

Observatoire du Management Alternatif  
Alternative Management Observatory

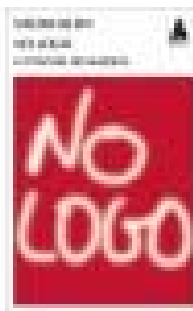
---

Fiche de lecture

# No Logo

## La tyrannie des marques

Naomi Klein  
2001



Peggy Nicod – Février 2007  
Majeure Alternative Management – HEC Paris  
2006-2007

## Genèse de la fiche de lecture

Cette fiche de lecture a été réalisée dans le cadre du cours « Histoire de la critique » donné par Eve Chiapello et Ludovic François au sein de la Majeure Alternative Management, spécialité de troisième année du programme Grande Ecole d'HEC Paris.

## Origin of this review

This review was presented in the “Histoire de la critique” course of Eve Chiapello and Ludovic François. This course is part of the “Alternative Management” specialization of the third-year HEC Paris business school program.

### Charte Ethique de l'Observatoire du Management Alternatif

Les documents de l'Observatoire du Management Alternatif sont publiés sous licence Creative Commons <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/fr/> pour promouvoir l'égalité de partage des ressources intellectuelles et le libre accès aux connaissances.

L'exactitude, la fiabilité et la validité des renseignements ou opinions diffusés par l'Observatoire du Management Alternatif relèvent de la responsabilité exclusive de leurs auteurs.

## **No Logo, la tyrannie des marques**

Date de parution en France : 2001  
Editions Actes Sud, Paris  
Première date de parution de l'ouvrage : janvier 2000

Résumé : Cette fiche de lecture est un commentaire critique de l'ouvrage majeur de Naomi Klein, No Logo. En effet, c'est par ce pamphlet contre les grandes entreprises et les abus de leurs communications que Naomi Klein, journaliste, a pu être reconnue comme une véritable auteure altermondialiste. Pourtant, elle ne propose aucune véritable alternative durable au mode de fonctionnement actuel.

Mots-clés: Changement social, consommation et pratiques individuelles, critiques du capitalisme et de l'entreprise, médias et communication

---

## **No Logo: Taking Aim at the Brand Bullies**

Date of publication: 2000  
[Knopf Canada](#), Toronto  
First date of publication: January 2000

Abstract: This analysis goes further than a regular analysis of Naomi Klein's major essay, No Logo. It puts in perspective her own criticism of the big, bad « corporations » and their abuse in communications with the true impact of her alternative propositions for the future.

Key words: Social change, Consumption and individual habits, Criticism of capitalism and corporations, Media and communication

## Table des matières

<b>1. L'auteur et son oeuvre .....</b>	<b>5</b>
1.1. Brève biographie .....	5
1.2. Place de l'ouvrage dans la vie de l'auteur .....	6
<b>2. Résumé de l'ouvrage .....</b>	<b>7</b>
2.1 Plan de l'ouvrage.....	7
2.2 Principales étapes du raisonnement et principales conclusions .....	7
2.2.1 Zéro espace.....	7
2.2.2 Zéro choix .....	8
2.2.3 Zéro boulot .....	8
2.2.4 Zéro logo .....	8
<b>3. Commentaires critiques.....</b>	<b>10</b>
<b>4. Bibliographie de l'auteur.....</b>	<b>11</b>

# 1. L'auteur et son oeuvre

## 1.1 Brève biographie

Naomi Klein est une journaliste canadienne, née en 1970 à Montréal au Québec. Elle grandit au sein d'une famille très contestataire mais reste apolitique jusqu'à son entrée à l'université. En effet, ses grand-parents, marxistes actifs entre 1930 et 1940, sont notamment à l'origine de la première grève chez Disney aux Etats-Unis. Ses parents, émigrés au Canada par protestation contre la Guerre du Vietnam, ont produit un certain nombre de documentaires sur des sujets controversés comme la prostitution.

C'est au cours de ses études de journalisme qu'elle se penche sur le capitalisme en tant que système économique, mais aussi social et culturel. Elle se tourne également vers les milieux contestataires et l'alter mondialisme.

Elle devient par la suite reporter sur ces problématiques pour de nombreux journaux canadiens (The Nation, The Globe and Mail, The Guardian, etc.). Mais ce n'est qu'en 2000 qu'elle devient un des porte-paroles clé du mouvement alter-mondialiste avec la publication de « No Logo, la tyrannie des marques ».

