

UNIVERSITÉ DE LILLE 1
INSTITUT D'ADMINISTRATION DES ENTREPRISES

Stratégies de changement de comportement financier du consommateur :
Les apports d'un modèle transthéorique orienté approche-évitement

THÈSE
pour l'obtention du
Doctorat en Sciences de Gestion

Présentée et soutenue publiquement le 4 décembre 2014

Amira Berriche-Harzallah

COMPOSITION DU JURY

Directeur de recherche	Francis SALERNO Professeur à l'Institut d'Administration des Entreprises Université de Lille 1
Rapporteurs	Jean-Louis MOULINS Professeur à l'Université de la Méditerranée Université Aix-Marseille II Slimane HADDADJ Professeur à l'Institut d'Administration des Entreprises Université de Bourgogne
Suffragants	Dominique CRIE Professeur à l'Institut d'Administration des Entreprises Université de Lille 1 Régine VANHEEMS Professeur à l'Institut d'Administration des Entreprises Université Jean Moulin Lyon 3

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je souhaite exprimer ma profonde gratitude à mon directeur de thèse, le Professeur Francis Salerno, pour la confiance qu'il m'a accordée et l'honneur qu'il m'a fait de diriger ce travail doctoral. Ses nombreux et précieux conseils, sa disponibilité, sa patience et la grande liberté qu'il m'a accordée ont permis la réalisation de cette recherche.

J'exprime aussi ma gratitude à Monsieur le Professeur Jean-Louis Moulins et à Monsieur le Professeur Slimane Haddadj pour m'avoir fait l'honneur d'être rapporteurs. Je remercie également Monsieur le professeur Dominique Crié et Madame le Professeur Régine Vanheems de m'avoir fait l'honneur d'être membres du Jury.

Je tiens à remercier mes parents pour m'avoir incité à la curiosité intellectuelle et à la persévérance. Je remercie mes sœurs pour leurs encouragements. Cette thèse est dédiée à mes grands-parents dont le souvenir guide mes pas jour après jour.

SOMMAIRE

CHAPITRE INTRODUCTIF, FONDEMENTS ET OBJECTIFS DE LA RECHERCHE	12
PREMIÈRE PARTIE : REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES, MODELE ET HYPOTHESES	20
CHAPITRE 1 : COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE.....	22
SECTION 1 : EDUCATION FINANCIERE ET FORMATION DU COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR.....	24
I. Les recherches sur les programmes d'éducation financière	24
1. Les recherches sur les programmes d'enseignement	27
1.1 L'approche de l'évaluation des connaissances acquises	27
1.2 L'approche d'évaluation des comportements.....	30
1.3 Evaluation de l'apprentissage expérientiel.....	31
1.4 L'apprentissage des expériences financières et actions d'éducation.....	33
2. Les travaux sur l'efficacité de l'éducation financière sur le lieu de travail	36
II. Les recherches dans la perspective de la socialisation financière du consommateur	40
1. Les travaux fondés sur la théorie de socialisation.....	41
2. Les travaux fondés sur la théorie du rôle	46
3. Les travaux fondés sur la théorie sociale cognitive.....	49
SECTION 2 : LES MODELES DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR.....	52
I. Les modèles statiques de changement de comportement financier	52
1. La théorie du comportement planifié appliqué au comportement financier	52
2. La théorie de l'auto-détermination du comportement financier.....	56
II. Les modèles dynamiques de changement de comportement financier.....	58
1. Le modèle d'autonomisation financière de Ford.....	58
2. Le modèle transthéorique de changement de comportement financier.....	61
CHAPITRE 2 : RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR.....	77
SECTION 1 : OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE QUALITATIVE	77
1. Objectifs de l'étude exploratoire	77
2. Méthodologie de l'étude qualitative.....	78
SECTION 2 : RESULTATS DE L'ETUDE QUALITATIVE	83

1. Dynamique et stratégies de changement de comportement financier du consommateur	83
2. Variables individuelles, facteurs de socialisation et apprentissage par l'expérience	90
2.1 Variables individuelles	90
2.2 La socialisation financière et la formation ou le changement du comportement financier du consommateur	92
2.3 Apprendre de ses propres expériences	95
 SECTION 3 : ETUDE PRELIMINAIRE DES STRATEGIES DE CHANGEMENT D'APPROCHE ET D'EVITEMENT	102
1. Définition du domaine conceptuel	104
2. Génération des items et épuration théorique	104
3. Epuration statistique de la mesure : fiabilité et validité de l'échelle.....	106
 CHAPITRE 3 : MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE	112
 SECTION 1 : PRESENTATION DU MODELE ET DES GROUPES DE CHANGEMENT	113
I. Présentation synthétique du modèle d'approche-évitement.....	113
II. Groupes de changement.....	114
 SECTION 2 : PRESENTATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE	116
I. Définitions des variables.....	116
1. Les stratégies de changement d'approche et d'évitement	116
2. La balance décisionnelle	117
3. L'attitude envers l'argent	118
4. L'anxiété : trait de personnalité.....	119
5. L'orientation motivationnelle « paratélique »	121
II. Les hypothèses de recherche.....	122
1. L'influence de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement.....	123
2. Les influences des dimensions de changement	124
3. Le rôle médiateur de la balance décisionnelle.....	126
4. Les influences des variables individuelles	127
4.1 L'influence de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies de changement.....	127
4.2 L'influence de l'anxiété sur les stratégies de changement	129
4.3 L'influence de l'orientation motivationnelle paratélique pour un groupe de changement.....	132
4.4 L'influence du genre	134
 DEUXIEME PARTIE : DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE	139
 CHAPITRE 4 : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	141
 SECTION 1 : MESURES DES VARIABLES	141

I. Mesures des stratégies et des dimensions de changement	143
II. Mesure de la balance décisionnelle	145
III. Mesure des variables individuelles.....	148
1. Mesure de l'attitude à l'égard de l'argent	148
2. Mesure de l'anxiété	150
3. Mesure de l'orientation motivationnelle paratélique.....	151
4. Mesure du sentiment d'efficacité personnelle (variable de contrôle)	152
 SECTION 2 : COLLECTE DES DONNEES, COMPOSITION DE L'ECHANTILLON ET METHODE DE TESTS DES HYPOTHESES	 154
I. Collecte des données et composition de l'échantillon final.....	154
1. Développement du questionnaire	154
2. Procédure de recueil des données.....	154
3. Composition de l'échantillon	155
II. Présentation des méthodes d'analyses et de tests	156
1. Méthodologie de validation des modèles de mesure.....	156
1.1. Evaluation de la qualité d'un instrument de mesure	156
1.1.1. Validité confirmatoire	157
1.2. Evaluation des indices d'ajustement	159
2. Méthodes de test des hypothèses.....	161
2.1 Test des hypothèses d'influences directes : test du modèle global de relations linéaires.....	161
2.2 Test des relations de médiation	163
2.3 Test de comparaison multi-groupes	164
 SECTION 3 : LES MODELES DE MESURE DES CONSTRUIITS	 165
I. Synthèse des analyses factorielles exploratoires	166
II. Analyses factorielles confirmatoires.....	167
1. Les stratégies d'approche et d'évitement	167
2. Les dimensions de changement.....	170
3. La balance décisionnelle	172
4. L'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique	173
 CHAPITRE 5 : PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION	 177
SECTION 1 : IDENTIFICATION DES GROUPES DE CHANGEMENT	177
SECTION 2 : MODELISATION PAR LES EQUATIONS STRUCTURELLES DES DETERMINANTS DES STRATEGIES D'APPROCHE ET D'EVITEMENT DES GROUPES DE CHANGEMENT (H1, H2, H4 et H5)	184
I. Test des modèles de changement de comportement financier.....	185
1. La normalité des variables.....	185
1.1 La normalité des variables associées aux stratégies de changement.....	185
1.2 La normalité des variables associées aux dimensions de changement.....	186
1.3 La normalité des variables associées à la balance décisionnelle.....	187

1.4 La normalité de la variable attitude à l'égard de l'argent.....	187
1.5 La normalité de la variable anxiété (trait)	188
2. L'analyse de modélisation des équations structurelles sur les groupes de changement.....	188
II. Discussion des résultats des hypothèses H1, H2, H4 et H5.....	193
SECTION 3 : RÔLE MEDIATEUR DE LA BALANCE DECISIONNELLE (H3).....	199
I. Rôle médiateur de la balance décisionnelle dans le premier groupe " <i>Action</i> "	199
II. Rôle médiateur de la balance décisionnelle dans le deuxième groupe " <i>Maintien</i> "	203
III. Discussion des résultats de l'hypothèse H3	207
SECTION 4 : LES DIFFERENCES DE L'ORIENTATION PARATELIQUE ET DU GENRE PAR APPROCHE MULTI-GROUPES D'EQUATIONS STRUCTURELLES (H6 et H7).....	210
I. Analyses multi-groupes pour les différences de l'orientation paratélique	211
1. Analyses multi-groupes pour les différences de l'orientation paratélique dans le premier groupe de changement " <i>Action</i> ".....	211
2. Analyses multi-groupes pour les différences de l'orientation paratélique dans le deuxième groupe de changement " <i>Maintien</i> "	215
3. Discussion des résultats de l'hypothèse H6	219
II. Analyses multi-groupes pour les différences du genre.....	221
1. Analyses multi-groupes pour les différences du genre dans le premier groupe de changement " <i>Action</i> "	221
2. Analyses multi-groupes pour les différences du genre dans le deuxième groupe de changement " <i>Maintien</i> "	224
3. Discussion des résultats de l'hypothèse H7	227
CHAPITRE 6 : DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE	234
SECTION 1 : RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DEMARCHE ET DES RESULTATS DE LA RECHERCHE.....	234
SECTION 2 : CONTRIBUTIONS DE LA RECHERCHE	240
I. Contributions théoriques.....	240
II. Contributions méthodologiques.....	243
III. Implications managériales	244
SECTION 3 : LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE	254
SYNTHESE ET CONCLUSION GENERALE.....	258
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES	266
ANNEXES	310

Liste des figures

Figure 1 : Les orientations de recherche sur le comportement financier du consommateur d'après Schuchardt et alii (2009)	23
Figure 2 : Modèle d'évaluation des résultats de l'impact de l'éducation financière (Sebstad, Cohen et McGuinness, 2006)	34
Figure 3: Modèle de l'éducation financière sur le lieu du travail, bien-être financier et résultat au travail (Kim, 2000)	39
Figure 4 : Les effets de l'éducation financière sur le lieu du travail (Joo, 1998)	40
Figure 5 : Les modes d'influence dans la socialisation familiale financière (Moschis, 1987)	43
Figure 6 : Analyse prévisionnelle des problèmes financiers (Falahati et Paim, 2011)	45
Figure 7 : Schéma des déterminismes réciproques dans la théorie sociale cognitive	49
Figure 8 : Application et extension de la théorie de l'auto-détermination au contexte financier d'après Stone, Bryant et Wier (2010).....	57
Figure 9 : Modèle d'autonomisation financière de Ford d'après Ford, Baptist et Archuleta (2011)	60
Figure 10 : Le modèle de la thérapie cognitivo-comportementale.....	60
Figure 11 : Modèle d'éducation financière pour l'épargne (Shockey et Seiling, 2004)	65
Figure 12 : Principaux déterminants du processus de changement de comportement financier du consommateur	75
Figure 13 : Modèle de changement de comportement financier du consommateur	112
Figure 14 : Présentation de l'hypothèse du lien direct entre la balance décisionnelle et l'intention d'adopter les stratégies d'approche/évitement.....	124
Figure 15 : Présentation des hypothèses des liens directs des dimension(s) de changement caractéristique(s) du groupe sur la balance décisionnelle et sur les stratégies de changement d'approche-évitement	126
Figure 16 : Présentation de l'hypothèse de médiation de la balance décisionnelle dans la relation dimension(s) de changement du comportement caractéristique(s) du groupe- stratégies d'approche/évitement	127
Figure 17 : Présentation de l'hypothèse de lien direct entre l'attitude à l'égard de l'argent et l'intention d'adopter les stratégies d'approche/évitement	129
Figure 18 : Présentation de l'hypothèse de lien direct de l'anxiété (trait) sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche/évitement	132
Figure 19 : Présentation de l'hypothèse des différences de l'orientation paratélique pour un groupe de changement.....	133
Figure 20 : Présentation de l'hypothèse des différences du genre au sein d'un groupe de changement.....	136
Figure 21 : Modèle conceptuel général - Présentation des hypothèses de recherche.....	138
Figure 22 : Groupes de changement identifiés	178
Figure 23 : Variation des principales composantes du modèle transthéorique selon les groupes de changement identifiés	184
Figure 24 : Résultats standardisés des analyses de modélisation.....	192
Figure 25 : Résultats standardisés des analyses de modélisation.....	193
Figure 26 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c	201
Figure 27 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c	202
Figure 28 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c	205
Figure 29 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c	207

Figure 30 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique des personnes en « Action »	213
Figure 31 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique des personnes en « Maintien »	217
Figure 32 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre dans le groupe « Action ».....	223
Figure 33 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre dans le groupe « Maintien »	226
Figure 34 : Présentation générale du modèle de recherche (Rappel).....	236
Figure 36 : Qualité d'ajustement du modèle des deux dimensions de la variable dépendante « stratégies d'approche et d'évitement ».....	322
Figure 37 : Qualité d'ajustement du modèle des quatre dimensions des stades de changement	322
Figure 38 : Qualité d'ajustement du modèle de la balance décisionnelle et du sentiment d'efficacité personnelle	323

Liste des tableaux

Tableau 1 : Quelques initiatives d'éducation budgétaire et financière des consommateurs.....	25
Tableau 2 : Les six stratégies de changement de comportement de gestion financière permettant d'évaluer les comportements d'épargne (Shockey et Seiling, 2004).....	62
Tableau 3 : Les neuf stratégies de changement de comportement (Xiao et alii, 2001).....	66
Tableau 4 : Présentation de l'échantillon de l'étude exploratoire.....	80
Tableau 5 : Stratégies de changement d'approche et d'évitement.....	89
Tableau 6 : Formation et changement de comportement financier.....	96
Tableau 7 : Comparaison de revue de littérature aux résultats de la recherche exploratoire.....	102
Tableau 8 : Les étapes du développement de l'échelle des stratégies d'approche-évitement selon le paradigme de Churchill (1979).....	103
Tableau 9 : Les items sélectionnés suite à l'étape d'épuration théorique.....	105
Tableau 10 : Synthèse des items retenus issus des analyses factorielles exploratoires.....	107
Tableau 11 : Qualité d'ajustement du modèle des deux dimensions de la variable « stratégies d'approche et d'évitement ».....	108
Tableau 12 : Alpha de Cronbach et Rhô de Jöreskog des deux dimensions de l'échelle stratégies d'approche-évitement.....	108
Tableau 13 : Rhô de validité convergente des deux dimensions de l'échelle stratégies d'approche et d'évitement.....	109
Tableau 14 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes.....	109
Tableau 15 : Principales caractéristiques de la paire état télélique/paratélique.....	122
Tableau 16 : Ensemble des hypothèses de recherche.....	137
Tableau 17 : Récapitulatif de l'élaboration des échelles de mesure (<i>cible : étudiants</i>).....	142
Tableau 18 : Les échelles de stratégies d'approche-évitement (rappel).....	143
Tableau 19 : Echelle de mesure « des dimensions de changement » mesure proposée par Levesque et alii (2000) : adaptation de l'échelle par Rondeau et alii (2006) au contexte français.....	144
Tableau 20 : Echelle de mesure de la « balance décisionnelle ».....	147
Tableau 21 : Echelle de mesure de « l'attitude à l'égard de l'argent » mesure proposée de la MES 30 par Tang (1992) : adaptation de l'échelle par Urbain (2000) au contexte français..	150
Tableau 22 : Echelle de mesure de l'anxiété-trait (Lemeau-Koehl, 2009).....	151
Tableau 23 : Echelle de mesure de dominance paratélique développée par Cook et Gerkovich (1993) : traduction et adaptation de l'échelle au contexte français.....	151
Tableau 24 : Echelle de mesure du « Sentiment d'efficacité personnelle » mesure proposée par Lown (2011) traduite et adaptée par nos soins.....	153
Tableau 25 : Répartition de l'échantillon selon le sexe, l'âge, la situation familiale et le niveau d'étude.....	155
Tableau 26 : Synthèse des indices d'adéquation retenus et des valeurs critiques.....	160
Tableau 27 : Influences directes des déterminants des stratégies de changement d'approche et d'évitement pour un groupe de changement donné : hypothèses et analyses effectuées.....	162
Tableau 28 : Influences indirectes de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement : hypothèse et analyse effectuée.....	164
Tableau 29 : Influences des différences de l'orientation paratélique et du genre sur les liens du modèle de changement de comportement.....	165

Tableau 30 : Synthèse des items retenus issus des analyses factorielles exploratoires.....	166
Tableau 31 : Qualité d'ajustement du modèle des deux dimensions des variables à expliquer « stratégies d'approche et d'évitement »	168
Tableau 32 : Alpha de Cronbach et Rhô de Jöreskog des deux dimensions de l'échelle stratégies d'approche-évitement.....	169
Tableau 33 : Rhô de validité convergente des deux dimensions de l'échelle stratégies d'approche et d'évitement.....	169
Tableau 34 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes.....	169
Tableau 35 : Qualité d'ajustement du modèle des dimensions de changement.....	170
Tableau 36 : Rhô de Jöreskog pour les dimensions de changement.....	170
Tableau 37 : Rhô de validité convergente des dimensions de l'échelle des dimensions de changement.....	171
Tableau 38 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes.....	171
Tableau 39 : Qualité d'ajustement du modèle de la balance décisionnelle.....	172
Tableau 40 : Rhô de Jöreskog pour la balance décisionnelle.....	172
Tableau 41 : Rhô de validité convergente de l'échelle de la balance décisionnelle	173
Tableau 42 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes.....	173
Tableau 43 : Qualité d'ajustement du modèle de l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique	174
Tableau 44 : Rhô de Jöreskog pour l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique	174
Tableau 45 : Rhô de validité convergente de l'échelle de l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique	175
Tableau 46 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes.....	175
Tableau 47 : Tableau croisé.....	179
Tableau 48 : ANOVA : Âge.....	179
Tableau 49 : ANOVA : Stratégies de changement négatives (évitement).....	180
Tableau 50 : ANOVA : Stratégies de changement positives (approche).....	180
Tableau 51 : ANOVA : Avantages de la balance décisionnelle.....	181
Tableau 52 : ANOVA : Inconvénients de la balance décisionnelle.....	181
Tableau 53 : ANOVA : Sentiment d'efficacité personnelle.....	182
Tableau 54 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour les dimensions des stratégies de changement.....	185
Tableau 55 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour les dimensions de changement caractéristiques au groupe.....	186
Tableau 56 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour les dimensions de la balance décisionnelle.....	187
Tableau 57 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour l'attitude à l'égard de l'argent.....	187
Tableau 58 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour l'anxiété (trait)	188
Tableau 59 : Qualité d'ajustement des modèles structurels des construits relatifs aux deux groupes identifiés	188
Tableau 60 : Résultats structurels liés aux hypothèses H1, H2, H4 et H5 pour le modèle 1 (G1 : Action).....	189
Tableau 61 : Résultats structurels liés aux hypothèses H1, H2, H4 et H5 pour le modèle 2 (G2 : Maintien).....	190

Tableau 62 : résultats de l'analyse multi-groupes path	195
Tableau 63 : Résultats des hypothèses de recherche H1, H2, H4 et H5	197
Tableau 64 : Médiation de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation action (caractéristique du groupe G1 : " <i>Action</i> ") - stratégies de changement d'approche ; stratégies de changement d'évitement.....	200
Tableau 65 : Médiation de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation action et maintien (caractéristiques du groupe G2 : " <i>Maintien</i> ") - stratégies de changement d'approche ; stratégies de changement d'évitement.....	203
Tableau 66 : Résultat de l'hypothèse H3.....	209
Tableau 67 : Nombre d'observations selon l'orientation paratélique et le genre dans chaque groupe de changement.....	211
Tableau 68 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles	212
Tableau 69 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles	215
Tableau 70 : Résultat de l'hypothèse H6	221
Tableau 71 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles	221
Tableau 72 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles	225
Tableau 73 : Résultat de l'hypothèse H7	228
Tableau 74 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses d'influence de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement	229
Tableau 75 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses d'influence des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur la balance décisionnelle et les stratégies d'approche et d'évitement.....	229
Tableau 76 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses d'influence de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies d'approche et d'évitement	230
Tableau 77 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses d'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche et d'évitement.....	231
Tableau 78 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses de médiation de	231
Tableau 79 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses des différences	232
Tableau 80 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses des différences selon le genre	232
Tableau 81 : Récapitulatif des principaux résultats de la recherche	237

CHAPITRE INTRODUCTIF

FONDEMENTS ET OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Les comportements problématiques des consommateurs en matière de dépenses, d'endettement ou d'épargne¹ préoccupent de nombreux acteurs. Leurs conséquences les plus apparentes sont financières (dépenses et endettement excessifs, manque d'épargne de précaution) mais Bearden et Haws (2012) mettent aussi en évidence les conséquences sociales (rapports tendus, problèmes familiaux, exclusion sociale) et psychologiques (stress, sentiments de culpabilité). Selon une étude de l'OCDE (2005), dans le cadre du Projet sur l'éducation financière, il existe partout un déficit de maîtrise des questions financières par les particuliers. En Europe, plusieurs pays ont pris des initiatives nationales pour évaluer et améliorer les compétences financières des consommateurs, c'est-à-dire leurs aptitudes à gérer et à garder le contrôle de leurs finances (Taylor, 2011). Par exemple, l'Institut pour l'Education Financière du Public (IEFP), créé en France en 2006, développe des programmes et des communications d'éducation financière. A ce sujet, une étude réalisée par l'AMF (2004)² montre que près de 3 Français sur 4 affirment ne pas s'y connaître en finance. Plus inquiétant encore : non seulement les particuliers ne connaissent ou ne comprennent généralement pas suffisamment le domaine financier, mais ils croient le plus souvent en savoir bien plus que ce n'est le cas. A cet égard, la problématique générale de recherche dans ce domaine est de comprendre les comportements financiers problématiques du consommateur ainsi que la dynamique et les facteurs de changement vers des comportements améliorés.

