « Sociologie clinique »).

BARTHES (Roland). – *Mythologies*. Éditions du Seuil, 1957. – 247 pages.

BAUDRILLARD (Jean). – *La société de consommation ses mythes, ses structures*. – Éditions Denoël, 1970. – 318 pages. (Collection Folio/Essais).

BOURDIEU (Pierre). – *La distinction*. Critique sociale du jugement. – Les éditions de Minuit, 1979. – 670 pages. (Collection Le sens commun).

CHAHINE (Nathalie), JAZDZEWSKI (Catherine), LANNELONGUE (Marie-Pierre) [et al.]. – *Beauté du siècle*. – Éditions Assouline, 2000. – 400 pages.

DURAND (Gilbert). – *L'imagination symbolique* (1964). – 5^{ème} édition. – Presses Universitaires de France, 2003. – 133 pages. (Collection Quadrige).

DURAND (Gilbert). – *Introduction à la mythologie*. Mythes et sociétés. – Éditions Albin Michel, 1996. – 253 pages.

LIPOVETSKY (Gilles). – *L'ère du vide*. Essais sur l'individualisme contemporain. – 2^{ème} édition. – Éditions Gallimard, 1993. – 328 pages. (Collection folio/essais).

MERMET (Gérard). – *Francoscopie 2003* : comment vivent les Français ? – Éditions Larousse, 2003. – 520 pages.

PAQUET (Dominique). – *Miroir, mon beau miroir...* une histoire de la beauté. – Éditions Gallimard, 1997. – 128 pages. (Collection Découverte Gallimard).

QUESSADA (Dominique). – *La société de consommation de soi*. – Édition Verticales, 1999. – 191 pages.

REMAURY (Bruno). – *Le beau sexe faible* : les images du corps féminin entre cosmétique et santé. – Éditions Grasset, 2000. – 280 pages.

SFEZ (Lucien). – *La santé parfaite*. Critique d'une nouvelle utopie. – Éditions Seuil, 1995. – 398 pages. (Collection l'Histoire Immédiate).

VIGARELLO (Georges). – *Histoire de la beauté*. Le corps et l'art d'embellir de la Renaissance à nos jours. – Éditions Seuil, 2004. – 337 pages. (Collection L'Univers Historique).

Articles

« La tyrannie du corps idéal ». – *Le Nouvel Observateur* n°2045, 15 janvier 2004.

« Le tour du monde de la beauté ». – *L'Express*, 29 mars 2004.

« Une histoire de la beauté ». – *L'Express*, 10 juillet 2003.

« La tyrannie du jeunisme ». – *L'Express*, 9 mars 2000.

CB News, n° 696 mars 2002.

Articles et textes en ligne

Seniorscopie. – « Interview de Bernadette Puijalon. Les baby-boomers vivent-ils une nouvelle adolescence, une autre relation à l'âge ? ». – texte en ligne <http://www.seniorscopie.net/dossier/article.asp?id=040607234243>

CARPENTER (Grégory), TYBOUT (Alice). – « La nouvelle donne du consommateur postmoderne » et « Les frontières traditionnelles s'effacent ». – texte en ligne http://www.lesechos.fr/formations/marketing/art_marketing.htm

LUXE / MARKETING DU LUXE

Ouvrages

CASTARÈDE (Jean). – *Le luxe*. – 3^{ème} édition. – Paris : Presses Universitaires de France, 2003. – 127 pages. (Collection Que sais-je ?, n°2687).

LIPOVESTKY (Gilles), ROUX (Elyette). – *Le luxe éternel : de l'âge du sacré au temps des marques*. – Éditions Gallimard, 2003. – 201 pages

SICARD (Marie-Claude). – *Luxe, mensonges & marketing : mais que font les marques de luxe ?* – Paris : Pearson Éducation, 2003. – (Collection Brand Management).

Revue

Revue Française du Marketing n°132/133, 1991. – ADETEM (association nationale du marketing).

Articles

CB News Spécial Luxe n°813, du 6 au 12 décembre 2004.

CB News Spécial Luxe n°728, du 16 au 22 décembre 2002.

« Le prix du cher ». – *Fashion Daily News*, 12 mars 2004.

« Les étalages du luxe ». – *Fashion Daily News*, 31 octobre 2003.

« Le luxe des seniors ». – *Fashion Daily News*, 22 novembre 2002.

« Les jeunes tirent le marché du luxe ». – *Fashion Daily News*, 1^{er} juin 2001.

« Le luxe post-logo ». – *Le Monde*, 1er mars 2002.