Elle poursuit aujourd'hui sa carrière de journaliste à The Globe and Mail à Toronto et travaille toujours pour la mise en évidence des incohérences du système capitaliste. Elle a depuis publié et réalisé un certain nombre d'ouvrages :

- Fences & Windows : Dispatches from the front lines of the Globalization debate, 2002

Il s'agit d'un recueil d'articles, d'essais et de discours de Naomi Klein, retraçant l'histoire du mouvement alter mondialiste. Naomi Klein positionne cet ouvrage comme un « accompagnement » de « No Logo », afin de mieux comprendre les tenants et les aboutissants de son travail.

- The Take, 2004

Il s'agit d'un film documentaire, qu'elle a co-réalisé avec son mari Avi Lewis en 2001. Il traite de la prise en main d'une usine par ses ouvriers et du développement du mouvement d'autogestion, pendant la crise de 2001 en Argentine.

- Mourir pour Mc Do en Irak, 2005

Il s'agit d'un ouvrage collectif auquel a participé Naomi Klein, et qui retrace la « guerre coloniale » en Irak, la reconstruction « indécente » du pays à la suite de cette guerre et les différentes tentatives de résistance à l'occupation. Le but de cet ouvrage est de court-circuiter les « fausses informations » que diffusaient et diffusent encore les médias nord-américains sur ce conflit.

- Journal d'une combattante, 2005

Il s'agit d'un nouveau recueil de chroniques et d'articles, publiés par Naomi Klein dans The Globe and Mail et le New York Times entre 2003 et 2005 à l'occasion de manifestations et de sommets mondialistes et alter mondialistes. Ce recueil s'attarde d'avantage sur les différentes formes de la résistance à la mondialisation et offre une radioscopie de la société capitalisée actuelle.

## **1.2 Place de l'ouvrage dans la vie de l'auteur**

« No Logo, la tyrannie des marques » tient une place unique au sein de l'œuvre de Naomi Klein et reste aujourd'hui son ouvrage de référence :

- C'est le seul véritable livre qu'elle ait publié à ce jour, le reste de sa bibliographie étant constitué de recueils et de documentaires.

- Il s'agit du premier et seul ouvrage dans lequel elle entreprend de faire un bilan de tout ce qu'elle a vu et écrit au cours de ces années de journalisme.

- « No Logo » est véritablement une synthèse de sa réflexion alter mondialiste.

- « No Logo » est l'ouvrage qui lui a permis de dépasser son statut de journaliste contestataire et de se positionner enfin comme l'une des portes-paroles clé du mouvement alter mondialiste.

## 2. Résumé de l'ouvrage

### 2.1 Plan de l'ouvrage

Cet ouvrage se divise en 4 parties :

- Zéro Espace
- Zéro choix
- Zéro Boulot
- Zéro Logo

### 2.2 Principales étapes du raisonnement et principales conclusions

Dans un exposé en quatre parties (*Zéro Espace, Zéro Choix, Zéro Boulot et Zéro logo*), Naomi Klein met en évidence les incohérences du système capitaliste actuel en présentant deux mécanismes, au cœur de la mondialisation : la constitution d'un « univers culturel universel » à travers le développement du branding et les délocalisations dans les pays en voie de développement. Elle présente également les différentes formes de résistance, qui tendent actuellement à s'organiser.

#### 2.2.1 Zéro espace

La première partie de « No Logo » pose les fondements de la réflexion de Naomi Klein et décrit la naissance du *branding*, c'est-à-dire la prise de pouvoir de la marque sur les produits eux-mêmes (qui ne sont plus alors que des supports de la marque).

L'auteur explique comment, à partir du début des années 1990, la marque a pris le pas et l'ascendant sur tous les domaines :

- la production
- les espaces publics, et notamment les écoles en palliant au manque de financement par l'État

- le sport, avec les premières campagnes de Nike
- les médias

Cette mise en place d'un ascendant s'appuie sur un vecteur fort, dans le but de développer « une conscience culturelle universelle » : l'adolescent à la recherche d'intégration.

### **2.2.2 Zéro choix**

Dans cette seconde partie, Naomi Klein expose un de ses concepts-phares, « la privatisation de l'agora ». Elle insiste sur l'expansion des grandes marques et des grandes entreprises de la distribution qui étouffent le petit commerce, réduisant le choix des consommateurs à néant.