Plusieurs orientations de recherche se développent en réponse à cette problématique générale. (Schuchardt et *alii*, 2009 ; Xiao, 2008) : (1) l'éducation financière du consommateur et l'évaluation des programmes d'éducation, (2) les recherches sur la socialisation économique

¹ L'expression « comportement financier du consommateur » couvre principalement ces aspects.

² AMF Créée par la loi n° 2003-706 de sécurité financière du 1er août 2003, l'Autorité des marchés financiers est issue de la fusion de la Commission des opérations de bourse (COB), du Conseil des marchés financiers (CMF) et du Conseil de discipline de la gestion financière (CDGF).

des consommateurs, (3) les travaux sur le changement de comportement fondés sur les théories comportementales et (4) les travaux consacrés à l'évaluation des risques financiers par les consommateurs.

Les recherches orientées sur l'éducation financière et sur la formation du comportement financier du consommateur mettent en avant les effets positifs des programmes d'éducation financière sur les connaissances et les comportements financiers ainsi que le rôle des agents de socialisation dans la formation du comportement financier adopté. Elles montrent que les programmes d'éducation financière, les séminaires sur le lieu de travail, les agents de socialisation améliorent les comportements financiers (Gutter et Renner, 2006 ; Kim, 2000 ; Solheim, Zuiker et Levchenko, 2011). Les recherches qui s'inscrivent dans ces perspectives sont les plus nombreuses.

Les recherches sur le changement de comportement sont plus rares et en particulier celles qui étudient les stratégies retenues par les consommateurs pour changer de comportement et évoluer ainsi vers des situations améliorées. Cette recherche de thèse s'inscrit dans ce courant qui pose la problématique suivante :

En considérant la progression du consommateur vers des comportements financiers améliorés, quelles sont les stratégies de changement qu'il utilise dans cette progression et quels sont les déterminants de ces stratégies ?

L'état actuel des recherches sur cette question incite à aller plus loin et à préciser les objectifs de la recherche ainsi que les implications académiques et managériales attendues.

Les contributions existantes

Les recherches centrées sur cette problématique considèrent des modèles de type statique et des modèles de type dynamique. Les premiers se fondent sur la théorie du comportement planifié de Ajzen (1991) ou sur la théorie de l'auto-détermination de Deci et Ryan (1985) et les travaux identifient un ensemble de déterminants individuels du changement. Les modèles dynamiques décrivent le processus de changement de comportement financier du consommateur en considérant son état d'avancement sur la trajectoire du changement. Ces modèles rassemblent le modèle d'autonomisation financière de Ford (Ford, Baptist et Archuleta, 2011) et le modèle transthéorique de changement de comportement financier du

consommateur (Prochaska et DiClemente, 1982). Ils montrent que les personnes passent par différentes phases pour changer de comportement et que les déterminants individuels varient en fonction de la phase dans laquelle se trouve la personne.

Le modèle d'autonomisation financière est développé dans le but de comprendre le processus de changement de comportement financier spécifiquement auprès des groupes marginaux. Ce modèle présente quatre phases de changement : une phase de préparation et trois phases allant de un à trois. En phase de préparation, le thérapeute financier s'assure que le client ne présente pas de graves problèmes de santé mentale. La phase 1 favorise l'utilisation de la thérapie cognitivo-comportementale et les techniques de base de conseils financiers. Les interventions narratives et expérimentales sont plutôt mises en place en deuxième phase (phase 2). En dernière phase (phase 3), il s'agit de préparer le « patient » à la phase de terminaison de la thérapie. Ce modèle centré sur les comportements problématiques extrêmes est difficilement applicable aux consommateurs cherchant seulement à équilibrer leur budget.

Le second modèle, dit modèle transthéorique, identifie cinq phases de changement : la précontemplation (le déni du comportement problématique et la résistance au changement), la contemplation (prise de conscience du problème et ambivalence face au changement), la préparation (se préparer au changement), l'action (s'engager dans le changement) et le maintien (maintien du nouveau comportement et la crainte de rechute). Les travaux de recherche montrent que la progression d'une phase à une autre résulte de l'utilisation de différentes stratégies de changement correspondants aux mécanismes que les personnes emploient pour modifier leurs comportements. La modification du comportement implique l'évaluation systématique des aspects positifs et négatifs du nouveau comportement (notion de la balance décisionnelle).

Ce modèle a toutefois fait l'objet de critiques et de suggestions d'amélioration. Quelques meta-analyses (Marshall et Biddle, 2001 ; Rosen, 2000) remettent en question la dichotomisation proposée des stratégies de changement en stratégies expérientielles vs stratégies comportementales³. Les phases et leur caractère séquentiel du modèle transthéorique initial sont fortement critiqués (Brodeur, 2006 ; Sullivan, 1998 ; Prochaska, DiClemente et Norcross, 1992). De plus, les recherches montrent la progression de la balance

³ Les processus expérientiels concernent la façon dont les individus prennent conscience de l'intérêt de changer de comportement. Les processus comportementaux correspondent aux actions mises en œuvre par les individus afin de les aider à devenir ou à rester actifs.

décisionnelle selon les phases et concluent que cette balance agit sur la modification du comportement et sur les stratégies de changement. L'influence de la balance sur les stratégies aussi bien que son influence sur la relation phases-stratégies n'ont pas encore fait l'objet de vérification empirique.

Ces différents éléments font ressortir la nécessité de progresser sur l'étude des déterminants du changement de comportement financier du consommateur en perspective dynamique auprès des jeunes adultes normaux et non nécessairement marginaux. On constate en effet que:

- Les stratégies de changement de comportement étudiées sont nombreuses et complexes. Cela vaut pour les stratégies narratives et expérimentales mises en avant dans le modèle d'autonomisation financière de Ford (Ford, Baptist et Archuleta, 2011) comme pour les stratégies (expérientielles vs comportementales) proposées par le modèle transthéorique (Prochaska et DiClemente, 1982). Une distinction entre stratégies de changement de type approche et de type évitement semble plus pertinente (Prochaska, Redding et Evers, 1996 ; Gomez, 2009 ; Elliot, 2008) mais celle-ci reste à confirmer.

- L'identification de l'étape de changement dans laquelle se trouve un consommateur est généralement considérée comme importante pour comprendre l'évolution vers le comportement souhaité mais l'affectation des personnes dans des phases de changement a un caractère strictement séquentiel et trop rigide (Ford, Baptist et Archuleta, 2011 ; Shockey et Seiling, 2004 ; Xiao et *alii*, 2004). Certains auteurs préconisent une approche par regroupement des consommateurs sur la base des caractéristiques des phases de changement (Brodeur, 2006 ; Levesque, Gelles et Velicer, 2000 ; Eckhardt, Babcock et Homack, 2004), mais cette perspective est encore peu adoptée et n'a pas encore été considérée en matière de comportement financier du consommateur.

- Le rôle joué par la balance décisionnelle (avantages et inconvénients du changement de comportement) dans la détermination des stratégies de changement commence à être analysé (Ham et Yoo, 2009) mais requiert davantage d'investigation.

- Certaines variables individuelles prises en compte par d'autres recherches (travaux sur la gestion budgétaire familiale ou sur les comportements compulsifs) méritent d'être intégrées dans les recherches et les modèles de changement. Ainsi en est-il de l'attitude envers l'argent (Hayhoe et alii, 2012 ; Lim, Teo et Loo, 2003) et de l'anxiété-trait (Sages, Britt et Cumbie, 2013). En effet, le sens que les gens donnent à l'argent détermine leur comportement à son égard ainsi que leur disposition naturelle à l'inquiétude et à l'appréhension de la menace.

Les objectifs de la recherche

Quelles sont les stratégies de changement de comportement financier utilisées par le consommateur et quels sont les déterminants de ces stratégies ? Les travaux existants montrent la nécessité de considérer la progression du consommateur vers des comportements financiers améliorés. Les modèles de changement existants incitent cependant à progresser sur plusieurs aspects. En premier lieu, ils encouragent à mieux analyser ces stratégies et à étudier la pertinence de leur classification selon le principe de l'approche-évitement. A cela s'ajoute les critiques du caractère rigide des phases de progression et les préconisations allant dans le sens d'une caractérisation plus générale de la situation du consommateur sur sa trajectoire de changement. Ils conduisent aussi à étudier le rôle de la balance décisionnelle dans la détermination de ces stratégies. Les objectifs de la recherche se précisent en regard des stratégies de changement et de leurs déterminants.

Le premier objectif est d'étudier les stratégies de changement de comportement financier du consommateur et d'examiner la pertinence de la dichotomisation approche-évitement de ces stratégies.

Les objectifs relatifs aux déterminants de ces stratégies se définissent en tenant compte des niveaux de progression des consommateurs vers le changement et des différences des influences de ces déterminants selon ces niveaux. Par conséquent :

Le deuxième objectif est d'étudier le rôle de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement pour des consommateurs se situant à un même niveau de progression, c'est-à-dire appartenant à un même groupe de changement construit à partir des états de précontemplation, contemplation, action et maintien.

Le troisième objectif est d'étudier, pour ces mêmes consommateurs, les influences de plusieurs variables individuelles sur les stratégies de changement : l'attitude à l'égard de l'argent (Hayhoe et alii, 2012 ; Lim, Teo et Loo, 2003), l'anxiété (Sages, Britt et Cumbie, 2013) et l'orientation paratélique dominante des personnes ; celle-ci très utilisée dans les problématiques de prévention et de soin (Loonis et Fernandez, 2004).

Le quatrième objectif est de comparer les influences de ces déterminants des stratégies de changement pour des consommateurs se situant à des niveaux de progression différents, c'est-à-dire appartenant à des groupes de changement distincts.

Contributions attendues de la recherche

L'intérêt de cette recherche sur le changement de comportement financier du consommateur peut être souligné en termes de contributions théoriques, méthodologiques et managériales.

Apports académiques

Les recherches relatives au comportement financier du consommateur mettent principalement en évidence l'effet de l'éducation financière sur la formation des comportements financiers adoptés. Un autre courant de recherche concernant les modèles de changement de comportement financier s'est ensuite développé distinguant entre les modèles de changement de type statique et les modèles de changement de type dynamique, appliqués le plus souvent auprès d'une population marginale (Ford, Baptist et Archuleta, 2011 ; Xiao et alii, 2004).

Néanmoins, cet axe de recherche est peu étudié chez la catégorie des normaux, voire inexistant dans un contexte français. Ce travail tente ainsi d'approfondir cet axe de recherche, et particulièrement par le développement d'un modèle conceptuel de changement de comportement financier du consommateur orienté approche-évitement. Il permet également d'ouvrir une nouvelle perspective de recherche en mettant en évidence la possibilité d'appliquer d'autres approches en vue de comparer les résultats obtenus.

Notre recherche se différencie des contributions précédentes à plusieurs niveaux théoriques. D'abord, les stratégies de changement proposées par le modèle sont toutes dichotomisées selon le principe approche-évitement socle sur lequel repose l'ensemble des classifications

motivacionnelles (Gomez, 2009 ; Elliot, 2008) et telles que définies initialement théoriquement par Prochaska, Redding et Evers (1996). Ensuite, les consommateurs sont situés dans le processus de changement en utilisant l'approche groupe de changement. Les dimensions de changement du modèle transthéorique (précontemplation, contemplation, action, maintien) ont servi de base à la construction de ces groupes. Puis, il y a les influences directes des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur les stratégies de type approche et de type évitement ainsi que le rôle de la balance décisionnelle (avantages et inconvénients du changement de situation) dans cette dernière relation. De plus, d'autres variables individuelles statiques notamment l'attitude à l'égard de l'argent et l'anxiété (trait) constituent des antécédents aux stratégies de changement d'approche et d'évitement. Enfin, la possibilité de pouvoir comparer les résultats obtenus entre différents segments du même groupe en fonction de l'orientation motivationnelle paratélique dominante et du genre s'inscrit aux contributions théoriques constatées dans cette recherche.

Enfin, au niveau méthodologique, la construction d'un instrument de mesure original pour les stratégies d'approche et d'évitement, le développement d'un nouveau construit et de ses mesures (balance décisionnelle) et l'adaptation française de construits existants (sentiment d'efficacité personnelle et orientation motivationnelle paratélique) pourront être réutilisés dans de nouvelles recherches.

Contributions managériales

Les contributions majeures de cette recherche reposent d'une part sur les facteurs inter-groupes pour améliorer le processus de changement de comportement financier du consommateur notamment les groupes de changement (en tant que nouvelle variable de segmentation des consommateurs), le conflit décisionnel ressenti, le sentiment d'efficacité personnelle moyen de contrôle du progrès et de l'importance de l'attitude à l'égard de l'argent ainsi que de l'anxiété (trait). D'autre part, elles s'appuient sur les facteurs intra-groupes à savoir les différences selon l'orientation motivationnelle paratélique dominante et les limites de la segmentation classique par le sexe. Des recommandations managériales pourraient alors être formulées tout en tenant compte des facteurs inter et intra groupes afin d'améliorer le changement de comportement financier du consommateur. Les implications se situent également au plan des actions pour favoriser les améliorations de comportements par des programmes et des actions d'éducation financière.

Présentation de l'étude

La thèse est organisée en deux parties. La première partie présente la revue de littérature sur le comportement financier du consommateur et les modèles de changement (chapitre 1), produit une recherche qualitative exploratoire et une analyse préliminaire des stratégies de changement (chapitre 2) et développe le modèle conceptuel et les hypothèses de recherche (chapitre 3).

La deuxième partie expose la méthodologie employée (chapitre 4) et présente les résultats des tests d'hypothèses (chapitre 5) ; ceux-ci sont ensuite discutés et les implications pour les professionnels, les éducateurs financiers et pour la recherche sont développés (chapitre 6). La recherche se termine par une synthèse des principaux résultats et implications présentés dans une conclusion générale.

PREMIÈRE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE

RECHERCHES PRELIMINAIRES

MODELE ET HYPOTHESES

PREMIERE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES,
MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 1 - COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET
MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

Chapitre 2 - RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT
DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Chapitre 3 – MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS
ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

Chapitre 4 - METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Chapitre 5 - PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 6- DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE
RECHERCHE

CHAPITRE 1

COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

La revue de littérature sur le comportement financier du consommateur permet de distinguer quatre orientations de recherche (Schuchardt et *alii*, 2009 ; Xiao, 2008) : (1) l'éducation financière du consommateur et l'évaluation des programmes d'éducation, (2) la socialisation économique des consommateurs, (3) les apports des théories comportementales et (4) l'évaluation des risques financiers par les consommateurs. L'objectif de la première de ces orientations de recherche est de montrer que les programmes d'éducation financière conduisent à des améliorations au niveau des connaissances, des attitudes et des comportements financiers (Lyons, 2005 ; Lyons, Palmer, Jayaratne et Scherpf, 2006). La deuxième orientation concerne le rôle joué par les principaux agents de socialisation (famille, pairs, médias, école, lieu du travail). La troisième orientation de recherche met en avant les théories du comportement appliquées au contexte financier et comprend des modèles de changement dont certains sont dynamiques. Les principales théories mobilisées par cette orientation sont la théorie du comportement planifié (Xiao, 2008), le modèle transthéorique du changement (Xiao et *alii*, 2004), la théorie de l'auto-détermination (Stone, Bryant et Wier, 2008) et la théorie des besoins (DeVaney, Anong et Whirl, 2007). Pour motiver les changements de comportement, il est nécessaire de comprendre la façon dont les comportements sont formés et comment aider les consommateurs à développer les comportements financiers souhaités. Les chercheurs de ce segment s'intéressent principalement à identifier les principaux facteurs psychologiques permettant de faciliter le changement de comportement de la personne. Les changements des comportements financiers sont associés à une bonne gestion de l'argent, au contrôle de la dette et à une épargne programmée et régulière (Xiao, 2008). La quatrième orientation traite de l'évaluation du risque financier par le consommateur et plus particulièrement de son degré de tolérance au risque (Hanna, Waller et Finke, 2008).

Figure 1 : Les orientations de recherche sur le comportement financier du consommateur d'après Schuchardt et alii (2009)



Les deux premières de ces quatre orientations partagent des centres d'intérêt assez proches et peuvent être regroupées dans une même thématique que nous appelons éducation financière et formation du comportement financier du consommateur. Cette thématique vise à comprendre la formation du comportement financier du consommateur. La troisième orientation est considérée en distinguant les différents modèles de changement de comportement financier du consommateur. Cette thématique s'intéresse principalement aux facteurs internes favorisant le changement de comportement financier. La dernière orientation, l'évaluation du risque financier par le consommateur, n'est pas développée car trop éloignée de la problématique générale de cette recherche. Cette recherche présente par conséquent la revue de littérature sur le comportement financier du consommateur en deux parties. La première met en avant l'éducation financière et la formation de ce comportement (Section 1). La seconde présente les modèles de changement de comportement financier (Section 2) en distinguant les modèles statiques, qui utilisent par exemple la théorie du comportement planifié, et les modèles dynamiques dont fait partie le modèle transthéorique du changement.

SECTION 1 : EDUCATION FINANCIERE ET FORMATION

DU COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Cette section présente les influences des programmes d'éducation financière et de la socialisation financière sur les connaissances et comportements financiers. L'éducation financière couvre différents types de programmes mais les recherches concernent principalement les réalisations dans les établissements scolaires et les séminaires sur le lieu du travail (I). Les principales théories sociologiques appliquées au comportement financier du consommateur sont la théorie de socialisation (Moschis, 1985), la théorie du rôle (Turner, 1990) et la théorie sociale cognitive (Bandura, 1986). Ces approches proposent une description des modes d'apprentissage auprès des principaux modèles de socialisation que sont la famille, l'école, les pairs et les médias.

I. Les recherches sur les programmes d'éducation financière

Depuis quelques années, l'éducation financière est fortement présente dans les programmes économiques de nombreux pays. L'éducation financière a pour objectif de faire acquérir aux personnes des connaissances spécifiques et de développer des capacités pouvant déterminer un comportement de consommateur averti (Coppack et Brennan, 2005 ; Coppack, Brennan et Wadams, 2008). Les pays et les organismes bancaires et de crédit prennent des initiatives (Tableau 1) pour améliorer les compétences financières des jeunes consommateurs, c'est-à-dire leurs aptitudes à gérer et garder le contrôle de leurs finances (Taylor, 2011). En France, l'Institut pour l'Education Financière du Public (IEFP) développe ainsi des programmes et des communications d'éducation financière. Au Canada, plusieurs organismes permettent aux consommateurs d'obtenir des conseils en matière de budget familial et de crédit. En Suisse, un programme de prévention est mis en œuvre par une collaboration entre partenaires publics et privés pour lutter contre le surendettement des ménages. En Belgique, divers fonds publics soutiennent des mesures d'information et de sensibilisation à la problématique du surendettement et de l'amélioration de la gestion de son budget. Ces initiatives ciblent

souvent les jeunes. Au Luxembourg, le Service d'Information et de Conseil en matière de Surendettement (SICS), lance des campagnes de prévention auprès des jeunes avec le soutien du Ministère de la Famille et de l'Intégration. Les initiatives se multiplient aussi dans les banques et sociétés de crédit. Un programme d'éducation budgétaire a été mis en place dès 2010 par la Société Générale et la Fédération des Associations Crésus, auprès de 1.500 jeunes et avec pour objectif de les prémunir contre les situations de surendettement. Axa Banque a aussi lancé en 2014 son programme d'éducation budgétaire pour les jeunes.