« Quand le luxe s'invente de nouveaux territoires ». – *Le Nouvel économiste*, 6 décembre 2002.

« Qu'est-ce que le luxe ? ». – *Le Point* n°1599, 9 mai 2003.

« Clients du luxe : une masse d'initiés à faire rêver ». – *LSA* n°1840, 11 décembre 2003.

Articles et textes en ligne

« Tendances socioculturelles du luxe ». <http://www.abc-luxe.com>, 24 avril 2005.

« Compte-rendu du rendez-vous de la stratégie sur le tourisme de luxe ». http://www.tourisme.gouv.fr/fr/z1/ministere_delegue/evenements/rdv/att00009273/rapport_luxe.pdf

« Le luxe, domaine du rêve ». Compte-rendu d'une soirée-débat à l'École de Paris, 23 septembre 1998. <http://www.ecole.org/2/IN230398.pdf>

COSMÉTIQUE

Articles

Presse généraliste :

« Le luxe dans la peau ». – *Elle*, 13 décembre 2004

« Conjuguer l'innovation à tous les stades du processus créatif ». – *La Tribune*. 2 février 2005

« Mythiques cosmétiques ». – *L'Express*, 11 avril 2005

« Crème contre bistouri... La revanche de la cosmétique ». – *L'Express*, 18 octobre 2004

« La crème de la recherche ». – *L'Express*, 7 février 2002

« Le cas du luxe ». – *Le Figaro*, 14 septembre 2004

« Pierres précieuses, nacre, caviar... des soins luxueux qui valent de l'or ». – *Le Figaro* n°18781, 23 décembre 2004

« L'industrie cosmétique exploite le mythe de l'éternelle jeunesse », « Hantise de la mort ». – *Le Monde*, 22 août 2004

« Les nouveaux édens cosmétiques ». – *Le Monde*, 21 mai 2003.

« Cosmétiques. Soins crèmes cachemire ». – *Le Monde*, 16 octobre 1998

« C'est aussi du business ». – *Le Parisien*, 19 mars 2004

« Cosmétiques. Le jackpot des antirides ». – *Le Point* n°1626, 14 novembre 2003

« De la suite dans les ridées ». – *Libération*, 13 juin 2003

« Les produits de beauté, tout bio tout beaux ». – *Ouest-France* toutes éditions, 20 mars 2005

Presse spécialisée :

« Crème plus ultra ». – *CB News Spécial luxe* n°813 du 6 au 12 décembre 2004

Cosmétique Magazine n°54, décembre 2004/janvier 2005
Cosmétique Magazine n°50, juillet-août 2004
Cosmétique Magazine n°46, mars 2004
Cosmétique Magazine n° 43, novembre 2003
Cosmétique Magazine n° 41, septembre 2003
Cosmétique Magazine n°40, juillet-août 2003
Cosmétique Magazine n°12, octobre 2000
« La beauté donne des frissons ». – *Fashion Daily News*, 12 novembre 2004
« Vers des produits simples et sûrs ». – *Fashion Daily News*, 15 octobre 2004
« Les formats de la distribution sélective », « Des logos à l’ego, l’unique se mobilise ». – *Fashion Beauty*, octobre 2003
« La jeunesse, un dopant pour le marché ». – *Fashion Beauty*, mars 2003
« Émotion et imagination au pouvoir ». – *Formes de Luxe*, janvier 2003
« Touches de Luxe dans un monde nouveau ». – *Formes de Luxe*, octobre 2002
« Les Français et la beauté ». – *Les Nouvelles Esthétiques*, septembre 2003
LSA n°1853, 25 mars 2004
« Des marques distributeurs de luxe pour demain ? ». – *Parfums Cosmétiques Actualités*, n°174, décembre 2003

Études

EUROSTAF. – « Le développement des marques alternatives de beauté ». – 2003
EUROSTAF. – « L’industrie mondiale des parfums & cosmétiques ». – 2001
XERFI. – « Parfums et cosmétiques ». – août 2004
MINISTÈRE DE L’ÉCONOMIE DES FINANCES ET DE L’INDUSTRIE. – « Parfums et cosmétiques en chiffres ». – Édition 2004. Disponible sur internet : <http://www.industrie.gouv.fr/biblioth/docu/dossiers/sect/pdf/cosmetics04.pdf>

Articles et textes en ligne

« Dames de beauté ». *Le Nouvel Observateur*, 28 octobre 2004. Article en ligne : http://absolufeminin.nouvelobs.com/mode/mode2086_004.html
Dossier de presse « International Frankfurt Beauty Week, du 5 au 8 mars 2004 » disponible en ligne : <http://www.webmanagercenter.com/telecharge/beaute%20.pdf>

