



Le capitalisme émotionnel d'Eva Illouz

Rédacteur : Emilie Tranchant | Directrice de la publication : Emilie Tranchant | Usage de l'IA | Date de rédaction : 8 mai 2026 | Dernière mise à jour :

Comprendre le concept en 1' chrono

Pour Eva Illouz, le capitalisme contemporain ne transforme pas seulement les modes de production ou de consommation : il reconfigure aussi les émotions, les relations intimes et les formes de subjectivité. Son diagnostic de départ est que la modernité capitaliste a progressivement pénétré la sphère affective, jusqu'à faire des sentiments eux-mêmes des objets de rationalisation, d'échange et de valorisation sociale. Les émotions ne relèvent plus uniquement de l'intériorité privée ; elles deviennent des ressources sociales et économiques.

Le concept de « capitalisme émotionnel » désigne précisément cette articulation entre logique économique et vie affective. Dans ce régime culturel, les individus apprennent à gérer leurs émotions comme un capital à optimiser : savoir communiquer, séduire, écouter, exprimer sa vulnérabilité ou développer son intelligence émotionnelle devient un avantage social et professionnel. Le langage psychologique, thérapeutique et managérial structure désormais les relations amoureuses autant que les relations de travail.

Le déplacement théorique opéré par Illouz est majeur. Là où la tradition critique classique — de Karl Marx à Max Weber — analysait principalement l'emprise du capitalisme sur le travail, la production ou la consommation, elle montre que le capitalisme agit aussi sur les affects, les désirs et les imaginaires relationnels. L'intimité n'est plus extérieure au marché : elle est façonnée par lui. Les pratiques amoureuses, les normes de compatibilité ou les attentes émotionnelles deviennent ainsi profondément médiatisées par des dispositifs culturels et économiques.

Cette analyse repose sur une méthode mêlant sociologie critique, histoire culturelle et étude des industries symboliques. Illouz examine notamment la littérature sentimentale, les médias, les plateformes de rencontre, le discours thérapeutique ou encore les pratiques managériales afin de montrer comment s'impose une culture émotionnelle compatible avec les exigences du capitalisme avancé : autonomie individuelle, réflexivité permanente, capacité d'adaptation et optimisation de soi.

Identifier le champ conceptuel connexe

La marchandisation des affects

Les émotions deviennent des objets d'échange, de valorisation ou de consommation. Les relations humaines sont progressivement intégrées à des logiques de marché, où les affects peuvent être évalués, comparés et optimisés.

Le travail émotionnel

Concept développé par Arlie Russell Hochschild, il désigne l'obligation professionnelle de produire ou de contrôler certaines émotions. Les métiers du service exigent souvent de transformer les affects en compétence productive.

La culture thérapeutique

Le langage psychologique structure de plus en plus la compréhension de soi et des relations sociales. Les individus interprètent leurs difficultés affectives à travers des catégories issues du développement personnel ou de la psychothérapie.



L'individualisation

Les relations sociales reposent moins sur des appartenances collectives stables que sur des choix individuels continuellement réévalués. Cette autonomie accrue produit à la fois liberté et insécurité relationnelle.

La rationalisation de l'intime

Les relations amoureuses et affectives sont soumises à des critères d'évaluation, de calcul et de compatibilité. Les plateformes numériques accentuent cette logique en transformant les partenaires potentiels en profils comparables.

La reconnaissance

Les individus cherchent dans les relations affectives une validation identitaire et émotionnelle. Le besoin de reconnaissance devient central dans les sociétés où les appartenances traditionnelles se fragilisent.

Connaître l'historique du concept

Le concept de capitalisme émotionnel émerge dans les travaux d'Eva Illouz à partir des années 1990 et 2000, dans un contexte marqué par l'expansion du néolibéralisme, la montée des industries culturelles et la diffusion massive du discours psychologique. L'essor des médias de masse, du marketing relationnel et des technologies numériques modifie profondément les formes de sociabilité. La consommation n'est plus seulement matérielle : elle devient expérientielle et émotionnelle.