Tableau 1 : Quelques initiatives d'éducation budgétaire et financière des consommateurs

Pays	Date de lancement	Acteur	Intitulé du programme	objectifs
Luxembourg	2012	Service d'information et de conseil en matière de surendettement	- Ateliers de prévention "Consommer responsable" - Campagne "Budget-jeune"	- Préparer les enfants à se préserver du surendettement et de ses conséquences. - Former des citoyens responsables. - Les éduquer à la consommation à l'égard de toutes les sollicitations dont ils sont l'objet.
Suisse	2007	Fédération romande des consommateurs	- Consultation individuelle "Prenez votre budget en main!"	- Sensibiliser les jeunes adultes à la problématique de l'endettement. - Fournir un appui pour établir un budget. - Les rendre conscients de la nécessité d'adapter leur budget en cas de modification des charges ou du revenu.
Royaume-Uni	2009	Groupe d'enseignement des finances personnelles	- Aide aux enseignants "Quality Mark Resources"	- Développer les capacités financières des jeunes à l'aide de supports pédagogiques de qualité. - Apprendre aux jeunes à planifier leur avenir financier.

Etats-Unis	1996	Jump\$ start Coalition for Personal Financial Literacy	- Ressources en ligne "Financial smarts for students"	- Aider les Américains à comprendre et à gérer leurs finances. - Leur permettre de faire des choix éclairés, d'éviter les pièges, de savoir où trouver de l'aide et de poser les bons gestes pour améliorer leur bien-être financier présent et à long terme.
Canada	1971	Les associations coopératives d'économie familiale	- Services d'intervention "Protégez-vous"	- Actions budgétaires préventives et curatives. - Apprendre aux consommateurs à gérer leurs finances en vue d'éviter autant que possible les problèmes d'endettement.
France	2010	La Société Générale et la Fédération des Associations Crésus	- Plate-forme de prévention "Education budgétaire"	- Eduquer les jeunes de 16 à 25 ans aux concepts budgétaires et financiers. - Les aider à décoder la terminologie financière et budgétaire pour leur permettre de gérer leur budget -souvent serré- au quotidien. - Les prévenir des situations de surendettement.

A côté de ces initiatives, des travaux de recherche visent à évaluer l'impact des programmes d'éducation financière sur les connaissances et comportements financiers. Ces travaux ont pour principal objectif d'établir des méthodes d'évaluation afin de s'assurer que les programmes d'éducation financière offerts fonctionnent efficacement et de définir la réussite de ces programmes. Ils concernent d'une part les programmes d'enseignement et, d'autre part, les séminaires sur le lieu du travail.

1. Les recherches sur les programmes d'enseignement

Dans les travaux de recherche sur les programmes d'enseignement, les auteurs se sont focalisés sur l'évaluation de ces outils pédagogiques selon trois principales approches.

La première approche permet d'évaluer les connaissances acquises par les programmes proposés pendant les cours. La deuxième approche évalue les comportements et se fonde principalement sur des études statistiques comparatives de l'adoption des comportements financiers souhaités. La troisième est une approche expérientielle qui permet d'évaluer les connaissances et comportements financiers à l'aide d'un ensemble d'outils pédagogiques expérientiels.

1.1 L'approche de l'évaluation des connaissances acquises

Trois méthodes d'évaluation des connaissances sont identifiées dans la littérature : (1) *post-then-pre-test*, (2) *avant-après* et (3) *auto-évaluation de soi*. Généralement, les trois méthodes mentionnées ci-dessus cherchent à évaluer les changements dans les niveaux de connaissances acquises entre le début et la fin du programme. Les données sont recueillies par questionnaires auto-administrés.

Le choix entre ces trois méthodes se fait en fonction du contexte et du type de programme, de son contenu, des participants, des contraintes temporelles et budgétaires. En général, les chercheurs considèrent que la méthode *post-then-pre-test* réduit le biais de changement de réponse. En effet, cette méthode prend en compte les changements des connaissances de l'apprenant en lui permettant d'évaluer ce qu'il ne connaissait pas avant le démarrage du programme et ce qu'il a appris à la fin du programme, sur un même questionnaire distribué après avoir suivi le programme (Rockwell et Kohn, 1989). Cette méthode offre des données assez précises car les participants réfléchissent à ce qu'ils ont appris (Davis, 2003). La méthode *post-pre test* permet d'évaluer le niveau de connaissance (ou de maîtrise) du sujet en deux temps, avant et après l'apprentissage. Elle vise essentiellement à mesurer les résultats objectifs du programme d'enseignement et non la perception du changement des

connaissances financières par les participants. Avec la méthode de *l'auto-évaluation de soi*, les participants doivent reconnaître leur propre niveau de connaissances.

La méthode de tests simultanés

L'organisme « US National Endowment for Financial Education⁴ » a créé un programme sur la planification financière (HSFPP) disponible gratuitement pour toutes les écoles secondaires américaines (Danes, 2004). Le programme se compose d'une série de modules conçus pour être utilisés dans les écoles secondaires et enseignés d'une manière flexible, sur une période minimale de 10 heures. Les thèmes abordés incluent la planification financière, les carrières, la budgétisation, l'épargne et l'investissement, le crédit et l'assurance. Un manuel de formation est fourni aux enseignants tandis que les élèves reçoivent leur propre guide étudiant. Pour permettre une évaluation du programme HSFPP, les élèves sont invités à remplir un questionnaire (Danes, 2004). Les questions sont conçues dans un premier temps pour faire réfléchir les élèves sur leurs connaissances antérieures et les amener à réfléchir à ce qu'ils connaissaient bien avant le début du cours et dans un second temps pour évaluer ce qu'ils ont appris (*post-then-pre-test*). La littérature montre que cette approche est la plus appropriée dans la mesure où les gens ne sont pas au courant de ce qu'ils ne connaissent pas. L'avantage d'une telle approche est que le *pré-test* rétrospectif donne des résultats plus précis à la fin du programme car les réponses sont données dans un même cadre de référence que le *post-test* (Rockwell et Kohn, 1989).

Les résultats de l'évaluation montrent que les élèves ont atteint un meilleur niveau de compréhension et de savoir après le suivi de la formation : 67% des élèves sont tout à fait d'accord pour dire qu'ils sont capables de faire la différence entre leur besoin et leur désir après avoir suivi le cours contre 44% estimant savoir le faire avant le cours ; 56% des élèves sont fortement d'accord pour dire après le cours que la façon dont ils gèrent leur argent aura une incidence sur leur avenir, contre 33% seulement avant le cours. Les élèves suivis sur les trois mois suivants semblent en savoir encore plus ou sont devenus plus confiants quant à leurs connaissances. Les auteurs suggèrent que l'accroissement de leurs connaissances et de leurs niveaux de confiance est dû à la maturité plutôt que l'éducation en question. La

⁴ National Endowment for Financial Education est une fondation privée non lucrative aux Etats-Unis dont le but est d'améliorer les connaissances et la sensibilisation des américains sur les questions financières afin de leur fournir les compétences nécessaires pour prendre le contrôle de leur propre futur financier.

sensibilisation de ces élèves est améliorée parce qu'ils ont commencé à prendre conscience et à saisir les différentes opportunités qui se présentent à eux comme les articles de presse ou une discussion avec leurs parents. Néanmoins, sans un groupe de contrôle, les auteurs n'ont pas pu tester ces hypothèses.

La méthode de test avant-après

L'Australian Youth Financial Literacy Trial Program a été testé sur des adolescents de 12 à 13 ans vivant dans des zones à faibles revenus. Le programme offre deux modules centrés sur les préoccupations des jeunes d'aujourd'hui : le téléphone mobile et l'utilisation responsable des cartes de crédit (Russell, Brooks et Nair, 2006). Des enquêtes quantitatives administrées par les enseignants sont menées selon une approche *post-pre test* avec pour objectif d'évaluer le programme. L'enquête avant la formation porte sur des questions concernant leur niveau en calcul et en informatique, leurs attitudes à l'égard des dépenses, de l'épargne et des dettes, leurs attentes du programme et leurs niveaux d'utilisation d'une gamme de produits financiers y compris l'utilisation de crédit et de téléphone mobile. L'enquête réalisée après la formation permet de mesurer la compréhension et les connaissances acquises par les élèves : 95% estiment qu'ils ont accru leurs connaissances relatives à l'utilisation des cartes de crédit et du téléphone mobile et 60% trouvent les leçons extrêmement utiles. La majorité des élèves déclare apprécier ce type d'enseignement. Le projet pilote a été lancé sur un petit nombre d'écoles et la taille de l'échantillon reste donc relativement faible, ce qui rend difficile la généralisation des conclusions.

La méthode d'auto-évaluation de soi

Des initiatives similaires sont lancées en Ecosse et en Australie. L'étude Ecossoise réalisée sur le grand projet « Easterhouse Money Advice Project » (GEMAP) montre que tous les partenaires et les participants ont apprécié ce programme d'éducation financière. Malgré les efforts considérables réalisés pour recueillir les données, l'évaluation du GEMAP a connu une série de complications (Scottish Executive Social Research, 2007). En particulier, une grande partie de l'évaluation des résultats s'est appuyée sur un instrument de mesure *d'auto-évaluation de soi* où les participants devaient reconnaître leur propre niveau de connaissances (Exemple : des échelles de Likert sont utilisées avec des déclarations telles que « *Je connais tout sur les coûts d'un prêt* » et « *Je connais la différence entre une carte de crédit et une*

carte de débit »). De plus l'évaluation n'a pas tenu compte de questions telles que le nombre de participants ayant ensuite ouvert un compte bancaire. Les connaissances des élèves ne sont pas testées avant et après le cours et aucun groupe de contrôle n'est identifié.

1.2 L'approche d'évaluation des comportements

L'approche d'évaluation des comportements est fondée principalement sur des études statistiques comparatives de l'adoption des comportements financiers appropriés associés à la nature des programmes d'enseignement.

Bernheim, Garrett et Maki, (1997) analysent l'impact des programmes d'éducation financière des établissements secondaires de différents états sur l'évolution des taux d'épargne et constatent un effet positif. Plus précisément, les auteurs utilisent l'enquête sur les ménages réalisée par la banque d'investissement américaine *Merrill Lynch* pour étudier la différence dans les taux d'épargne (flux) et la richesse (stock) des différents états en fonction des programmes d'éducation financière proposés. Les auteurs constatent que dans les états où les programmes d'éducation financière sont obligatoires, les taux d'épargne des étudiants sont en moyenne 1,5% plus élevés cinq ans plus tard que ceux qui ne sont pas exposés au programme.

Dans le même sens, Tennyson et Nguyen (2001) montrent l'efficacité de ce type de programmes sur les finances personnelles. Les données proviennent de l'enquête Jump\$Start (1997) menée dans un cadre universitaire. Le questionnaire comporte 31 questions à choix multiple concernant quatre thèmes autour des finances personnelles et contient aussi des questions sur les caractéristiques individuelles, démographiques et familiales des participants. Les auteurs constatent que les efforts d'éducation financière sont plus susceptibles d'améliorer les comportements financiers des étudiants si le curriculum requiert l'enseignement de concepts de base liés aux finances personnelles pendant un cours spécifique. En revanche, la formation standard – générique – et les mandats d'essai liés aux finances personnelles sont non significatifs.

A l'inverse, d'autres études concluent que l'éducation financière ne conduit pas à une amélioration des connaissances financières et à un meilleur comportement de gestion financière (Cole et Shastry, 2008). Mandell (2006a) constate que cinq ans après avoir suivi un cours de niveau secondaire sur l'éducation financière, les élèves ne sont pas plus

compétents financièrement et n'ont pas de meilleures attitudes envers l'épargne ou de meilleurs comportements financiers que les élèves n'ayant pas suivi le cours. D'autres études réalisées par Klein et Mandell (2009) et Cole et Shastry (2008) ont les mêmes conclusions. Certains émettent l'hypothèse que cette inefficacité tient au fait que l'éducation financière est enseignée tardivement dans la vie des jeunes (Godsted et McCormick, 2006). En effet, les adolescents sont moins réceptifs à l'éducation financière et ils ont déjà développé des habitudes financières difficiles à corriger (Mandell, 2009). Holden et *alii* (2009) considèrent que l'éducation financière doit cibler les enfants plutôt que les jeunes en leur apportant des croyances, des valeurs et des habitudes à un âge précoce, dans le but de changer de façon permanente un certain nombre de comportements financiers (Exemple : mettre de l'argent de côté de façon systématique).

1.3 Evaluation de l'apprentissage expérientiel

La littérature souligne l'importance de l'apprentissage par la pratique « *learning by doing* » en faisant valoir que l'enseignement ne doit pas être isolé de l'expérience de la vie réelle (Harris, Denise et Thomas, 1989 ; Dewey, 1938). L'apprentissage expérientiel permet aux étudiants de tester leur compréhension et d'explorer leurs idées de développement à travers l'interaction avec l'environnement (Gregory, 2002 ; Galligan, 1995 ; Mezirow, 1991 ; Harris, Denise et Thomas, 1989 ; Kolb, 1984). L'apprentissage expérientiel utilise un cycle d'action, de réflexion, de conceptualisation et d'expérience nouvelle. Ce processus permet à l'apprenant d'adopter de nouvelles constructions théoriques des connaissances et conduit à de nouvelles expériences et de nouveaux apprentissages (Galligan, 1995). Il existe une variété de méthodes pédagogiques expérientielles fondées sur le principe de l'apprentissage par la pratique : les jeux de rôle, la simulation, l'imagination et l'exploration interne, les rencontres et les groupes de travail (Jarvis, 2002 ; Tosey, 2002 et Thomas, 2004).

Mandell (2006b) réalise une étude expérimentale sur l'impact d'une pièce de comédie sur des collégiens et conclut qu'il n'est pas représentatif. Toutefois, pour identifier les changements apportés par cette expérience d'apprentissage, il fait remplir un questionnaire avant et après la comédie dans un laps de temps d'un mois entre l'enquête initiale et l'enquête de suivi à plus de 1000 élèves (respectivement 1880 et 1384). Il trouve que certains indicateurs sont significatifs : la moyenne des élèves ayant répondu correctement au formulaire est passée de 64,1% à 68,9% après avoir vu le spectacle. Cette amélioration du niveau des connaissances

est constatée chez les plus jeunes et chez ceux qui n'ont pas de compte d'épargne. En effet, la proportion d'élèves ayant un compte d'épargne est passée de 51,4% à 54,6%. Il est tout à fait possible que les élèves ont ouvert un compte d'épargne parce qu'ils ont pris conscience de son importance ; cependant, d'autres résultats indiquent que le montant des sommes épargnées n'a pas augmenté. Le traitement des données de l'enquête montre que les élèves ont appris l'information factuelle et qu'ils ont du mal à comprendre les relations de causalité du message. Cela s'explique par l'âge moyen de l'échantillon. Mandell (2006b) note que selon les neuro-économistes, les comportements d'épargne sont liés aux émotions. De ce fait, il propose d'utiliser une pièce de tragédie plutôt qu'une comédie, en raison de ses effets plus émotionnels.

En Écosse, le Scottish Book Trust⁵ a mis à l'essai une approche de conte en matière d'éducation financière visant les enfants de 8 à 12 ans. Ce conte est rédigé par les plus grands auteurs sous le titre « On the money » afin d'élaborer des scénarios financiers pouvant être débattus dans la classe (Cochrane, 2006). Il y a plusieurs avantages liés à l'utilisation des histoires pour discuter des questions complexes : le pouvoir d'impliquer le public/les lecteurs dans la situation et la possibilité de les amener à vivre les conséquences de leurs décisions et de leurs comportements sans avoir à les subir réellement. Aucune évaluation n'est menée avant et après l'application de l'approche du conte mais une rétroaction qualitative auprès des enseignants et des élèves est documentée et partagée dans le rapport de Cochrane (2006). La discussion en classe entre élèves et enseignants révèle que les élèves ont identifié certains messages clés à partir du conte : 1) la différence entre désirs et besoins, 2) l'importance de l'épargne, 3) les pressions financières sur les parents y compris leur « pouvoir d'influence » supplémentaire "*pester power*". Il se trouve que les adultes doivent faire face à ce pouvoir de leurs enfants qui correspond souvent à un désir de consommation immédiate. Un tel désir peut conduire à des dépenses excessives, voire à pousser les parents à utiliser des crédits à la consommation irraisonnables. Les enseignants estiment que les élèves ont utilisé les termes financiers clés appropriés après avoir vu le conte, des termes tels que « carte de crédit, intérêt, faillite, comptes bancaires, épargne et impôts ». Les entretiens qualitatifs avec les enfants confirment les mêmes propos : « *Ce qui m'a vraiment marqué, c'est quand il a dit que vous n'avez pas besoin d'argent pour avoir du plaisir* » ; « *Il vaut mieux être une personne qui épargne qu'une personne qui emprunte* ». Compte tenu des observations de Mandell (2006b)

⁵ Scottish Book Trust est une agence leader qui a pour objectif la promotion de la lecture et de l'écriture de la littérature en Écosse.

qui considère que les comportements d'épargne soient liés aux émotions, l'auteur suggère qu'il serait intéressant de partager des histoires à la fois tristes et comiques et de comparer par la suite les rétroactions sur les élèves.

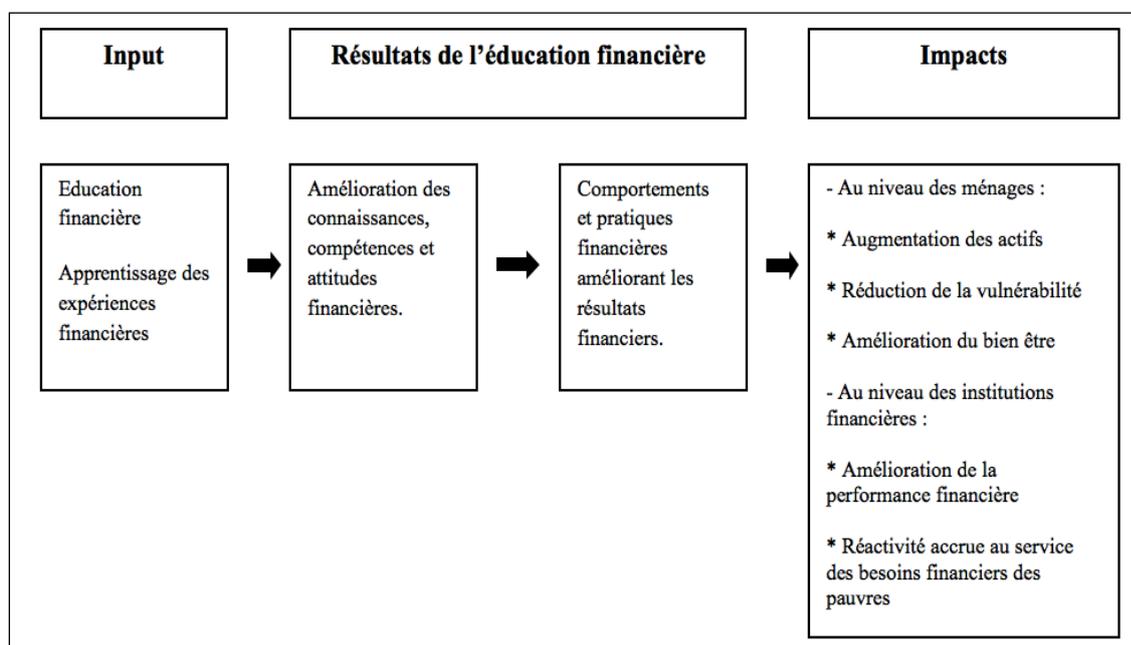
À l'Université de Hradec Králové⁶, l'apprentissage virtuel est utilisé avec succès comme support de formation à distance à de nombreux sujets financiers. Parmi eux, une application vise à améliorer le niveau de l'éducation financière, en l'occurrence faire acquérir aux étudiants des connaissances de base sur les services et produits financiers (Chlouba, Šimková et Němcová, 2011). Cette application n'a pas pour objectif de promouvoir un produit ou un service financier particulier. Elle propose quatre thèmes : la connaissance monétaire (système de paiement monétaire vs non monétaire), la connaissances des prix (taxes, inflation, les pratiques de prix), l'apprentissage des budgets (bilan, actifs, passifs, déficit, excédent) et la formation juridique (contrats, crédits, lois). En outre, elle contient un glossaire avec la possibilité de rechercher certains termes et un module test. L'efficacité de cette application pour l'amélioration des connaissances des élèves en matière d'éducation financière n'a pas fait l'objet d'une évaluation empirique.

1.4 L'apprentissage des expériences financières et actions d'éducation

L'apprentissage des expériences financières peut interagir avec l'éducation financière et influencer les comportements financiers des consommateurs et leur bien-être. Dans leur modèle d'évaluation des résultats de l'éducation financière (Figure 2), Sebstad, Cohen et McGuinness (2006) analysent ainsi la relation entre les programmes d'éducation financière (*inputs*), les résultats financiers (*throughputs*) et les impacts sociaux et institutionnels (*outputs*). Ils définissent les programmes de formation, les séminaires, les campagnes et les autres événements d'apprentissage de la micro-finance notamment les expériences financières passées comme des *inputs* de l'éducation financière. Ces auteurs soulignent, qu'en plus des programmes d'éducation financière, les individus apprennent également à partir de leurs propres expériences personnelles difficiles que Courchane et Zorn (2005) appellent « école des coups durs ; *school of hard knocks* ». Ainsi, l'apprentissage de ces expériences interagit avec l'éducation financière pour influencer les comportements et les résultats.

