

TABLE DES MATIÈRES

Introduction

Le Luxe comme production imaginaire	7
---	---

Première partie

LUXE, IMAGINAIRE ET SOCIÉTÉS

CHAPITRE I. LE LUXE ET SES MUTATIONS	25
<i>De la condamnation à la valorisation</i>	25
<i>De l'excès à la simplicité</i>	30
CHAPITRE II. LE LUXE OSTENTATION	39
<i>L'ostentation traditionnelle</i>	39
<i>L'ostentation démocratique</i>	42
<i>L'ostentation des marques</i>	47
CHAPITRE III. LE LUXE ÉLÉGANCE	51
<i>L'élégance et la distinction</i>	51
<i>L'harmonisation des contraires</i>	54
<i>L'esprit du temps</i>	61
CHAPITRE IV. LE LUXE CONFORT	65
<i>Du confort au bien-être</i>	65
<i>De la fusion à l'intégration</i>	68

*Deuxième partie***LUXE, MARQUES ET IDENTITÉS**

CHAPITRE V. LES MARQUES ET LEUR IDENTITÉ	75
<i>L'apport de Georges Dumézil</i>	75
<i>La trifonctionnalité appliquée</i>	78
CHAPITRE VI. LES MARQUES SOUVERAINES	81
<i>Les Souverains Magiciens</i>	81
<i>Les Souverains Juristes</i>	85
CHAPITRE VII. LES MARQUES GUERRIÈRES	95
<i>Les Guerriers Cosmiques</i>	95
<i>Les Guerriers Humains</i>	103
CHAPITRE VIII. LES MARQUES PRODUCTRICES	115
<i>Les Producteurs Séducteurs</i>	115
<i>Les Producteurs Réinventeurs</i>	123
 Conclusion	
Le Luxe à l'infini	137
 TABLEAU DES CORRESPONDANCES	145
BIBLIOGRAPHIE	149
INDEX DES NOMS PROPRES	153