### **2.2.3 Zéro boulot**

La troisième partie de « No Logo » étudie les impacts du *branding* sur l'organisation des entreprises et sur l'emploi dans les pays industrialisés et dans le monde.

Le développement du branding plaçant la marque et non plus les produits au cœur de la stratégie des entreprises, c'est elle qui va recevoir un maximum d'investissement. On n'hésite donc plus à délocaliser la production dans les pays en voie de développement dans des conditions « inhumaines », entraînant une très forte précarisation des postes dans les pays industrialisés, voire même, dans les pires des cas, une chute du taux d'employés.

Selon Naomi Klein, la conséquence directe du développement de la marque et du branding est donc un appauvrissement des travailleurs et ainsi des consommateurs. Elle met alors clairement en évidence l'absurdité du système capitaliste.

### **2.2.4 Zéro logo**

Cette dernière partie se concentre sur les différentes formes de résistance qui se sont mobilisées pour lutter contre les abus des grandes entreprises multinationales. Naomi Klein en distingue principalement quatre :



- Les *casseurs de pub*, qui s'appuient sur le détournement des publicités. Ils visent ainsi à ridiculiser les grandes marques. Peu efficace, cette résistance ne fait que renforcer la puissance et la notoriété des marques.
- La *résistance étudiante* et la naissance des premiers *labels sociaux*. Ces labels demeurent assez vains, puisque leurs critères de sélection ne sont pas vérifiés correctement surplace. Leur valeur est donc limitée.
- Le mouvement « *Reclaim the streets* », qui lutte contre l'appropriation de l'espace public par les marques à travers de grandes fêtes dans les rues.
- *Le développement d'organisations incitant les grandes entreprises à plus de transparence*. Ce mouvement est particulièrement efficace car il utilise les mêmes moyens que la grande entreprise, c'est-à-dire la publicité et les médias.

### 3. Commentaires critiques

Cet ouvrage de Naomi Klein a eu un succès retentissant et a permis à la littérature alter mondialiste de sortir de son cercle d'habités pour toucher et convaincre la masse.

Ce livre est en effet très puissant, car il s'appuie sur des exemples très concrets et des constats simples, que chacun a pu expérimenter au cours de sa vie quotidienne - comme par exemple l'invasion de l'espace public par les marques privées. L'argumentation de Naomi Klein est donc très convaincante, le lecteur se laissant guider par son mode de pensée et sa réflexion.

Elle parvient par ailleurs à inscrire son travail dans le temps, en lui donnant une forte dimension historique qui insiste sur une évolution négative et la dégradation de la situation économique et sociale de la planète. Ainsi, sans pour autant dresser un tableau alarmiste de notre futur, qui pourrait choquer et entraîner chez le lecteur un rejet de son argumentation, elle parvient tout de même à convaincre de l'avenir morose qui nous attend.

De plus, loin de demeurer les bras croisés, Naomi Klein se tourne vers l'action et propose plusieurs solutions de résistance à l'oppression capitaliste croissante, s'appuyant toujours sur un activisme fort et politique. En effet, elle insiste beaucoup sur toutes les imbrications du système capitaliste avec nos systèmes politiques actuels, puisqu'elle reconnaît tout de même une limite à son argumentation. Malgré la mise en évidence de pratiques peu éthiques, les compagnies comme Nike continuent de battre des records de vente et les compagnies moins stigmatisées sont perçues comme des « anges » alors que leur pratiques ne sont que très peu différentes.

Cependant, elle ne propose aucune véritable alternative au système actuel et ne décrit pas véritablement un monde nouveau qui pourrait succéder à l'effondrement du capitalisme tout puissant.

## 4. Bibliographie de l'auteur

- Klein N. (2002) Fences & Windows : Dispatches from the front lines of the Globalization debate, New York, Picador USA.
- Ali T., Bricmont J., Geuens G., Klein N. (2005) Mourir pour Macdo en Irak, Colonisation américaine, résistance irakienne, Bruxelles, Aden Editions.
- Gagné P., Klein N., Saint-Martin L. (2005) Journal d'une combattante : Nouvelles du front de la mondialisation, Arles, Actes Sud.
- Klein N. (2007) The Shock Doctrine - The Rise of Disaster Capitalism, New York, Metropolitan Books