⁶ Hradec Králové est une des plus grandes universités de la République Tchèque et compte 7 000 étudiants.

**Figure 2 : Modèle d'évaluation des résultats de l'impact
de l'éducation financière (Sebstad, Cohen et McGuinness, 2006)**



Plusieurs caractéristiques liées à l'éducation financière (*inputs*) conditionnent les résultats. En premier lieu, la conception de l'éducation financière conduit à définir les comportements qu'elle cherche à atteindre et qui mènent aux résultats. Ensuite, il y a la question du groupe cible de l'éducation financière et dans quelle mesure le programme permet d'atteindre ce groupe. Un autre facteur est la pertinence du contenu d'éducation proposé. Le niveau d'exposition des participants à l'éducation financière ou la fréquence de la prestation est aussi à prendre en compte. Le système de prestation est aussi à considérer car le moment, le lieu et le mode d'éducation financière conditionnent beaucoup les résultats. La nature du prestataire joue aussi un rôle (organismes de services sociaux, institutions de formation, institutions financières, organisations professionnelles, groupes d'intérêt spéciaux comme les organisations au service des jeunes).

La culture financière (*throughputs*) est définie comme le niveau de connaissance des concepts financiers de base et les compétences et les attitudes relatives à la traduction de ces connaissances en comportements qui améliorent les résultats financiers (Sebstad, Cohen et McGuinness, 2006). La connaissance des concepts financiers couvre l'établissement d'un budget, les éléments d'un plan d'épargne, les conditions de prêts et la différence entre les différents types d'institutions financières. Les compétences nécessaires pour traduire ces connaissances en comportement peuvent inclure comment faire un plan de dépenses, ouvrir un compte d'épargne, calculer un taux d'intérêt, ou obtenir des renseignements sur les produits et les services offerts par une institution financière. Les attitudes couvrent la motivation pour atteindre son objectif financier, l'engagement à respecter un plan de dépenses, la discipline pour épargner régulièrement. L'amélioration des connaissances financières, des compétences et des attitudes contribuent à la formation du comportement financier. Un exemple de comportement peut être le passage d'un comportement financier proactif à un comportement financier réactif, par d'exemple, avoir un plan de dépenses pour gérer à l'avance son budget, réduire ses dépenses inutiles, épargner plus régulièrement. Ce type de comportement conduit à son tour à une amélioration des résultats financiers.

Les résultats financiers comprennent l'atteinte d'un objectif bien précis, par exemple l'établissement d'un fond d'épargne pour les imprévus et l'achat d'une maison ou d'autres actifs. Ils peuvent aussi viser la réduction du stress financier (le sentiment de pression financière dû à des exigences financières incessantes et à des soucis financiers). Un autre résultat peut prendre la forme d'une plus grande satisfaction, d'un sentiment de contrôle financier et de bien-être financier. Il peut aussi s'agir de la diminution du temps passé sur les questions financières, ou encore du nombre de fois où des questions financières personnelles interfèrent avec l'accomplissement d'autres tâches (Kim et Garman, 2004).

La culture financière a un impact social et institutionnel important (*outputs*). Au niveau institutionnel, cette culture contribue à une meilleure performance financière par exemple la croissance, l'argent disponible, les taux de remboursement et la rentabilité des capitaux propres et des actifs. Au niveau social, celle-ci assure une meilleure interaction entre les personnes à faibles revenus et les institutions financières.

2. Les travaux sur l'efficacité de l'éducation financière sur le lieu de travail

De nombreuses recherches en comportement financier du consommateur se sont intéressées à analyser les effets des séminaires et des programmes offerts aux salariés sur leur lieu de travail (Fletcher, Beebout et Mendenhall, 1997 ; Kim, Bagwell et Garman, 1998 ; Russell, 1997 ; Taylor-Carter, Cook et Weinberg, 1997 ; Bernheim, 1996 ; Bernheim et Garrett, 1996 ; DeVaney et *alii*, 1995 ; DeVaney, Gorham, Bechman et Haldeman, 1996 ; Godwin et Carroll, 1986 ; The National Summit on Retirement Savings, 1998 ; Varcoe et Wright, 1991 ; Clancy, Grinstein-Weiss et Schreiner, 2001 ; Lusardi, 2003).

L'éducation financière sur le lieu du travail est définie comme l'information, l'éducation et/ou les services apportés par un employeur pour aider son personnel à prendre des décisions financières informées sur les régimes de retraite, les avantages sociaux, le crédit et la gestion financière ainsi que sur les droits des consommateurs (Garman, 1998 ; Garman et Bagwell, 1998). Elle peut être apportée par des écrits (brochures, newsletters, site web...) soit en consultation individuelle ou au sein d'un groupe de soutien, d'ateliers et de séminaires (Bernheim et Garrett, 1996 ; Renninger, 1997; Wechsler, 1997). Ces programmes d'éducation financière sur les lieux du travail se développent principalement aux États-Unis pour apporter une réponse aux besoins des employés et aux obligations imposées par l'*Employment Retirement Income Security Act*⁷ (ERISA).

Plusieurs travaux de recherche montrent que les salariés ont l'intention de mieux gérer leurs finances personnelles et de changer leur comportement financier après avoir participé à un séminaire ou à un atelier financier (Fletcher, Beebout et Mendenhall, 1997 ; Kim, Bagwell et Garman, 1998 ; Russell, 1997 ; Taylor-Carter, Cook et Weinberg, 1997). Les intentions témoignent du désir d'accroître son épargne, de commencer à cotiser à un régime de retraite et de rembourser le solde des dettes de sa carte de crédit. Les participants sont aussi plus confiants dans leurs décisions d'épargne et d'investissement (DeVaney et *alii*, 1995). La participation aux programmes de préparation à la retraite a un impact positif sur les attentes

⁷Employment Retirement Income Security Act promulgué en 1974. ERISA est une loi fédérale qui établit des normes minimales pour les régimes de retraite dans le secteur privé et prévoit des règles détaillées sur les effets de transactions fiscales fédérales associées aux plans d'avantages sociaux pour aider les employés à bien équilibrer travail et vie personnelle.

des salariés à l'égard de la retraite (Taylor-Carter, Cook et Weinberg, 1997). L'éducation financière sur les lieux de travail augmente la confiance et améliore l'attitude des salariés envers la gestion de leur argent (Employee Benefits Research Institute, 1998).

Fletcher, Beebout et Mendenhall (1997) montrent aussi que la participation à des séminaires d'éducation financière sur les lieux du travail améliore les connaissances, les attitudes et les comportements financiers. Les participants signalent également des changements au plan des émotions et des attitudes à l'égard des finances personnelles. Bernheim et Garrett (1996) constatent que l'éducation financière sur le lieu du travail influence fortement le comportement financier des ménages. D'autres recherches montrent que les programmes de préparation à la retraite font augmenter le taux moyen de l'épargne globale de 2.2% par rapport aux revenus annuels (Bernheim, 1996 ; Lusardi, 2004 ; Joo et Grable, 2005). L'éducation financière se traduit aussi par des changements réels dans les pratiques de gestion financière (Bernheim, 1996 ; Bernheim et Garrett, 1996 ; DeVaney et alii, 1995 ; DeVaney, Gorham, Bechman et Haldeman, 1996 ; Godwin et Carroll, 1986 ; The National Summit on Retirement Savings, 1998 ; Varcoe et Wright, 1991).

Les séminaires et les programmes relatifs à l'éducation financière offerts aux employés de façon régulière parviennent à accroître les taux de participation et de contribution principalement pour les salariés à faible revenu (Clancy, Grinstein-Weiss et Schreiner, 2001 ; Lusardi, 2003 ; Bayer, Bernheim et Scholz, 1996), influencent les décisions des salariés (Bernheim et Garrett, 1996 ; Staten, Elliehausen et Lundquist, 2002 ; Hira et Zorn, 2001), améliorent leur satisfaction financière future (Hira et Loibl, 2005) et réduisent le niveau du stress financier (Edmiston, Gillett-Fisher et McGrath, 2009). Les autres formes d'éducation financière sur le lieu du travail, c'est à-dire les séminaires occasionnels, les newsletters et les brochures ne sont pas significatifs (Martin, 2007).

D'autres travaux procèdent à l'évaluation des programmes d'éducation financière sur les lieux de travail en considérant cinq aspects fondamentaux : (1) définir un programme de réussite, (2) choisir les indicateurs et les résultats appropriés, (3) favoriser la participation au programme, (4) concevoir et mettre en œuvre les évaluations et (5) trouver les ressources financières (Bell et Lerman, 2005 ; Fox, Bartholomae et Lee, 2005 ; National Endowment for

Financial Education, 2004 ; US Government Accountability Office⁸, 2004 ; Lyons et *alii*, 2006). Ils considèrent que les résultats de l'impact des programmes d'éducation financière sont très différents en fonction de l'objectif du programme, de la conception de son contenu et de sa mise en œuvre. Toute stratégie d'évaluation doit ainsi commencer par définir un ensemble de questions spécifiques, des niveaux pertinents d'analyse et des indicateurs de mesure. Il convient également de préciser les critères d'évaluation (les changements prévisibles attendus du programme) pour les publics (groupes cibles). Le choix des indicateurs de résultats doit être guidé par une conception détaillée du « chemin d'impact » qui retrace la relation entre un type particulier d'éducation financière, le niveau de changement des personnes en matière de connaissances financières, les compétences et attitudes, le changement des comportements financiers et des résultats financiers. Des niveaux plus généraux de changement social sont aussi à prendre en compte, par exemple le bien-être de l'individu.

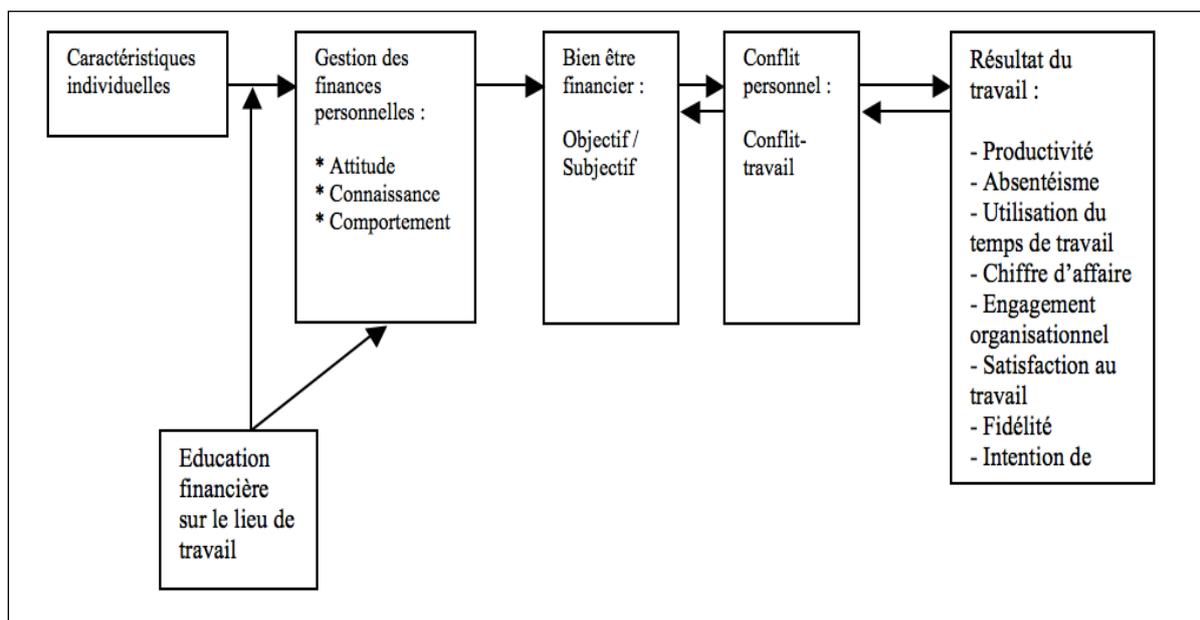
D'autres auteurs étudient le lien entre les difficultés financières et la productivité au travail (Darby, 1997 ; Garman, Leech et Grable, 1996 ; Luther, Leech et Garman, 1998 ; Drentea, 2000 ; Mills et *alii*, 1992). Les difficultés financières ont des répercussions négatives sur la productivité des travailleurs (Garman, Leech et Grable, 1996). En revanche, l'éducation financière sur le lieu du travail améliore la gestion des finances personnelles des travailleurs. Les calculs réalisés estiment que le retour sur investissement est positif pour les employeurs ayant offert des formations financières sur les lieux du travail à leurs salariés (Garman, 1998, 1999 ; Joo et Garman, 1998 a, b, c). Deux modèles ont été développés pour expliquer l'effet sur la productivité au travail de l'éducation financière apportée par les employeurs (Kim, 2000 ; Joo, 1998).

Le modèle de Kim (2000) propose que les caractéristiques individuelles des salariés ont un effet sur leur façon de gérer leurs finances personnelles mais que l'éducation financière sur le lieu du travail permet de changer leurs attitudes envers la gestion de leurs finances personnelles, d'améliorer leurs connaissances financières et de changer leurs comportements financiers. Les changements au niveau de la gestion des finances personnelles agissent positivement sur le bien-être financier apprécié par des indicateurs objectifs (revenu,

⁸Government Accountability Office est l'organisme d'audit, d'évaluation et d'investigation du Congrès des États-Unis en charge du contrôle des comptes publics. Il fait partie de la branche législative du gouvernement fédéral des États-Unis.

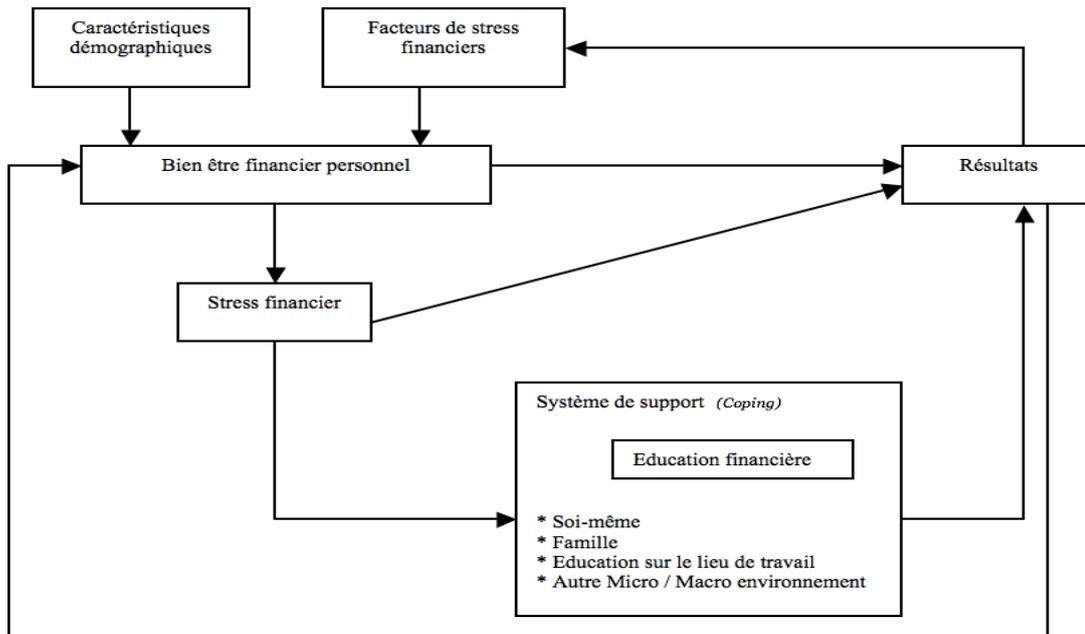
patrimoine...) et subjectifs (satisfaction/insatisfaction). Ce bien-être financier influence *positivement* la productivité, le chiffre d'affaires, l'engagement organisationnel, la satisfaction au travail et la fidélité et *négativement* les conflits entre salariés, l'absentéisme et l'intention de quitter l'entreprise. Kim et Garman (2004) constatent statistiquement que les employés ayant un niveau de stress financier élevé passent la majorité de leur temps de travail à résoudre leurs questions financières et sont souvent absents.

Figure 3: Modèle de l'éducation financière sur le lieu du travail, bien-être financier et résultat au travail (Kim, 2000)



Le modèle développé par Joo (1998) est centré sur l'explication de la relation entre le bien-être financier des employés et la productivité (Figure 3). Il constate que les caractéristiques démographiques et les facteurs de stress financier influencent le bien-être financier personnel. Le modèle explique la productivité au travail (les résultats) par deux chemins différents. Si les employés ayant un haut niveau de stress financier n'utilisent pas les systèmes de support (le soutien familial, l'éducation financière sur le lieu du travail) ils ont tendance à présenter des résultats négatifs au travail. Ces résultats négatifs ont, en retour, un effet sur le bien-être financier personnel.

Figure 4 : Les effets de l'éducation financière sur le lieu du travail (Joo, 1998)



Si les employés utilisent les systèmes de support, ils peuvent produire de meilleurs résultats. Ces bons résultats influencent à leur tour positivement le bien-être financier personnel.

II. Les recherches dans la perspective de la socialisation financière du consommateur

Les travaux consacrés à la socialisation financière du consommateur se sont intéressés au rôle joué par les principaux agents de socialisation sur la formation de son comportement financier. Ils font principalement appel à trois théories : la théorie de socialisation (Moschis, 1985), la théorie du rôle (Turner, 1990) et la théorie sociale cognitive (Bandura, 1986). Ces travaux décrivent différents modes d'apprentissage par les modèles de socialisation (famille, pairs, médias) qui contribuent à la formation du comportement financier du consommateur.

1. Les travaux fondés sur la théorie de socialisation

La socialisation est le processus par lequel les individus acquièrent les connaissances, les compétences et les valeurs qui leur permettent de participer en tant que membres plus ou moins efficaces dans les groupes et au sein de la société (Brim, 1966 ; McNeal, 1987 ; Moschis, 1981). La socialisation commence dès l'enfance et se poursuit, dans une certaine mesure, tout au long de la vie (Moschis, 1985, 1987 ; McNeal, 1987). Le processus de socialisation financière comprend ainsi le développement des connaissances et des compétences financières à travers de multiples événements de la vie et des interactions personnelles (Fox, Bartholomae, et Gutter, 2000). Il permet d'acquérir des connaissances au sujet de l'argent, de la gestion d'argent et des diverses pratiques financières telles que la budgétisation, l'épargne, l'assurance et l'utilisation des cartes de crédit (Bowen, 2002). Ce processus d'apprentissage des normes et des valeurs nécessaires à une bonne intégration dans la société est pris en charge par différents agents de socialisation. Au cours de l'enfance, un grand nombre d'agents assurent la socialisation : la famille « agent de socialisation primaire » ; les pairs, l'école et les médias « agents de socialisation secondaires » (Falahati et Paim, 2011). Les deux sources d'éducation ont des enjeux de « reproduction sociale » importants.

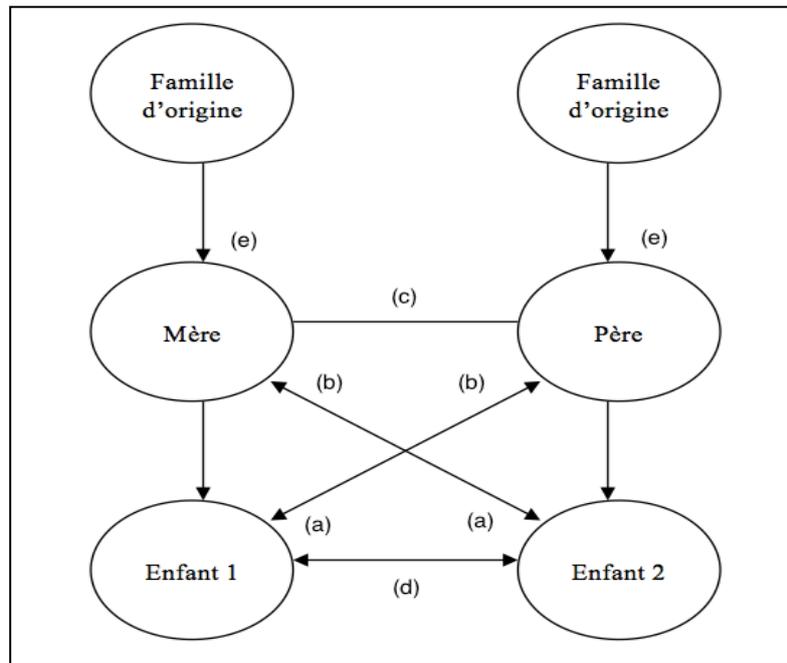
La famille représente en général le premier groupe social auquel appartient l'individu. Cette socialisation familiale va profondément structurer la personnalité de l'enfant et filtrer les messages transmis par les autres agents. La famille est l'agent de socialisation le plus important à la fois pour des utilisations factuelles et émotionnelles de l'argent (Danes, 1994). Elle s'opère à travers la mise à disposition (a) des réseaux d'informations financières, (b) des subventions et des échanges de ressources financières et socio-psychologiques, (c) des modèles de comportements financiers et (d) des ressources et des environnements pour faciliter le développement des différentes caractéristiques de ressources humaines (Rettig, 1983, 1985). La famille peut également être un médiateur important de l'effet des autres agents de socialisation (Moschis, 1987 ; Swanson, 1991).