« Le marché des cosmétiques pour hommes prend du muscle ». <http://www.abc-luxe.com>

Le phénomène « spa » : http://www.spa-first.com/spa/centres_soins.htm

« Les nouveaux espaces du bien-être ». <http://www.altema.com>

<http://www.beaute-conseils-infos.com>

<http://www.vogue.com>

Sites internet de nombreuses marques de cosmétique du circuit sélectif

Mémoires

BAGET (Céline), GUAZZELLI (Sophie), LÉGER (Rachel). « Étude sectorielle : les produits de beauté et cosmétique de luxe ». DESS "Management des industries du Luxe", Université de Marne-la-vallée. 2002.

VIVAN (Alice). – « Des usages du discours scientifique dans la dermocosmétique de luxe. D'un paradoxe "utile" à la présomption d'obsolescence du modèle. Le cas des soins Lancôme ». Celsa, DESS MSM. 2004.

SÉMIOLOGIE / ANALYSE DE DISCOURS

Ouvrages

BARDIN (Laurence). – *Analyse de contenu*. – 10^{ème} édition. – Paris : Presses Universitaires de France, 2001. – 291 pages.

BARTHES (Roland). – *Mythologies*. Éditions du Seuil, 1957. – 247 pages.

CHEVALIER (Jean), GHEERBRANT (Alain). – *Dictionnaire des symboles*. – Éditions Robert Laffont, 1982. – 1100 pages. (Collection Bouquins).

FLOCH (Jean-Marie). – *Sémiotique, marketing et communication*. Sous les signes, les stratégies. – 4^{ème} édition. – Paris : Presses Universitaires de France, 2003. – 233 pages. (Collection Formes sémiotiques).

GUIRAUT (Pierre). – *La sémiologie*. – Paris : Presses Universitaires de France, 1971. – 122 pages. (Collection Que sais-je ?).

Revue

BARTHES (Roland). – « Rhétorique de l'image ». « Éléments de sémiologie ». *Communications* n°4. – Seuil, 1964. – pages 40 à 51 et pages 91 à 144.

MARKETING

Ouvrages

BONTOUR (Anne), LEHU (Jean-Marc). – *Lifting de marque : comment la marque doit-elle lutter contre les effets du vieillissement ?* – Paris : Éditions Organisation, 2002. – 477 pages

HETZEL (Patrick). – *Planète conso : marketing expérientiel et nouveaux univers de consommation*. – Paris : Édition d'Organisation, 2002. – 380 pages.

KAPFERER (Jean-Noël). – *Les marques, capital de l'entreprise*. Créer et développer des marques fortes. – 3^{ème} édition. – Paris : Édition d'Organisation, 2003. – 575 pages.

KOTLER (Philip), DUBOIS (Bernard), MANCEAU (Delphine). – *Marketing management*. – 11^{ème} édition. – Paris : Pearson Éducation, 2003. – 761 pages.

LEWI (Geroges). – *Les marques, mythologies du quotidien*. Comprendre le succès des grandes marques. – Paris : Pearson Éducation, 2003. – 292 pages. (Collection Brand Management)

SEMPRINI (Andréa). – *La marque*. – Paris : Presses Universitaires de France, 1995. – 128 pages. (Collection « Que sais-je ? » encyclopédique).

SEMPRINI (Andréa). – *Le marketing de la marque*. Approche sémiotique. – Éditions Liaisons, 1992. – 195 pages. (Marketing, nouveaux enjeux, nouveaux outils).

SICARD (Marie-Claude). – *Ce que marque veut dire...* – Paris : Édition d'Organisation, 2002.
– 308 pages.

AUTRES / DIVERS

Dictionnaire

Sous la direction de REY-DEBOVE (Josette) et REY (Alain). – *Le Petit Robert*. Dictionnaire de la langue française. – Dictionnaires Le Robert, 2000. – 2841 pages.

Littérature

BALZAC (Honoré). – *César Birotteau*. – Éditions Gallimard, 1975. – 441 pages. (Collection Folio Classique).

CHARPENTIER (Michel), CHARPENTIER (Jeanne). – *Littérature XVIII^{ème} siècle*. Textes et documents. – Éditions Nathan, 1987. – 496 pages.

WILDE (Oscar). – *Le portrait de Dorian Gray*. – Édition Gallimard Jeunesse, 2001. – 336 pages. (Collection Folio junior)