Cette transformation s'inscrit également dans l'évolution du travail post-industriel. Les économies tertiaires valorisent désormais les compétences relationnelles, la communication et l'intelligence émotionnelle. Parallèlement, la fragilisation des cadres collectifs traditionnels — famille, religion, classes sociales — conduit les individus à investir davantage la sphère intime comme lieu de réalisation de soi. Le capitalisme émotionnel apparaît ainsi à la croisée de deux dynamiques historiques : l'économisation croissante des relations humaines et la psychologisation des identités contemporaines.

Se situer dans le débat

Les partisans

Le concept de capitalisme émotionnel émerge dans les travaux d'Eva Illouz à partir des années 1990 et 2000, dans un contexte marqué par l'expansion du néolibéralisme, la montée des industries culturelles et la diffusion massive du discours psychologique. L'essor des médias de masse, du marketing relationnel et des technologies numériques modifie profondément les formes de sociabilité. La consommation n'est plus seulement matérielle : elle devient expérientielle et émotionnelle.

Cette transformation s'inscrit également dans l'évolution du travail post-industriel. Les économies tertiaires valorisent désormais les compétences relationnelles, la communication et l'intelligence émotionnelle. Parallèlement, la fragilisation des cadres collectifs traditionnels — famille, religion, classes sociales — conduit les individus à investir davantage la sphère intime comme lieu de réalisation de soi. Le capitalisme émotionnel apparaît ainsi à la croisée de deux dynamiques historiques : l'économisation croissante des relations humaines et la psychologisation des identités contemporaines.

Les opposants

Certaines critiques reprochent à Illouz une vision excessivement déterministe du capitalisme culturel. Des sociologues estiment qu'elle sous-évalue la capacité des individus à résister, détourner ou réinventer les normes émotionnelles dominantes. D'autres considèrent que son analyse tend à homogénéiser les expériences affectives contemporaines en négligeant les différences de classe, de genre ou de contexte culturel. Enfin, certains auteurs libéraux contestent l'idée même



d'une corruption marchande de l'intimité et voit dans l'autonomie relationnelle moderne un progrès plutôt qu'une aliénation.

Percevoir l'actualité et l'usage du concept

Le concept de capitalisme émotionnel éclaire de nombreux phénomènes contemporains : économie de l'attention, injonction au bien-être, culture du développement personnel, management empathique, plateformes de rencontre ou mise en scène de soi sur les réseaux sociaux. Il permet de comprendre comment les émotions deviennent des ressources stratégiques dans des environnements où la visibilité, l'authenticité et la capacité relationnelle constituent des formes de valeur sociale et économique.

3

Approfondir : les références clés et liens utiles sur cette thématique

- * Les sentiments du capitalisme — de Eva Illouz
- * Pourquoi l'amour fait mal — de Eva Illouz
- * Cold Intimacies — de Eva Illouz
- * The Managed Heart — de Arlie Russell Hochschild
- * Liquid Love — de Zygmunt Bauman

Se projeter



Pourquoi et/ou comment avoir recours à ce concept ?

Le concept de capitalisme émotionnel constitue un outil particulièrement utile pour analyser les transformations contemporaines des organisations, des marques et des dispositifs numériques. Il permet d'interroger la manière dont les entreprises mobilisent les affects — confiance, empathie, authenticité, bienveillance — comme leviers de performance, de fidélisation ou d'engagement.

Dans les activités de conseil, de communication ou de stratégie, cette approche aide à identifier les normes émotionnelles implicites qui structurent les interactions professionnelles et commerciales. Elle permet également d'évaluer les effets ambivalents des dispositifs centrés sur « l'expérience utilisateur », le bien-être au travail ou l'authenticité des marques. Plus largement, le concept offre une grille de lecture précieuse pour comprendre comment les individus arbitrent aujourd'hui entre autonomie personnelle, reconnaissance affective et injonction permanente à l'optimisation de soi.

Cette fiche a été créée par la Boîte à mots, agence de planning stratégique, spécialiste de la communication en temps de crise et de transition. Elle s'adresse à des professionnels travaillant en lien avec ces sujets et fait partie de la boîte à outils de nos planneurs et marketeurs. Nous la partageons avec plaisir, merci néanmoins d'en faire bon usage ;)