Dans la littérature sur les comportements du consommateur, plusieurs auteurs indiquent que la famille joue un rôle instrumental dans l'enseignement aux enfants des aspects fondamentaux de la consommation (Moschis, 1987 ; Parsons, Bales et Shils, 1953 ; Riesman

et Rosenborough, 1955 ; Stampfl, 1978 ; Ward, Wackman et Wartella, 1977). Avant d'arriver en classe, les enfants ont déjà acquis des connaissances, des attitudes et des motivations sur le rôle du consommateur (Belk, Bahn et Mayer, 1982 ; Kuhlmann, 1983). Les enfants apprennent le comportement de la gestion financière par l'observation, la participation (apprentissage non intentionnel) et par l'instruction directe (apprentissage intentionnel) de la part des agents de socialisation (Danes et Dunrud, 1993 ; McNeal, 1987 ; Moschis, 1987 ; Rettig et Mortenson, 1986 ; Webley et Nyhus, 2006). De ce fait, le processus de socialisation financière n'est pas désigné comme un système formalisé parce que l'apprentissage informel « *incidental learning* » est une partie importante de celui-ci. En outre, l'enfant n'est pas seulement un apprenant passif, comme cela peut être dans le cas en salle de classe. L'enfant peut souvent initier le processus de socialisation, par exemple, en aidant les parents pour faire du shopping. La famille est reconnue comme étant une source importante de socialisation des enfants qui observent leurs parents, participent à des pratiques financières, reçoivent une instruction directe (Beutler et Dickson, 2008 ; Danes, 1994 ; Pinto, Parente, et Mansfield, 2005).

Moschis (1987) a identifié quatre modes d'influence où l'apprentissage du consommateur peut se produire par : (a) l'influence des parents sur l'enfant, (b) l'influence de l'enfant sur les parents, (c) l'influence du conjoint sur le conjoint et (d) l'influence du frère ou de la sœur sur les frères et les sœurs. Un cinquième mode d'influence à savoir (e) l'influence de la famille d'origine des parents a été intégrée et étudiée en tant que concept central par Danes (1994). Chacun des parents apporte dans la nouvelle famille un ensemble de valeurs, d'attitudes, de normes, et de comportements de leur propre socialisation financière de leur famille d'origine (Danes et Dunrud, 1993). L'histoire qu'ils apportent avec eux dans leur propre famille influence leurs perceptions qui, à leur tour, ont une incidence sur leurs intentions relatives à la socialisation financière de leurs propres enfants. Un conjoint, peut alors agir comme un agent de socialisation sur l'autre et redéfinir l'auto-perception du rôle financier dans le contexte de la famille (Schuchardt, Danes, Swanson et Westbrook, 1991).

**Figure 5 : Les modes d'influence dans la socialisation
familiale financière (Moschis, 1987)**



La socialisation financière comprend cinq volets majeurs (1) les gains, (2) les dépenses, (3) l'épargne, (4) l'emprunt et (5) le partage (Danes et Dunrud, 1993 ; Schuchardt, Danes, Swanson et Westbrook, 1991). Les études de socialisation se sont concentrées majoritairement sur les concepts liés aux intentions d'achats et aux interactions du marché plutôt que sur l'apprentissage social des produits tels que l'épargne et le crédit (Kuhlmann, 1983 ; Rettig et Mortenson, 1986 ; Swanson, 1991 ; Ward, Klees et Wackman, 1990). Les études constatent que les enfants sont mieux informés sur l'utilisation de l'argent lorsqu'ils ont l'expérience et l'opportunité d'épargner et de dépenser et lorsque leurs parents gèrent le revenu familial à bon escient.

Les résultats de l'enquête menée par Marshall et Magruder (1960) identifient ainsi quatre pratiques spécifiques d'éducation par les parents permettant d'accroître les connaissances des enfants sur l'utilisation de l'argent : a) avoir de nombreuses occasions pour utiliser l'argent, b) avoir de l'argent à dépenser, c) avoir de l'argent à épargner et d) avoir des parents responsables en matière de gestion financière, à savoir, les parents qui utilisent les pratiques recommandées de gestion financière. L'assistance parentale des pratiques de gestion

financière des enfants change avec l'âge de ceux-ci (Danes et Dunrud, 1993 ; Ward, Klees et Wackman, 1990). Clarke et *alii* (2005) indique que les étudiants déclarent que le père est responsable de la gestion financière du foyer mais que leur propre sentiment d'être financièrement compétent est associé aux efforts d'éducation financière de la mère.

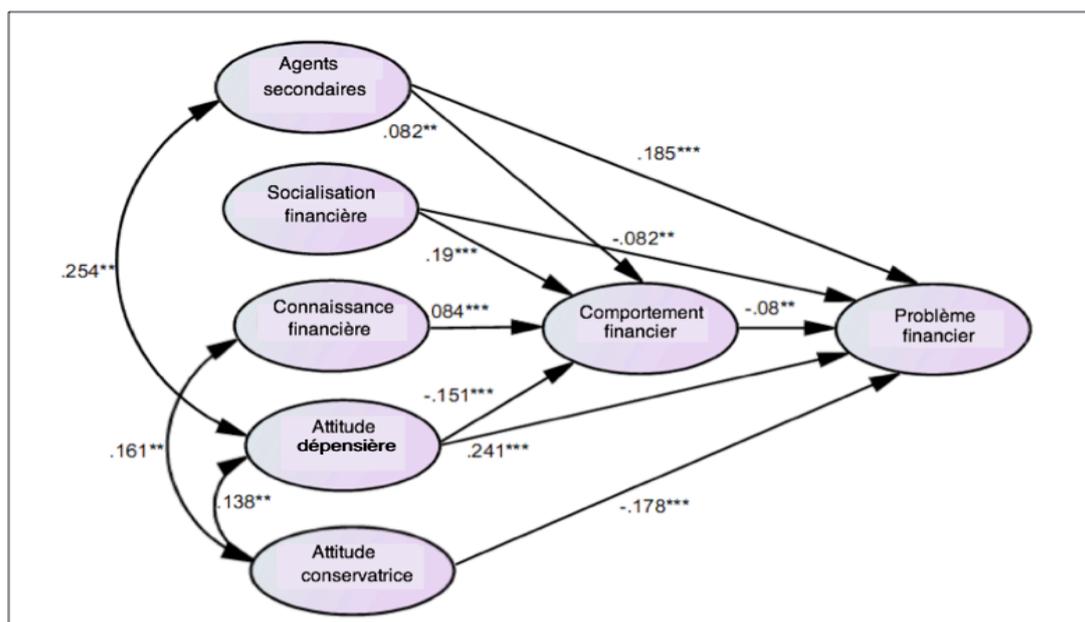
Shim et *alii* (2010) démontrent que les parents jouent un rôle important dans le processus de socialisation dans la mesure où les enfants acquièrent des connaissances sur les questions financières et développent des attitudes et des intentions comportementales basées sur ces connaissances. La socialisation parentale est mesurée en demandant aux répondants d'indiquer si leurs parents / tuteurs parlent avec eux pendant leur enfance des sujets suivants : (1) l'importance de l'épargne, (2) le plan de dépenses de la famille, (3) leurs propres dépenses et (4) l'utilisation du crédit. Plus les parents discutent d'argent avec leurs enfants, plus il est probable qu'ils leur transmettent des leçons importantes sur la responsabilité financière. Dans une autre étude, Shim et *alii* (2009) indiquent que les parents, le travail et l'éducation financière à l'école permettent de prédire le niveau des connaissances, l'attitude et l'intention comportementale des jeunes. Les parents influencent significativement les attitudes et les comportements financiers de façon nettement supérieure au rôle combiné joué par l'école et par l'expérience accumulée en travaillant pendant les études.

Pinto, Parente et Mansfield (2005) mènent une enquête sur 1170 étudiants afin d'étudier leurs connaissances financières sur l'utilisation du crédit. Les informations fournies par les parents « agent de socialisation primaire » ont un effet plus significatif que les informations reçues des trois autres sources de socialisation secondaires (écoles, pairs, médias). Les analyses indiquent qu'il existe une relation négative significative entre la quantité d'informations reçues de la part des parents et l'utilisation du crédit. Par ailleurs, les informations reçues des parents favorisent une utilisation raisonnable du crédit et une baisse ou absence des encours des cartes de crédit. École, pairs et médias n'ont pas de relation significative avec l'utilisation ou non du crédit.

Falahati et Paim (2011) examinent les effets de la socialisation financière, des connaissances financières, des attitudes financières, des agents de socialisation et du comportement financier sur les problèmes financiers perçus chez les étudiants. L'échantillon comprend 2430 étudiants de sexe masculin se trouvant dans 6 universités publiques et 5 universités privées en Malaisie - choisis de manière aléatoire en terme de type d'études. Les résultats montrent que, dans cet

ordre, l'attitude dépensière (aime dépenser de l'argent), les agents de socialisation secondaires (pairs et médias), l'attitude conservatrice (ceux qui se préoccupent de leur argent), la socialisation financière (les pratiques financières durant l'enfance) et le comportement financier ont un effet direct significatif sur les problèmes financiers des étudiants. De plus, la socialisation financière, l'attitude dépensière, les connaissances financières et les agents de socialisation secondaires ont, dans l'ordre, un effet indirect sur les problèmes financiers par l'intermédiaire du comportement financier. Les résultats révèlent aussi que l'attitude financière des jeunes et les agents secondaires (groupes de pairs et médias) exerce l'effet le plus important sur le comportement financier. D'après ces auteurs, les programmes actuels d'éducation financière visent surtout à renforcer les connaissances de base et des techniques financières auprès des étudiants mais occultent l'attitude de ces derniers envers l'argent. Ils jugent qu'un programme d'éducation financière pourrait être plus efficace s'il ambitionnait de changer les attitudes financières envers un comportement financier spécifique : dépenses, crédit et épargne.

Figure 6 : Analyse prévisionnelle des problèmes financiers (Falahati et Paim, 2011)



La recherche réalisée par Allen et alii (2007) sur 1293 collégiens se concentre sur les interactions imaginaires avec les parents à propos de l'argent et du crédit, les attitudes envers l'argent et le crédit, la façon dont ils expriment ce que leurs parents font face à des décisions

financières et les tensions/amabilité de communication en matière de finances qu'ils perçoivent au sein de leur famille. Les résultats montrent que les interactions financières imaginaires sont proportionnelles à l'amabilité. Ces interactions imaginaires sont liées à l'attitude envers l'argent et le crédit. Les collégiens peuvent anticiper les conflits et donc répéter les messages que leurs parents ne peuvent recevoir de façon positive.

De nombreuses études confirment que la socialisation par les parents ainsi que les programmes d'enseignement relatifs à l'argent, ont une influence positive sur les connaissances, les compétences et les attitudes financières des jeunes (Lyons, Scherpf et Neelakantan, 2007 ; Lyons, Scherpf et Roberts, 2006 ; Moschis, 1987). Il est net que la majorité des études soutiennent le rôle des parents plutôt que le rôle joué par les pairs, l'école et les médias sur les connaissances financières des enfants (Sabri, 2011). Lachance et Legault (2007) trouvent que les parents représentent la seule source sociale significative des connaissances des consommateurs. Dans le même sens, Lyons (2003) révèle que 68% des élèves déclarent recevoir l'information financière essentiellement de leurs parents.

Quelques auteurs montrent que les rôles des agents de socialisation (parents, pairs, écoles, médias) changent tout au long de la vie. A titre d'exemple, Churchill et Moschis (1979) démontrent que les échanges familiaux sur les questions financières diminuent en fonction de l'âge alors que les échanges entre pairs s'accroissent avec l'âge. Autrement dit, l'influence des parents semble s'affaiblir au fil du temps, alors que l'influence des pairs devient plus forte.

2. Les travaux fondés sur la théorie du rôle

La théorie du rôle (Turner, 1990) soutient qu'une grande partie des gestes observés dans le comportement social est celle des rôles joués par les personnes à la façon d'acteurs (Michener, DeLamater et Myers, 2004). Les gens vivent comme membres de groupes et d'organismes. Dans les groupes, ils occupent des positions distinctes et chaque position exige un rôle (un ensemble de gestes et des fonctions exécutés par la personne dans un groupe). Le rôle d'une personne est défini par les attentes des autres membres de groupe. Les groupes formulent leurs attentes sous forme de normes indiquant comment se comporter, quelles récompenses en cas de réussite, quelles punitions en cas d'échec. Les personnes jouent leur rôle selon les normes dominantes. En d'autres termes, les gens sont principalement des conformistes ; ils essaient de répondre aux espérances formulées par les autres. Les membres d'un groupe

vérifient comment chaque personne a exécuté son rôle et sa conformité aux normes. La personne recevra une récompense (acceptation, approbation, argent, etc.) ou une punition (critique, isolement, etc.). L'anticipation et la peur des sanctions assurent l'exécution des rôles comme prévu, le comportement d'une personne dépend des attentes que les autres membres du groupe formulent. La théorie du rôle pense que le rôle d'une personne détermine son comportement, ses croyances, ses attitudes, et son image de soi. La personne adapte progressivement son comportement et même ses croyances les plus profondes afin d'éviter les sanctions sociales.

Très peu d'études se sont intéressées à l'application de la théorie du rôle au comportement financier. Elles étudient l'apprentissage des enfants à partir du rôle financier des parents et de la transmission de ces rôles à l'âge adulte (Beutler et Dickson, 2008). Les familles opèrent comme l'un des agents les plus marquants de socialisation économique de la société : elles procurent les réseaux d'information, des modèles de rôle et des environnements propices au développement humain, aux subventions et aux bourses (Rettig, 1983). Certains auteurs examinent le rôle des familles pour apporter de l'aide financière aux enfants et le rôle en matière de transfert de comportements financiers. Miller et Yung (1990) ont identifié deux types d'aides financières accordées par les parents : l'aide méritée (comme récompense) et l'autre de plein droit. L'aide méritée est de l'argent de la famille géré par un parent et versé à l'enfant de façon régulière à condition que le comportement des enfants corresponde à la réalisation des travaux demandés et à d'autres comportements attendus. En revanche, l'aide de plein droit est caractérisée par un versement régulier afin de diriger et d'assister l'enfant. Conceptuellement, les deux aides (méritée *vs* de plein droit) sont très différentes. L'aide méritée renvoie dans une certaine mesure à une entente entre employé-employeur. En effet, un salaire est dû en échange de services rendus alors que le non-respect des engagements entraîne généralement la diminution ou le non paiement (Feather, 1991; Furnham et Thomas, 1984). Contrairement à l'aide méritée, l'aide de plein droit ne considère pas un paiement contre un service rendu mais plutôt comme une obligation familiale dans le cadre du partage des ressources communes pour subvenir aux besoins (Feather, 1991; Miller et Yung, 1990). Cette aide est assimilée aux prestations d'aide sociale accordées par l'état aux personnes incapables de se prendre en charge. Miller et Yung (1990) approuvent l'aide de plein droit par rapport à l'aide méritée pour plusieurs raisons. Ils considèrent que les enfants peuvent se sentir plus responsable vis-à-vis de l'argent qu'ils reçoivent, de faire un effort de l'utiliser à bon escient, de devenir relativement plus socialisé économiquement et d'être plus confiants

que lorsqu'ils ont à travailler pour obtenir de l'argent. De plus, l'aide méritée a un caractère hiérarchique employeur-salarié (Abramovitch, Freedman et Pliner, 1991 ; Feather, 1991 ; Miller et Yung, 1990 ; Pliner, Freedman, Abramovitch, et Drake, 1996). Le type d'aide reçue est donc important dans la socialisation financière des enfants. Cependant, Pliner et *alii* (1996) démontrent que la directivité et l'engagement des parents ont une plus grande influence dans la socialisation des enfants plutôt que le type d'aide reçue.

D'autre part, selon une étude réalisée par Clarke et *alii* (2005), le transfert du rôle financier se produit le plus souvent par les parents que par des sources extérieures. Les tâches financières nécessaires à un adolescent sont plus fréquemment apprises à la maison plutôt que les tâches financières nécessaires à un jeune adulte. Généralement, les pères modélisent les tâches financières plus que les mères. En revanche, lorsque les mères modélisent les tâches financières et que les enfants mettent en œuvre ces tâches apprises, ils se sentent plus performants et plus préparés financièrement à l'âge adulte. Cette performance est encore plus forte lorsqu'ils grandissent avec l'idée que les tâches financières sont considérées comme la responsabilité de toute la famille. Ainsi, le rôle joué par les parents dans l'apprentissage, dans la socialisation financière de leurs enfants et dans la transmission de leur rôle une fois ces derniers devenus adultes est important dans l'analyse des comportements financiers.

Une étude réalisée par Solheim, Zuiker et Levchenko (2011) confirme que le modèle parental peut influencer positivement ou négativement le comportement financier des enfants. Elle met en avant ce que les enfants peuvent apprendre de leur famille sur leur rôle dans la gestion d'argent. A partir d'une théorie enracinée (*grounded theory*), les auteurs identifient trois modèles du rôle financier des parents : (1) modèle de prise de décisions et de gestion partagées, (2) modèle de répartition claire des responsabilités financières et (3) un modèle avec des approches divergentes. Généralement, les enfants du modèle de la prise de décision conjointe y trouvent de nombreux avantages. Ces auteurs recommandent ce type de modèle comme bonne pratique car il permet de créer un environnement d'égalité et d'ouverture. Pour les enfants du modèle de la répartition des responsabilités financières, ils y voient des avantages lorsque les parents sont en accord et des inconvénients lorsque les parents sont en perpétuel conflit et que, par conséquent, les enfants se trouvent en confusion. Quant aux enfants du modèle des approches divergentes, ils y trouvent des forces aussi bien que des faiblesses. En effet, chacun des parents pris individuellement, père et mère, les poussent à être plus responsable vis-à-vis des tâches financières et particulièrement envers l'argent ou, au

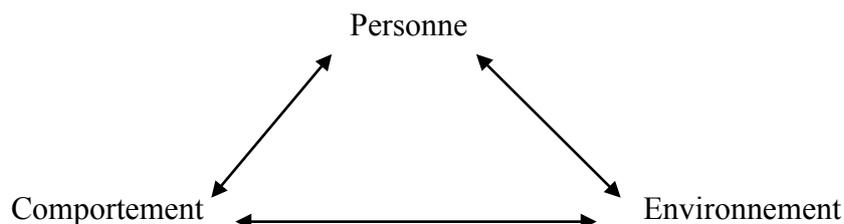
contraire, les mettent à l'écart et ne les laissent pas assumer certaines responsabilités financières.

Ainsi, les parents par leur rôle et notamment par les modes de communication, les gestes et les fonctions financières réalisées au sein de la famille peuvent avoir une influence positive ou négative sur le comportement financier de leurs enfants et sur le transfert intergénérationnel de leur rôle une fois l'enfant devenu adulte.

3. Les travaux fondés sur la théorie sociale cognitive

La théorie sociale cognitive est basée sur la notion d'interaction. Bandura (1986) précise qu'il ne suffit pas de considérer le comportement comme étant fonction des effets réciproques des facteurs personnels et environnementaux mais que l'interaction doit être comprise comme un déterminisme réciproque des facteurs personnels, environnementaux et des comportements (Figure 7).

Figure 7 : Schéma des déterminismes réciproques dans la théorie sociale cognitive



Dans cette conception, l'influence de l'environnement sur les comportements reste essentielle. Une place importante est également faite aux facteurs cognitifs, ceux-ci pouvant agir à la fois sur le comportement et sur la perception de l'environnement. Pour Bandura (1980), les personnes ne répondent pas seulement à des stimuli, ils les interprètent. L'auteur cite plusieurs exemples montrant que l'effet de la situation sur le comportement (renforcement) ne devient vraiment significatif que lorsque le sujet prend conscience de ce renforcement. Mais ce modèle de causalité triadique et réciproque n'implique ni que chacun des trois facteurs intervienne avec la même force dans une situation donnée ni que les trois facteurs soient concernés en même temps. La bidirectionnalité de l'influence signifie aussi que les personnes sont à la fois produits et productrices de leur environnement (Wood et Bandura, 1989, p 362).

Jorgensen (2007) se réfère à la théorie sociale cognitive pour analyser les effets environnementaux des personnes sur leurs connaissances, attitudes et comportements financiers. En effet, la théorie sociale cognitive avance que les influences environnementales subies par les individus tout au long de leur vie traduisent ce qu'ils sont devenus de nos jours. Les attitudes et les valeurs qu'ils ont à l'égard de l'argent proviennent essentiellement de leur environnement familial. Comme ces derniers apprennent au fil du temps (Bandura, 1977; John, 1999) à travers l'interaction sociale (Bandura, 1986), ils commencent à comprendre et à former des valeurs, des connaissances et des attitudes concernant leurs finances. Famille, amis, communauté, nation, école, église et médias contribuent tous ensemble à former les connaissances et les attitudes des gens au fil du temps (Bubolz et Sontag, 1993). L'auteur s'attarde sur les influences environnementales qui ont servi à former les connaissances/attitudes/caractéristiques personnelles de la personne. L'objectif premier de son étude est de démontrer que les connaissances, les attitudes et les comportements des collégiens ainsi que les deux facteurs environnementaux clés notamment parents et pairs contribuent à la formation de leur état actuel. Le choix des facteurs environnementaux s'est porté sur les parents/pairs en raison de la grande influence qu'ils ont sur les connaissances, attitudes et comportements des collégiens (Alhabeeb, 1999 ; John, 1999). Plus l'enfant est jeune, plus les parents ont tendance à avoir une plus grande influence sur lui (Brown, Mounts, Lamborn et Steinberg, 1993 ; Clarke, Heaton, Israelsen et Eggett, 2005) alors que l'influence des pairs augmente à mesure que l'enfant avance en âge (Harris, 1995 ; John, 1999). La théorie sociale cognitive explique que les ressources disponibles augmentent par l'apprentissage à travers l'interaction sociale (Bandura, 1977). Sa recherche montre que l'interaction sociale repose sur le rôle des parents et des pairs. Ces résultats attestent de l'influence jouée par les parents sur les connaissances, attitudes et comportements financiers de leurs enfants. Cette influence peut être soit positive soit négative et dépend entièrement des connaissances des parents, de leurs attitudes à l'égard de l'argent et de leurs comportements financiers. En revanche, l'influence des pairs s'avère non significative.

Le sentiment d'efficacité personnelle est central dans la théorie sociale cognitive. Il renvoie « aux jugements que les personnes ont à propos de leur capacité à organiser et à réaliser des ensembles d'actions requises pour atteindre des types de performances attendues » (Bandura, 1986), mais aussi aux croyances à propos de leurs capacités à mobiliser la motivation, les

ressources cognitives et les comportements nécessaires pour exercer un contrôle sur les événements de la vie (Wood et Bandura, 1989). Ces croyances constituent le mécanisme le plus central et le plus général de la gestion de soi (*personal agency*). En particulier, le sentiment d'efficacité personnelle est supposé aider les gens à choisir leurs activités et leurs environnements et déterminer la dépense d'efforts, leur persistance, les types de pensées (positives vs négatives) et les réactions émotionnelles face aux obstacles.

Danes et Haberman (2007) font une recherche sur 5329 étudiants et l'un de leurs principaux objectifs est d'étudier les différences selon le genre du sentiment d'efficacité personnelle éprouvé envers la gestion de leurs finances personnelles. Les auteurs ont plutôt cherché à analyser ces différences dans l'optique d'une approche sociale constructiviste. En effet, parmi les messages socialement répandus identifiés par le *National Endowment for Financial Education* et le *American Association for Retired Persons* figurent ceux selon lesquels les femmes n'ont pas à se préoccuper des questions financières, les femmes sont formées pour être financièrement à charge et à la recherche de la sécurité plutôt que de prendre des risques et si la femme est financièrement indépendante elle finit seule (Anthes et Most, 2000). Ces messages sociétaux sont répétés à plusieurs reprises par différentes sources telles que : enseignants, pairs, parents et médias. Cette assimilation se produit souvent de manière inconsciente parce qu'elle fait partie intégrante d'une construction sociale de l'argent. En classe, les enseignants donnent des exemples tirés de la réalité socialement construite (Cook-Gumperz, 1986) ou de leurs normes sociales intériorisées sur le rôle du genre (West et Zimmerman, 1991) pour illustrer les pratiques et les concepts pédagogiques. A partir de cette approche socioconstructiviste, les auteurs concluent qu'inconsciemment les adolescents sont traités différemment en fonction de leur genre en classe et par la société. Cette différence peut avoir un effet sur leur apprentissage parce que les attentes explicites et implicites des enseignants ne sont pas les mêmes pour chaque sexe. Ces auteurs s'intéressent par conséquent à la comparaison du sentiment d'efficacité personnelle chez les hommes et chez les femmes et en déduisent que les hommes sont plus confiants en matière de gestion de leur argent et de prise de décisions financières.

SECTION 2 : LES MODELES DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Cette seconde section met en avant les travaux de recherche réalisés sur le changement de comportement financier du consommateur. Elle distingue les modèles statiques de changement et les modèles dynamiques de changement de comportement financier. Les modèles statiques font par définition abstraction du temps et sont incapables de décrire le passage d'un état de changement à un autre. Ils envisagent le sujet comme un être rationnel qui déterminerait ce qui est le plus intéressant pour lui et aucune perspective historique n'est incluse dans ces modèles. Ces modèles se fondent sur la théorie du comportement planifié et sur la théorie de l'auto-détermination. Les modèles dynamiques de changement de comportement financier sont le modèle d'autonomisation financière de Ford (Ford, Baptist et Archuleta, 2011) et le modèle transthéorique de changement de comportement financier (Prochaska et DiClemente, 1982).

I. Les modèles statiques de changement de comportement financier

La théorie du comportement planifié et la théorie de l'auto-détermination permettent d'identifier des facteurs permettant de prédire les intentions et les motivations de l'individu à adopter le comportement financier souhaité.

1. La théorie du comportement planifié appliqué au comportement financier

La théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991) est une extension de la théorie de l'action raisonnée, dans laquelle une variable complémentaire est ajoutée : le contrôle comportemental perçu. La théorie du comportement planifié confère à l'intention de l'individu la place centrale de la genèse du comportement (Tounès, 2003 ; Fayolle, Gailly et Lassas-Clerc, 2006). Selon cette théorie, tout comportement qui nécessite une certaine planification (tel que retrouver son équilibre financier), peut être prédit par l'intention d'avoir ce comportement. L'intérêt de cette théorie est de proposer un modèle théorique utilisable dans toutes les situations où le comportement est intentionnel puisqu'elle ne repose pas sur les variables externes comme déterminants immédiats du comportement (Emin, 2003). Selon la théorie du comportement planifié d'Ajzen (1991), l'intention est le résultat de trois

déterminants conceptuels : l'attitude vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu. Le comportement est déterminé par l'intention et par le contrôle comportemental perçu.

L'attitude vis-à-vis du comportement désigne le degré d'évaluation favorable ou défavorable qu'une personne a du comportement concerné (Ajzen, 1991). Cette variable représente l'attractivité du comportement (Boissin, Chollet et Emin, 2005). Par exemple, l'attitude envers le risque amène une personne à considérer de façon positive ou négative le fait de prendre des risques. La norme sociale désigne les pressions sociales perçues pour réaliser ou ne pas réaliser un comportement (Ajzen, 1991). En d'autres termes, la norme sociale perçue correspond à la perception de l'individu de la pression sociale qui concerne ce que les personnes proches, la famille et les ami(e)s pensent de ce qu'il voudrait entreprendre (Tounès, 2003 ; Fayolle, Gailly et Lassas-Clerc, 2006). Les attitudes vis-à-vis du comportement ainsi que la norme sociale perçue renvoient au concept de désirabilité proposé par Shapero et Sokol (Tounès, 2003 ; Fayolle, 2005 ; Boissin, Chollet et Emin, 2005). Selon Ajzen (1991), le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté perçue pour réaliser un comportement. Il renvoie à la perception qu'une personne a de la faisabilité personnelle du comportement concerné (Boissin, Chollet et Emin, 2005). Le concept de contrôle comportemental perçu est très proche du concept de l'efficacité personnelle de Bandura (1977) (Ajzen, 1991) et du concept de faisabilité de Shapero et Sokol (1982) (Tounès, 2003 ; Boissin, Chollet et Emin, 2005). Les attitudes vis-à-vis du comportement, la norme sociale perçue et le contrôle comportemental perçu sont exprimés en termes de croyances. Ces dernières correspondent aux informations vraies ou fausses qu'une personne a sur le monde qui l'entoure.

Une partie des travaux de recherche s'est focalisée sur l'étude des comportements financiers en se basant sur la théorie du comportement planifié. Cette théorie fournit une explication de l'intention du comportement financier de l'individu qui résulte de son attitude, de sa norme subjective (les attentes des parents) et de son contrôle comportemental perçu (son propre comportement volontaire). Même si dans l'étude de Xiao et alii (2007), les normes des pairs semblent avoir un effet significatif sur le comportement financier. Shim et alii (2009) associent les normes sociales aux parents en mettant en avant deux raisons. Premièrement, les étudiants dépendent souvent et très tardivement de leurs parents lorsqu'il s'agit d'argent. Deuxièmement, les parents représentent la principale source de normes sociales liée aux

questions relatives aux finances personnelles. Le contrôle perçu renvoie à la difficulté d'agir en conformité avec une certaine attitude comportementale telle que perçue par la personne. Cette perception repose sur les expériences passées ainsi que sur les obstacles prévus. Les jeunes adultes sont confrontés tous les jours à des choix autonomes sans influence ou aide parentale. Ils peuvent donc être influencés par leur propre perception de pouvoir maîtriser leur comportement quand il s'agit de comportement financier individuel. Les auteurs démontrent que les attitudes des jeunes à l'égard des pratiques financières, les normes subjectives des parents et le niveau de contrôle perçu de leur comportement financier sont les principaux déterminants de leur intention comportementale liée à la gestion de leurs finances personnelles. Ces intentions comportementales affectent significativement et positivement leur bien-être financier. L'intention de bien gérer son argent et ses dettes offre en effet une certaine protection aux étudiants lorsque les occasions de dépenser au-delà de leurs moyens se présentent.

Certains auteurs ont vérifié la relation positive entre les comportements financiers positifs et la satisfaction financière (Godwin, 1994 ; Xiao, Sorhaindo et Garman, 2006). Pour un individu, l'intention d'adopter un comportement financier positif est associée à son niveau de satisfaction de sa situation financière mais également à son niveau de dette. Dans leur modèle de recherche, la socialisation et les valeurs de la réalisation de soi sont intégrées en tant qu'antécédents de l'attitude à l'égard des pratiques financières. En effet, le succès et le respect de soi ont une influence significativement positive sur le désir de s'engager à adopter des comportements financiers responsables. Compte tenu du lien entre les valeurs de la réalisation de soi et les attitudes financières, les auteurs conseillent aux éducateurs de mettre l'accent sur la notion du succès financier lorsqu'ils travaillent avec des adolescents ou des jeunes adultes sur des questions financières, pour les aider à atteindre des valeurs fondamentales en conformité avec leurs valeurs de réalisation de soi. En se basant sur leurs valeurs personnelles de la réalisation de soi, les éducateurs peuvent donner une vision plus attrayante et plus pertinente aux étudiants à propos de leurs problèmes financiers. Les valeurs personnelles sont significativement associées aux attitudes financières mais l'influence de l'implication des parents est encore plus forte compte tenu de leur rôle important dans la socialisation des valeurs de leurs enfants (Eccles, Barber et Jozefowicz, 1998 ; Rowe, 1994).

Le contrôle perçu est très proche du concept d'efficacité personnelle (Bandura, 1977). Pour Bandura (1980, 1986), les croyances d'un individu à l'égard de ses capacités à accomplir avec

succès une tâche ou un ensemble de tâches sont à compter parmi les principaux mécanismes régulateurs des comportements. Gutter, Copur et Garrison (2009) trouvent une relation significative entre le sentiment d'efficacité personnelle, l'achat compulsif et l'épargne. En effet, les épargnants ont un score élevé sur les variables : "achat compulsif" et "sentiment d'efficacité personnelle". Ce résultat suggère que les étudiants qui cherchent à épargner ont tendance à s'engager dans des achats compulsifs. Leur sentiment d'efficacité personnelle peut s'expliquer par l'accumulation d'actifs. L'achat compulsif a été mesuré à l'aide d'un instrument de segmentation développé par Faber et O'Guinn (1992) utilisé pour identifier les acheteurs compulsifs par exemple : « Je pense que les autres seront terrorisés s'ils connaissent mes habitudes de dépenses » ; « Je me sens mieux quand je m'achète quelque chose » et « Je me sens anxieux ou nerveux les jours où je ne fais pas de shopping ». Par ailleurs, Chatterjee, Finke et Harness (2011) montrent que le sentiment d'efficacité personnelle est un facteur prédictif de l'investissement dans les actifs financiers et de la création de richesses au fil du temps. Cependant, les recherches suggèrent également qu'une plus grande confiance dans l'atteinte de résultats positifs est associée positivement à une plus grande tolérance au risque et à l'acceptation du risque financier (Looney, Akbulut et Poston, 2006). En effet, la tendance des personnes à être confiantes et auto-efficaces dans leurs décisions financières peut entraîner un mauvais choix d'investissement. Ces mauvais choix d'investissement occasionnent par conséquent de très faibles rendements et ont pour cause l'excès de confiance ou le sentiment d'avoir minimisé les obstacles psychiques pour investir dans des actifs risqués.

D'autre part, Rutherford et DeVaney (2009) réalisent une étude sur 3476 ménages dans le but d'analyser les facteurs permettant d'expliquer les modes d'utilisation de la carte de crédit selon la commodité perçue et en se basant sur la théorie du comportement planifié. Les résultats de cette recherche apportent aussi un éclairage complémentaire sur la façon dont les conseillers financiers et les éducateurs peuvent aider les consommateurs à changer leur mode d'utilisation de la carte de crédit et à opter pour le paiement de l'intégrité des frais à la fin du mois. Les conseillers doivent mettre en avant le risque encouru lorsque ces derniers payent les frais de leurs cartes avec des intérêts. Ils doivent également encourager et aider leurs clients dans la préparation de leurs budgets et d'autres plans financiers sur une optique à long terme.

2. La théorie de l'auto-détermination du comportement financier

La théorie de l'auto-détermination (Deci et Ryan, 1985) traite des besoins psychologiques innés des personnes et de la motivation agissant derrière leurs propres choix. Plusieurs études ont conduit à l'émergence de la théorie de l'auto-détermination, en particulier les recherches sur la motivation intrinsèque à l'origine de la poursuite par un individu d'une activité parce qu'elle lui procure une satisfaction en elle-même, au contraire de la motivation extrinsèque, où l'activité est poursuivie en vue d'atteindre un but externe à celle-ci.

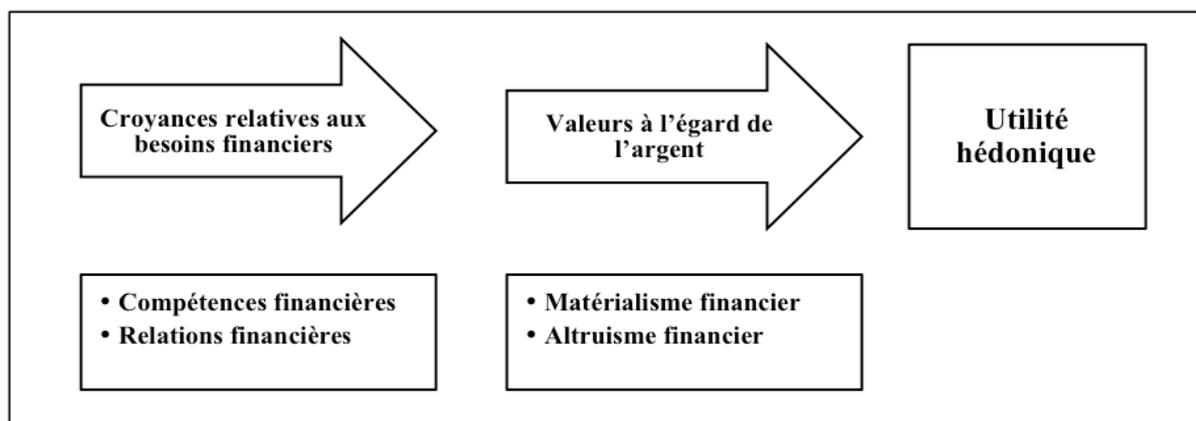
Stone, Bryant et Wier (2010) utilisent la théorie de l'auto-détermination pour mieux comprendre les facteurs de motivation des individus à l'égard de l'argent. Ils mettent en avant deux principaux résultats. Premièrement, les participants n'accordent pas la même valeur à l'égard de l'argent. L'écart entre les deux scores (altruisme vs matérialisme) permet d'expliquer l'échec des incitations financières comme facteur de motivation. Certaines personnes accordent peu de valeur aux avantages financiers et donc ne seront pas motivées pour les obtenir. Par exemple, les personnes ayant de faibles niveaux de matérialisme financier choisissent plus fréquemment des emplois créatifs et plus complexes. Il est possible que les valeurs d'altruisme financier soient en corrélation avec la motivation intrinsèque et que les valeurs du matérialisme financier soient corrélées avec la motivation extrinsèque. Les concepteurs de la théorie de l'auto-détermination affirment cependant que les motivations extrinsèques agissent négativement sur les motivations intrinsèques (Ryan et Deci 2000 ; Deci et Ryan 1985). D'autres font valoir que, dans certains cas, la motivation extrinsèque et la motivation intrinsèque se combinent en synergie pour accroître la motivation globale (Amabile et alii, 1994 ; Amabile, 1993). Selon Stone, Bryant et Wier (2010), la relation entre l'altruisme financier et le matérialisme financier remet en question l'efficacité des incitations financières en tant que vecteur de motivation.

Deuxièmement, le bien-être financier est étroitement lié aux croyances relatives aux besoins financiers de l'individu et à son utilité hédonique (exemple : bonheur, satisfaction de vivre) plutôt qu'à ses valeurs à l'égard de l'argent. Les croyances relatives aux besoins financiers renvoient aux compétences financières, notamment à l'auto-efficacité et à l'autonomie, et aux relations financières à savoir confiance et support. L'auto-efficacité financière est définie par ces auteurs comme la croyance perçue d'être capable de gérer avec succès les événements financiers dans sa vie ; l'autonomie financière comme la croyance de pouvoir prendre des

décisions et des choix financiers de manière volitive reflétant les intérêts propres de chacun. La confiance est définie comme la croyance de pouvoir compter sur l'aide des personnes les plus significatives pour résoudre les questions et les problèmes financiers. Le support est défini comme la croyance que les ressources financières peuvent contribuer à appuyer les collectivités et les relations interpersonnelles. L'ensemble de ces facteurs psychologiques (auto-efficacité, autonomie, confiance et support) influence positivement l'utilité hédonique et le bien-être financier de l'individu (satisfaction financière). En revanche, les valeurs à l'égard de l'argent influencent différemment son utilité hédonique. Le matérialisme financier, qui renvoie à l'incapacité de l'individu à reconnaître et à gérer son désir financier, a un impact négatif sur son bonheur et sa satisfaction dans sa vie ; l'altruisme financier (exemple : dépenser l'argent pour les autres) a toutefois un effet positif sur son bonheur et sa satisfaction dans sa vie.

Ces résultats permettent de tirer deux principales conclusions. D'abord, les facteurs psychologiques individuels (auto-efficacité perçue en sa capacité de gérer son argent, autonomie financière, confiance d'avoir des personnes aidantes face à un problème financier et d'être un appui pour les personnes dans le besoin) contribuent au bien-être financier de la personne. Ensuite, les deux valeurs identifiées (altruisme vs matérialisme) montrent qu'un individu peut avoir le désir de dépenser son argent pour lui-même ou pour les autres. Le matérialisme financier renvoie spécifiquement à l'incapacité de l'individu de reconnaître et de gérer son désir financier.

Figure 8 : Application et extension de la théorie de l'auto-détermination au contexte financier d'après Stone, Bryant et Wier (2010)



II. Les modèles dynamiques de changement de comportement financier

Les modèles dynamiques de changement décrivent le passage de la personne par différentes étapes pour modifier son comportement financier. Deux modèles de changement de comportement financier du consommateur sont identifiés : le modèle d'autonomisation financière de Ford et le modèle transthéorique de changement de comportement financier.

1. Le modèle d'autonomisation financière de Ford

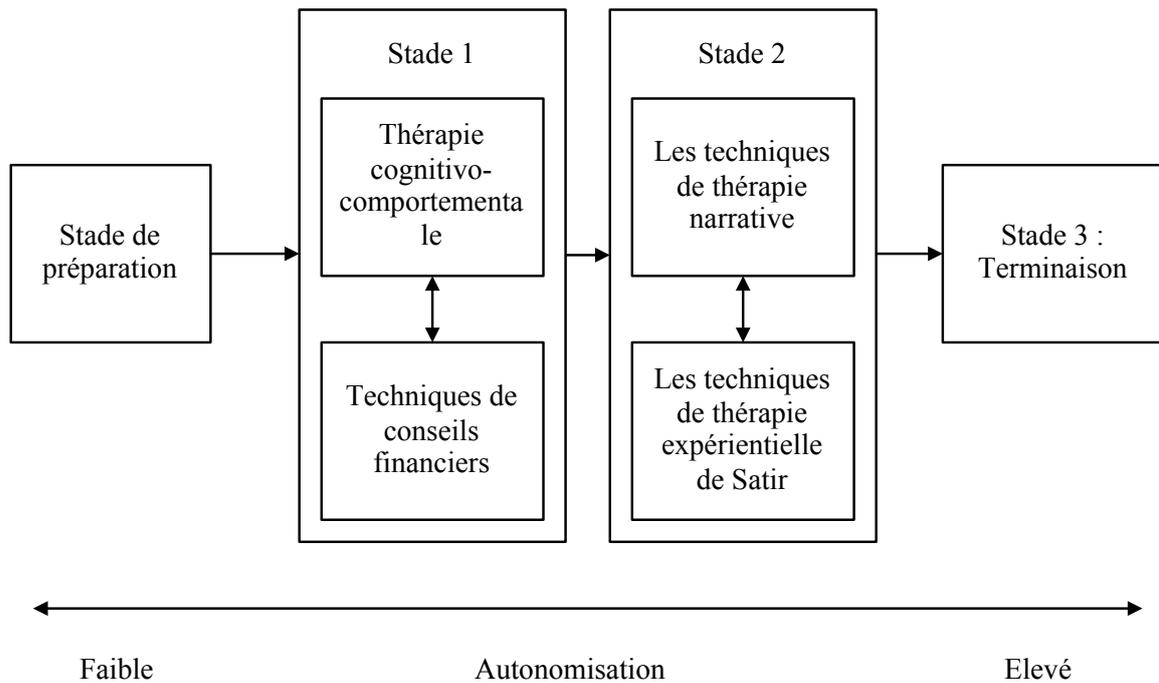
Le modèle d'autonomisation financière de Ford (Ford, Baptist et Archuleta, 2011) est développé à partir de trois modèles de thérapie de Virginia Satir (1972) que sont l'approche cognitive-comportementale, narrative et expérientielle et d'un ensemble de techniques financières de base (Beck, 1976; Freedman et Combs, 1996 ; Satir, 1972 ; Satir et Baldwin, 1983; White et Epston, 1990; Wright, Basco et Thase, 2006). Ces modèles, très utilisés en thérapie familiale ainsi que dans d'autres domaines, mettent en avant la collaboration entre praticiens et clients. Ils ont le même objectif final de créer de nouvelles façons de penser, d'agir et de sentir mais le processus est différent dans chaque modèle. L'approche cognitive-comportementale implique l'exploration des pensées, des sentiments et des comportements avec pour principal objectif de modifier les cognitions et les comportements (Beck, 1976 ; Wright, Basco et Thase, 2006). L'approche narrative examine plutôt les pensées autodestructrices qui peuvent conduire un individu à s'enfermer dans une histoire saturée par le « problème ». Le but de cette thérapie est alors de co-construire avec le/les clients de nouvelles histoires plus satisfaisantes ("re-storying") en amenant la personne à retrouver les versions alternatives aux histoires dans lesquelles cette dernière se sent isolée et enfermée face à son problème (Freedman et Combs, 1996 ; White et Epton, 1990). La thérapie expérientielle est centrée sur les sentiments et les émotions considérés comme des portails de changement (Satir, 1972 ; Satir et Baldwin, 1983).

Dans le contexte financier, les travaux de recherche mettent en avant les effets des programmes d'éducation financière afin de renforcer et d'améliorer l'indépendance financière. Dans leur modèle de thérapie de problèmes financiers, Ford, Baptist et Archuleta (2011) intègrent l'approche d'autonomisation idéale pour travailler avec les groupes

marginaux. Faciliter l'autonomisation permet aux individus d'utiliser leur pouvoir et leur force lorsqu'ils s'engagent vis-à-vis d'eux-mêmes, des autres, de la société et de diverses institutions (Blanchard et *alii*, 2001). En général, le sentiment d'être privé d'autonomie peut se manifester de différentes façons. Selon une approche cognitive-comportementale, un manque d'autonomie peut se traduire par des pensées et des schémas automatiques, négatifs et perpétuels provoquant le sentiment d'être désemparé, impuissant et sans espoir, ce qui pousse à agir en fonction de ces croyances négatives envers soi-même et ses capacités (Beck, 1976 ; Wright, Basco et Thase, 2006). Du point de vue de la thérapie narrative, le manque d'autonomie peut être considéré comme une histoire incontournable négative que les personnes construisent d'elles-mêmes ou du monde dans lequel elles vivent. L'intériorisation de ces idées externes à propos de leur pouvoir, force et valeur leur fait ressentir qu'elles sont elles-mêmes désemparées (Freedman et Combs, 1996 ; White et Epton, 1990). Partant de l'approche expérientielle, un manque d'autonomie peut provenir du manque d'expérience en autonomie, de la peur du changement et de la suppression des sentiments et des émotions liés à l'autonomie, telles que les valeurs, l'estime de soi, la sécurité, la confiance et le courage (Satir, 1972 ; Satir et Baldwin, 1983).

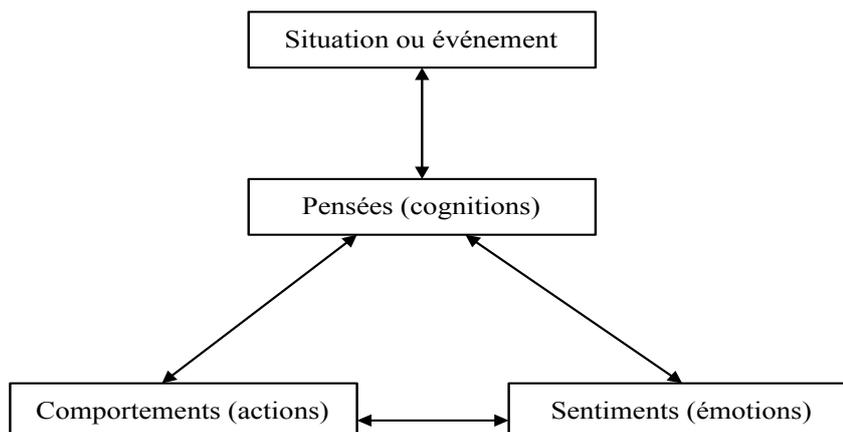
Le modèle d'autonomisation financière de Ford présente quatre phases de changement : une phase de préparation et trois autres phases (Ford, Baptist et Archuleta, 2011). En *phase de préparation*, le thérapeute financier détermine le niveau de désir et la volonté de l'individu de suivre une thérapie financière et voit si celui-ci ne présente pas de graves problèmes de santé mentale (ex : des tentatives suicidaires...) qui nécessitent l'intervention d'autres professionnels. En *phase 1*, il aide la personne à comprendre les interactions entre ses pensées, ses sentiments et ses comportements. Par exemple, la façon dont il perçoit une situation donnée peut provoquer des sentiments spécifiques qui le poussent à avoir un comportement financier négatif et à échapper à tout contrôle. En *phase 2*, le thérapeute financier s'engage dans un processus de co-construction permettant à la personne d'acquérir une nouvelle perspective sur son problème financier et sur ses choix financiers. En *phase 3 dite de terminaison*, il s'assure que la personne devient plus confiante, plus positive et plus autonome financièrement. La phase 1 favorise par conséquent l'utilisation de la thérapie cognitive-comportementale et les techniques de base de conseils financiers. Les interventions narratives et expérimentales sont plutôt mises en place en phase 2. En phase 3, il s'agit de préparer la personne à la fin de la thérapie.

**Figure 9 : Modèle d'autonomisation financière de Ford
d'après Ford, Baptist et Archuleta (2011)**



Les auteurs utilisent une étude de cas réelle pour décrire la façon dont leur modèle est appliqué. Ce modèle d'autonomisation financière de Ford offre une contribution intéressante dans le domaine de la thérapie financière néanmoins très peu de recherches l'utilisent ce qui ne permet pas à ce jour de vérifier la validité empirique de ce modèle.

Figure 10 : Le modèle de la thérapie cognitivo-comportementale



2. Le modèle transthéorique de changement de comportement financier

Le modèle transthéorique est un modèle de changement individuel qui décrit comment les gens modifient un comportement problématique ou acquièrent un comportement positif (Velicer et alii, 1998). Prochaska, Johnson et Lee (1998, p. 59) indiquent que les participants à leurs premières recherches ont « naïvement » révélé une dimension jusqu'alors négligée par les grands modèles de thérapie, à savoir que le changement de comportement procède par étapes. Selon ce modèle, les individus doivent passer par cinq phases de changement appelés *précontemplation* (la personne est inactive et n'a pas l'intention de changer son comportement dans les six prochains mois), *contemplation* (la personne est inactive mais a l'intention de changer de comportement dans les six prochains mois), *préparation* (elle a l'intention de commencer à changer de comportement dans les 30 prochains jours), *action* (la personne pratique le changement mais depuis moins de six mois) et *maintien* (la personne a gardé depuis plus de six mois ses habitudes quant au changement de son comportement) pour arriver à modifier un comportement problématique (Prochaska et alii, 1992).

Les auteurs stipulent également que le passage d'un stade à l'autre résulte de l'utilisation de différentes stratégies de changement, qu'il s'accompagne d'une évolution de la perception des coûts et des bénéfices associés au changement (concept de la balance décisionnelle), ainsi que d'une modification du sentiment d'efficacité personnelle. Les stratégies de changement sont regroupées en deux grandes familles : (1) les processus expérientiels, qui concernent la façon dont les individus prennent conscience de l'intérêt de changer de comportement, et (2) les processus comportementaux, qui correspondent aux actions mises en œuvre par les individus afin de s'aider à devenir ou à rester actifs.

Ils remarquent aussi que les individus en phases de contemplation ou de préparation sont plus enclins à employer des stratégies expérientielles alors que ceux en phases d'action ou de maintien emploient plus de stratégies comportementales (Prochaska, 1995 ; Prochaska et Norcross, 1999). Cette utilisation différenciée des deux grands types de stratégies selon les phases de changement reflète une tendance dominante plutôt que des réalités mutuellement exclusives (Prochaska et alii, 1988). Les contemplateurs peuvent utiliser des stratégies

comportementales à l'occasion. Inversement, les personnes ayant atteint les phases de changement plus avancées peuvent recourir aux procédés expérientiels.

Shockey et Seiling (2004) ont utilisé le modèle transthéorique de changement de comportement pour évaluer les changements de comportement d'épargne des participants au programme IDA (Individual Development Accounts ou comptes de développement individuel). Ce programme a pour objectif d'amener des personnes ayant de faibles revenus à se constituer un patrimoine personnel et à se familiariser avec les services financiers. Cette familiarisation repose sur le couplage d'une incitation à l'épargne et d'une formation sur l'utilisation des services financiers. Les auteurs ont sélectionné six stratégies de changement de comportement de gestion financière permettant d'évaluer les comportements d'épargne à savoir : (1) se fixer des objectifs financiers, (2) utiliser un plan de dépenses, (3) suivre ses dépenses, (4) réduire sa dette, (5) mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues, (6) épargner avec succès. Le premier élément du modèle de l'éducation financière pour l'épargne (EFS), établir et suivre un objectif, est fondamental pour gérer un budget avec succès car il définit l'objectif unificateur pour l'ensemble de l'organisation, des stratégies et de l'effort nécessaire pour terminer le programme IDA (O'Neill et alii, 2000 a, b, c). Les deux éléments suivants (utiliser un plan de dépenses, suivre les dépenses) sont en fait des outils nécessaires à utiliser par les participants dans leur processus de gestion financière pour atteindre l'objectif final du programme "IDA" (épargner avec succès). Réduire la dette et mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues sont les objectifs secondaires de la gestion financière qui doivent être maîtrisés pour atteindre l'objectif ultime du programme "IDA" aussi bien que sa raison d'être (épargner). Ils permettent de prévenir tout déraillement dans le processus de contribution du programme "IDA" et sont la bonne règle de suivi de ce dernier pour épargner de l'argent avec succès (O'Neill et alii, 2000 ; Shelton et Hill, 1995).

Tableau 2 : Les six stratégies de changement de comportement de gestion financière permettant d'évaluer les comportements d'épargne (Shockey et Seiling, 2004)

Etablir des objectifs financiers	Utiliser un plan de dépenses	Suivi des dépenses	Réduire la dette	Mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues	Epargner de l'argent
----------------------------------	------------------------------	--------------------	------------------	--	----------------------

1) Identifier les objectifs et les ressources nécessaires pour les accomplir 2) Fixer des objectifs pour l'utilisation de son argent 3) S'engager à changer de comportement financier	1) Développer et peaufiner un plan de dépenses 2) Planifier les dépenses exceptionnelles 3) S'engager à changer de comportement financier	1) Noter les dépenses courantes 2) Prendre l'habitude d'utiliser un système de suivi des revenus et des dépenses 3) S'engager à changer de comportement financier	1) Revoir votre propre dossier de crédit 2) Développer un plan de suivi de dépenses pour réduire l'utilisation du crédit 3) Etablir un plan de remboursement 4) S'engager à changer de comportement financier	1) Etablir un plan de suivi de dépenses et inclure les dépenses imprévues 2) Planifier les dépenses exceptionnelles 3) S'engager à changer de comportement financier	1) Etablir un plan de suivi de dépenses et inclure l'argent à épargner 2) S'engager à changer de comportement financier
---	---	---	--	--	--

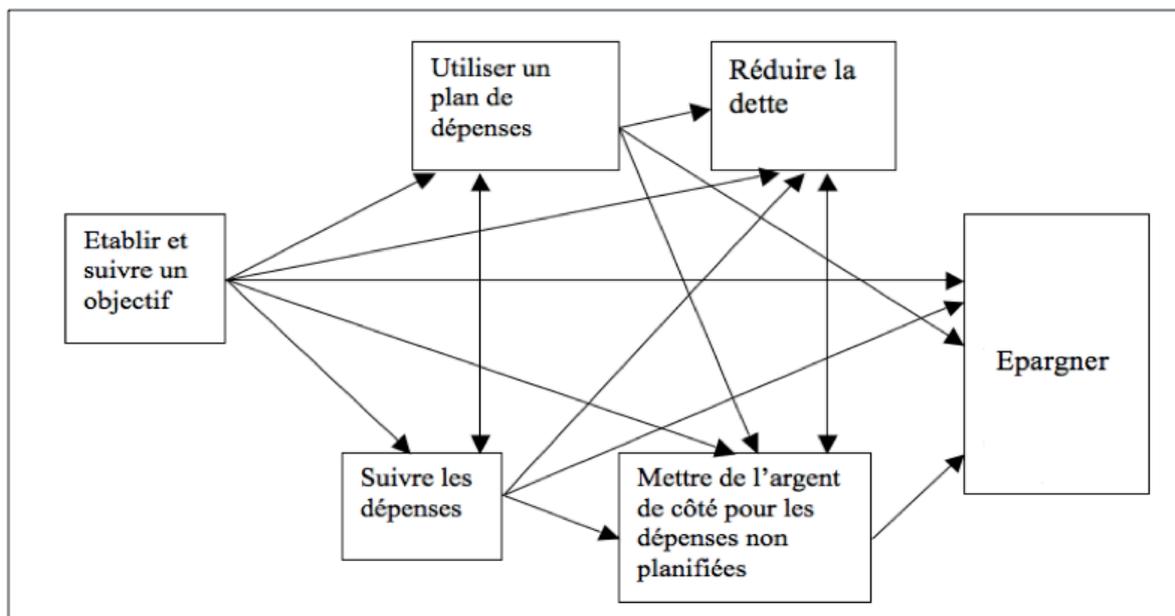
Le programme IDA a mesuré la volonté de changer des participants pour les six comportements et l'instrument de mesure utilisé a permis de classer les participants dans cinq stades. Le premier, appelé précontemplation, rassemble ceux qui n'ont pas l'intention de s'engager à changer de comportement financier et qui ne comptent pas le faire dans un avenir proche. Le deuxième stade, appelé contemplation, regroupe les personnes ayant essayé de changer de comportement au cours des six derniers mois sans y parvenir mais qui envisagent de tenter à nouveau de la faire dans les six prochains mois. Le troisième stade, dit de préparation, renvoie à ceux qui envisagent de mettre en œuvre le comportement souhaité endéans le mois. Le quatrième stade, dit d'action, comprend les participants ayant réussi à adopter le comportement souhaité entre un et six mois. Le dernier stade dit de maintien désigne ceux qui ont changé de comportement financier avec succès pendant plus de six mois. Après avoir suivi le programme d'éducation financière IDA, les résultats post-test montrent que le score moyen de l'ensemble des stratégies de changement a augmenté. Le changement

le plus important s'est produit sur la stratégie « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » et le moins important sur la stratégie « réduire la dette ». En effet, avant le suivi du programme, les participants se trouvaient déjà au stade d'action pour la stratégie « réduire la dette » mais pour le reste des stratégies ils étaient plutôt au stade de préparation. Selon le modèle de l'éducation financière pour l'épargne (EFS), « établir un objectif », « utiliser un plan de dépenses » et « suivre ses dépenses » sont des outils financiers permettant d'atteindre les objectifs secondaires à savoir « réduire la dette » et « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » et l'objectif ultime « épargner de l'argent ». En raison du passage à l'action des participants pour ses trois comportements préliminaires et pour l'objectif secondaire « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » et du fait de déjà se trouver au stade d'action pour le deuxième objectif secondaire « réduire la dette », les auteurs concluent que l'on peut s'attendre à ce que les participants changent de comportement dans le but d'atteindre l'objectif primaire et qu'ils passent aussi au stade d'action en ce qui concerne l'épargne à long terme. Ils doivent en effet maîtriser les premiers comportements pour que les comportements suivants passent au stade d'action et au stade de maintien.

A l'aide de régressions séquentielles, les auteurs trouvent que les stratégies (établir un objectif, utiliser un plan de dépenses, mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues) sont des facteurs significatifs de la stratégie « réduire la dette ». En revanche, la stratégie « suivi des dépenses » n'est pas un déterminant de la stratégie « réduire la dette », alors que cette dernière influence l'objectif secondaire « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » et l'objectif ultime « épargner de l'argent ». Les autres variables significatives dans l'équation de régression où la variable dépendante est « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » sont les stratégies « réduire la dette » et « épargner de l'argent » avec la plus forte relation constatée sur l'objectif ultime « épargner de l'argent ». Les trois principaux facteurs qui affectent l'objectif ultime « épargner de l'argent » sont les deux outils de gestion financière « utiliser un plan de dépenses » et « suivi des dépenses » ainsi que l'objectif secondaire « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues ». Il n'y a pas de relation unidirectionnelle entre « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » et « épargner de l'argent ». Ces deux stratégies sont similaires car il s'agit de mettre de l'argent de côté mais différentes car la première est axée sur un horizon à court terme alors que la deuxième a un horizon à long terme.

Conscients de l'importance du sentiment d'efficacité personnelle, Seiling et Shockey (2006) ont procédé à la réalisation d'une deuxième étude dans le but d'intégrer ce concept et concluent que les participants ayant une plus grande confiance dans leur capacité à gérer leur argent sont plus susceptibles de changer et de passer aux stades d'action et de maintien, en particulier pour les comportements liés aux stratégies « établir un objectif », « utiliser un plan de dépenses » et « épargner de l'argent ».

Figure 11 : Modèle d'éducation financière pour l'épargne (Shockey et Seiling, 2004)



Par ailleurs, Xiao et alii (2001) s'appuient également sur le modèle transthéorique (Prochaska, 1979 ; Prochaska et DiClemente, 1983) et montrent l'impact significatif de l'éducation financière sur la motivation des ménages traduite par un changement intentionnel du comportement sur les résultats financiers : accroître l'épargne et réduire la dette. Leur programme "MONEY 2000TM" est développé pour aider les personnes se trouvant dans différents stades de changement. Cette étude est menée afin de déterminer les stratégies de changement pertinentes et neuf stratégies de changement sont évaluées.

Tableau 3 : Les neuf stratégies de changement de comportement (Xiao et alii, 2001)

Les stratégies de changement utilisées dans la présente étude	Les effets possibles du programme "MONEY 2000TM"
Prise de conscience	Dernières nouvelles sur les bienfaits de l'épargne et la réduction de la dette
Libération sociale	Mise en place d'un programme social volontaire incitatif de l'épargne
Soulagement dramatique	Des histoires liées à un changement de vie dramatique suite à des problèmes financiers subis par les participants au programme
Réévaluation de soi	Les participants ayant pris conscience du programme vont revoir leurs propres dépenses et réviser leurs comportements d'épargne
Libération de soi	Fixer leurs propres objectifs financiers individuels
Contre-conditionnement	Proposition de stratégies pour contrer les comportements de dépenses impulsives
Contrôle des stimuli	Proposition de stratégies de contrôle de l'environnement afin d'éviter les dépenses impulsives et d'accroître l'épargne
Gestion des conséquences	Proposition de stratégies non monétaires pour récompenser le changement de comportement
Relation d'aide	Proposition de stratégies pour rechercher du soutien de la famille et des amis pour continuer à épargner
Réévaluation de l'environnement	Les conséquences extraites des journaux, des articles, et des conférences liés au fait de peu épargner et trop dépenser

Lors du traitement des données la variable réévaluation de l'environnement est exclue. Les stratégies de changement fréquemment utilisées par l'ensemble de l'échantillon sont : prise de conscience (99%), libération de soi (99%), gestion des conséquences (98%), réévaluation de soi (93%), soulagement dramatique (86 %), contre-conditionnement (72%), contrôle des stimuli (72%). Cependant, la relation d'aide (56%) et la libération sociale (50%) sont les stratégies les moins reportées par les participants du programme. Seules les stratégies fréquemment utilisées par les participants sont retenues.

Par ailleurs, les participants au programme sont classés selon deux méthodes de catégorisation. En se référant sur leur première technique, ils identifient les épargnants (ceux qui déclarent avoir fait des progrès pour mettre de l'argent de côté) et les réducteurs de la dette (ceux qui cherchent avant tout à réduire leurs dettes). Les épargnants et les réducteurs de la dette ont fait des progrès pour atteindre les deux objectifs, les autres sont appelés pré-acteurs. La deuxième technique retient les fondements théoriques des stades de changement du modèle transthéorique. Bien que ceux-ci considèrent cinq stades de changement, les auteurs ne retrouvent seulement que deux groupes : précontemplation et action. En effet, les participants qui n'atteignent pas les objectifs sont classés aux stades de précontemplation, contemplation ou préparation. Si les participants ont commencé à épargner ou à réduire leurs dettes ou s'ils se sont engagés à faire les deux durant les six derniers mois, ils sont classés au stade d'action. Si les participants ont commencé à épargner ou à réduire leurs dettes ou se sont engagés à faire les deux, il y a plus de six mois, ils sont considérés comme étant au stade de maintien. Les deux derniers stades action et maintien sont confondus, tout comme les trois premiers stades (précontemplation, contemplation et préparation). Ainsi, ceux ayant atteint les objectifs financiers sont classés aux stades d'action ou de maintien et appelés *acteurs* alors que ceux n'ayant pas atteint ces objectifs sont classés en précontemplation et nommés *pré-acteurs*.

Deux modèles sont par conséquent testés. Le premier examine la relation entre les groupes identifiés à l'aide de la première technique et les sept processus de changement retenus. Les résultats montrent des associations positives avec seulement quatre stratégies (la libération sociale, le soulagement dramatique, la réévaluation de soi et le contre-conditionnement) et une association négative avec le contrôle des stimuli, avec des différences significatives entre les jeunes participants et les plus âgés. Le deuxième modèle vérifie la relation entre les deux groupes issus de la deuxième technique et les stratégies de changement. Trois stratégies de changement sont significatives : la libération sociale, le soulagement dramatique et le contre-

conditionnement avec des différences significatives entre les jeunes participants et les plus âgés. L'implication majeure de cette recherche est d'inclure les différentes stratégies de changement dans les programmes d'éducation financière. En effet, les éducateurs doivent prendre en compte les résultats d'évaluation afin d'affiner leurs programmes d'origine et d'offrir des programmes plus efficaces en terme d'impact sur le changement de comportement.

En complément, Xiao et *alii* (2004) utilisent le modèle transthéorique dans le but de développer une mesure d'évaluation de la volonté des consommateurs à se libérer des dettes cumulées du compte de carte de crédit. En plus des stratégies et des stades de changement – composantes principales du modèle transthéorique – ils intègrent deux autres variables du modèle transthéorique : la balance décisionnelle et l'efficacité personnelle. La balance décisionnelle est définie comme le pesage des avantages et des inconvénients relatifs à un changement de comportement et l'efficacité personnelle représente le niveau de confiance lié à une situation spécifique que les individus peuvent avoir pour faire face à des situations à risque afin d'éviter de retomber dans leurs habitudes malsaines ou à haut risque (Prochaska, Redding et Evers, 1996). L'objectif de leur étude est d'établir une mesure rigoureuse du construit " intention de se libérer des dettes cumulées du compte de carte de crédit ". Les cinq stades de changement sont identifiés suivant la réponse des participants : précontemplation (ceux qui n'ont pas l'intention de changer dans les six prochains mois), contemplation (ceux qui ont l'intention de changer dans les six prochains mois), préparation (ceux qui ont l'intention de changer dans les 30 prochains jours), action (ceux ayant déjà changé de comportement il y a moins de six mois) et maintien (ceux ayant déjà changé de comportement il y a plus de six mois). Les consommateurs qui se trouvent dans les trois premiers stades (précontemplation, contemplation et préparation) doivent utiliser plus souvent les stratégies centrées sur la prise de conscience, le soulagement dramatique, la réévaluation de l'environnement et la libération sociale pour les aider à avancer vers les deux derniers stades (action et maintien). Les consommateurs qui se situent aux derniers stades doivent privilégier les stratégies axées sur la gestion des renforçateurs, la relation d'aide, le contrôle des stimuli et la libération de soi pour les aider à maintenir le changement de comportement dans le sens positif. Pour le concept de la balance décisionnelle, quatre avantages et inconvénients sont retenus et relèvent de l'estime de soi, de la sécurité familiale, de la réduction du stress et d'être un exemple pour les autres. Les inconvénients identifiés sont : rompre avec ses voisins, la

tension familiale, la famille malheureuse et une activité familiale limitée. L'efficacité personnelle est considérée en faisant référence à des situations difficiles susceptibles d'être rencontrées par les consommateurs quand ils tentent de réduire leur dette de carte de crédit.

* *
*

Ce chapitre a présenté la revue de littérature sur le comportement financier du consommateur. Deux principales thématiques ont émergé : (1) l'éducation financière et la formation du comportement financier du consommateur et (2) les modèles de changement de comportement financier du consommateur. La première met en avant d'une part, l'efficacité des programmes d'éducation financière sur l'amélioration des connaissances et des comportements financiers et, d'autre part, le rôle des agents de socialisation sur la formation du comportement financier. Les résultats montrent que les programmes d'éducation et la socialisation financière agissent favorablement sur les connaissances et les comportements financiers du consommateur. En revanche, plusieurs pistes de recherche restent encore à étudier :

- La première piste de recherche est liée à l'absence de cohérence sur la façon de définir et de mesurer le succès des programmes d'éducation financière. Les méthodes d'évaluation de ces programmes varient en fonction du contexte et du type de programme, du contenu du programme, de la population cible et des contraintes temporelles et budgétaires. Ceci rend difficile la définition d'un ensemble d'indicateurs fiables et valables dans de multiples contextes ou de procéder à des comparaisons entre les bases de données issues des différents programmes. Il serait par conséquent intéressant de travailler sur les indicateurs de succès qui pourraient être utilisés pour tous types de programmes. Les chercheurs doivent développer une vision plus claire de ce qui est « financièrement éduqué ». En d'autres termes, quelles informations financières les consommateurs doivent-ils connaître et quelles compétences doivent-ils acquérir après le suivi du programme ?

- La deuxième piste est associée à une limite signalée par l'ensemble des études sur l'évaluation des programmes d'éducation financière. Sans groupe de contrôle, l'évaluation des programmes d'éducation financière est affaiblie et des hypothèses de recherche n'ont pas pu être testées. Par exemple, l'accroissement continu des connaissances financières après le suivi du programme ou encore les comportements financiers adoptés plus tard peuvent s'expliquer par d'autres facteurs environnementaux ou psychologiques qu'il faudrait contrôler. Cela limite l'évaluation correcte de l'impact des programmes d'éducation financière sur les résultats financiers à long-terme. Des études longitudinales y compris des études avec des groupes de contrôle et des échantillons aléatoires sont nécessaires pour donner un aperçu sur les effets à long-terme des programmes d'éducation financière. Ces méthodes sont certes coûteuses mais permettent de mieux mesurer l'impact de ces programmes que les méthodes d'évaluation traditionnelle notamment le *post-then-pre-test* ; *post/pre test* et auto-évaluation de soi.

- La troisième piste est de développer les recherches pour mieux comprendre le processus par lequel les programmes d'éducation financière peuvent être utilisés pour changer les prises de décision des consommateurs et de leurs comportements financiers. Les travaux de recherche existants montrent que les programmes d'éducation financière améliorent les connaissances et les comportements financiers. En revanche, ces travaux ne tiennent pas compte des variables intermédiaires au changement de comportement financier après avoir suivi le programme, notamment l'évaluation personnelle, les actions posées par l'individu, les motivations de changement ; en d'autres termes, des éléments pouvant expliquer le changement.

- La littérature sur la socialisation financière du consommateur identifie les parents comme les agents primaires de socialisation des comportements financiers. Cependant, l'influence de la nature des relations familiales dans le processus de socialisation financière du consommateur n'est pas étudiée. De plus, les travaux de recherche reconnaissent que la famille joue un rôle important dans la socialisation financière de ses membres sans vérifier la qualité et la pertinence des informations que

les personnes acquièrent les uns des autres. Les parents n'ont pas la compréhension de quand et comment ils peuvent influencer les comportements financiers de leurs enfants. Ils ne savent pas exactement quand leurs enfants sont prêts à s'impliquer dans les diverses situations financières et ce qu'ils doivent spécifiquement faire afin de les aider à développer les compétences financières et leur apporter les fondamentaux de la gestion d'argent.

- Les futurs travaux de recherche se doivent aussi d'analyser comment le processus de socialisation financière peut améliorer les comportements financiers des jeunes consommateurs. Les travaux doivent avancer dans l'analyse des effets de la socialisation sur le changement des comportements financiers. Les travaux de recherche mettent en évidence que les enfants apprennent la finance par l'observation, la pratique ou encore l'instruction directe « coaching » mais ne vérifient pas les changements de comportement financier qui peuvent se produire une fois l'enfant devenu adulte.

La première thématique de recherche souligne l'importance de progresser en matière de changement de comportement financier du consommateur. Elle montre les effets des programmes d'éducation financière et de la socialisation financière sur l'amélioration des connaissances acquises et sur de nouveaux comportements financiers du consommateur. En revanche, elle ne permet pas d'expliquer le processus de changement de comportement financier. La deuxième thématique cherche plutôt à comprendre les déterminants du changement de comportement financier du consommateur. Elle distingue les modèles statiques et les modèles dynamiques de changement de comportement financier. Plusieurs éléments jouant sur le changement de comportement financier sont identifiés. Les pistes de recherche restent cependant nombreuses dans ce domaine:

- Les modèles dynamiques de changement de comportement financier du consommateur et plus particulièrement, le modèle transthéorique de changement connaissent une grande popularité dans les pays anglo-saxons. Un ensemble important de recherches et de publications est disponible. De plus, l'intérêt et l'adhésion des praticiens financiers ne cessent d'augmenter à ce sujet (Xiao et *alii*, 2004). Cependant, ces modèles sont le plus souvent appliqués à des groupes marginaux. Ainsi, le modèle

d'autonomisation financière de Ford traite des personnes devenues incapables de subvenir à leurs propres besoins financiers ou aux besoins financiers de leurs familles. Le modèle transthéorique de changement est testé sur des personnes surendettées cumulant les dettes mensuelles par leurs cartes de crédit. Malgré son intérêt théorique, ce modèle n'est pas encore utilisé sur de jeunes adultes qui commencent leur autonomie financière mais qui n'ont pas forcément de graves problèmes financiers. Une piste de recherche intéressante est donc de travailler sur les jeunes adultes en vue de les prévenir de situations de surendettement.

- Le modèle transthéorique identifie cinq phases de changement : la précontemplation (déni et résistance au changement), la contemplation (prise de conscience du problème et ambivalence face au changement), la préparation (prédisposition au changement), l'action (engagement dans le changement) et le maintien (maintien du nouveau comportement et crainte de rechute). Les travaux de recherche montrent que la progression d'une phase à une autre résulte de l'emploi de stratégies de changement, mécanismes favorisant la modification des comportements. Le changement du comportement implique l'évaluation systématique des avantages et des inconvénients (balance décisionnelle) du nouveau comportement. Ce modèle a toutefois fait l'objet de critiques et de propositions d'amélioration. Des méta-analyses (Marshall et Biddle, 2001 ; Rosen, 2000) soulignent les limites de la dichotomisation proposée des stratégies de changement en stratégies expérientielles *vs* stratégies comportementales⁹. Les phases et le caractère séquentiel du modèle transthéorique initial sont fortement critiqués (Brodeur, 2006 ; Sullivan, 1998 ; Prochaska, DiClemente et Norcross, 1992). De plus, les recherches montrent la progression de la balance décisionnelle selon les phases. Cette balance est supposée agir sur la modification du comportement et sur les stratégies de changement mais cela n'a pas encore fait l'objet d'une recherche empirique.

Ces différents éléments font ressortir la nécessité de progresser sur l'étude des déterminants du changement de comportement financier du consommateur en perspective dynamique auprès des jeunes adultes. On constate en effet que :

⁹ Les processus expérientiels concernent la façon dont les individus prennent conscience de l'intérêt de changer de comportement. Les processus comportementaux correspondent aux actions mises en œuvre par les individus afin de les aider à devenir ou à rester actifs.

- Les stratégies de changement de comportement étudiées sont nombreuses et complexes ; par exemple, les stratégies narratives et expérimentales du modèle d'autonomisation financière de Ford (Ford, Baptist et Archuleta, 2011) ou encore les stratégies expérientielles vs comportementales proposées par le modèle transthéorique (Prochaska et DiClemente, 1982). Une distinction entre stratégies de changement de type approche et de type évitement semble plus pertinente (Prochaska, Redding et Evers, 1996 ; Gomez, 2009 ; Elliot, 2008) mais cela reste à confirmer empiriquement.

- L'étape de changement dans laquelle se trouve un consommateur est essentielle pour comprendre son évolution vers le comportement souhaité mais l'affectation des personnes dans ces phases de changement a un caractère strictement séquentiel trop rigide (Ford, Baptist et Archuleta, 2011 ; Shockey et Seiling, 2004 ; Xiao et *alii*, 2004). Une approche par regroupement des consommateurs sur la base des intensités des dimensions de changement jusqu'à présent associées aux phases (par exemple, intensité de l'engagement pour la phase action, intensité du risque de rechute perçu dans la phase maintien) s'avère plus pertinente (Brodeur, 2006 ; Levesque, Gelles et Velicer, 2000 ; Eckhardt, Babcock et Homack, 2004). Cette perspective n'a pas encore été considérée en matière de comportement financier du consommateur.

- Le rôle joué par la balance décisionnelle (avantages et inconvénients du changement de comportement) dans la détermination des stratégies de changement commence à être analysé (Ham et Yoo, 2009) mais requiert davantage d'investigation.

- Certaines variables individuelles telles que l'attitude envers l'argent (Hayhoe et *alii*, 2012 ; Lim, Teo et Loo, 2003) et l'anxiété-trait (Sages, Britt et Cumbie, 2013) sont prises en compte par plusieurs travaux révélant du domaine financier comme la gestion budgétaire familiale ou les comportements compulsifs. Ces variables méritent d'être intégrées dans les recherches et les modèles de changement de comportement financier du consommateur.

Quelles sont les stratégies de changement de comportement financier utilisées par le consommateur et quels sont les déterminants de ces stratégies ? Les travaux existants montrent donc la nécessité de considérer la progression du consommateur vers des comportements financiers améliorés et incitent aussi par conséquent à progresser sur plusieurs points :

- Mieux analyser ces stratégies et étudier la pertinence de leur classification selon le principe de l'approche-évitement.
- Considérer les critiques du caractère rigide des phases de progression et les préconisations allant dans le sens d'une caractérisation plus générale de la situation du consommateur sur sa trajectoire de changement.
- Etudier le rôle de la balance décisionnelle dans la détermination de ces stratégies.

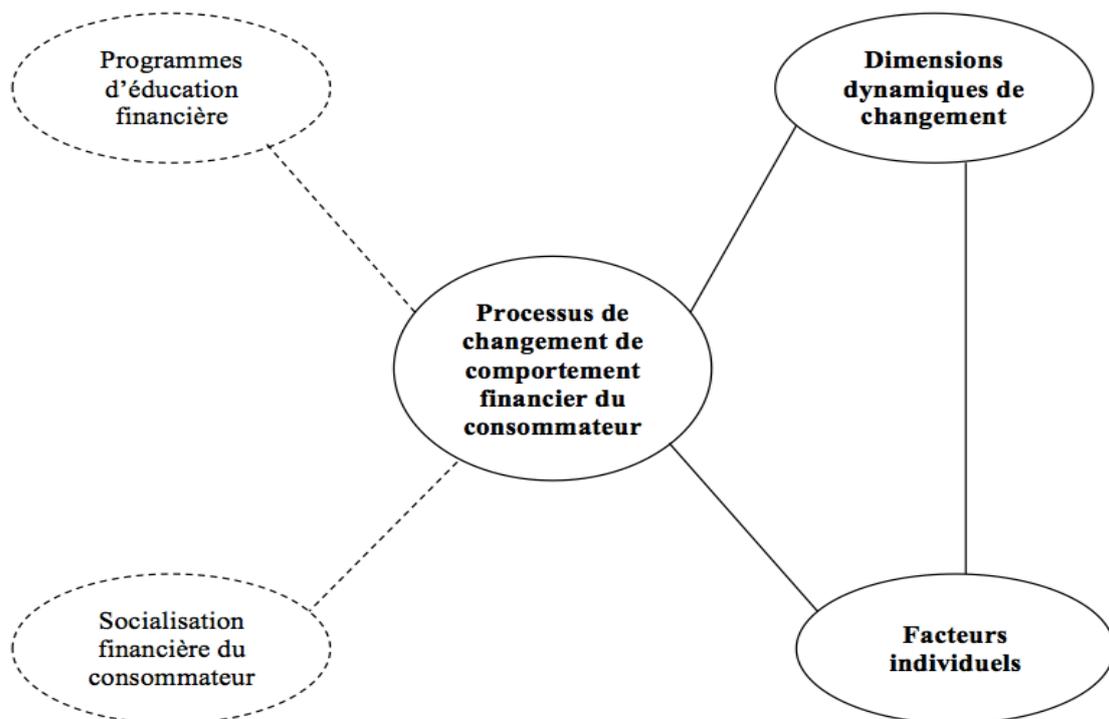
Les objectifs spécifiques de la recherche ont donc été précisés en regard des stratégies de changement de comportement financier du consommateur et de leurs déterminants :

1. Etudier les stratégies de changement de comportement financier du consommateur et d'examiner la pertinence de la dichotomisation approche-évitement de ces stratégies. Les objectifs relatifs aux déterminants de ces stratégies se définissent en tenant compte des niveaux de progression des consommateurs vers le changement et des différences des influences de ces déterminants selon ces niveaux.
2. Examiner le rôle de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement pour des consommateurs se situant à un même niveau de progression, c'est-à-dire appartenant à un même groupe de changement construit à partir des états de précontemplation, contemplation, action et maintien.
3. Etudier, pour ces mêmes consommateurs, les influences de plusieurs variables individuelles sur les stratégies de changement : l'attitude à l'égard de l'argent (Hayhoe et alii, 2012 ; Lim, Teo et Loo, 2003), l'anxiété (Sages, Britt et Cumbie, 2013) et l'orientation paratélique dominante des personnes ; celle-ci très utilisée dans les problématiques de prévention et de soin (Loonis et Fernandez, 2004).

4. Comparer les influences de ces déterminants des stratégies de changement pour des consommateurs se situant à des niveaux de progression différents, c'est-à-dire appartenant à des groupes de changement distincts.

Un examen approfondi de la littérature sous diverses perspectives (sociales, psychologiques, économiques) s'est avéré utile pour d'identifier les théories les plus importantes et les facteurs associés au changement de comportement financier du consommateur. Les contributions permettent de mieux comprendre le consommateur dans son processus de changement de comportement financier mais comportent des faiblesses et conduisent à poser ces objectifs de recherche. Des recherches préliminaires sont nécessaires en prenant pour cadre les principaux déterminants du processus de changement de comportement financier du consommateur (Figure 12).

Figure 12 : Principaux déterminants du processus de changement de comportement financier du consommateur



PREMIERE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES,
MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 1 - COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET
MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

Chapitre 2 - RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT
DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Chapitre 3 – MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS
ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

Chapitre 4 - METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Chapitre 5 - PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 6- DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE
RECHERCHE

CHAPITRE 2

RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Le chapitre précédent a mis en évidence l'intérêt de progresser dans la connaissance du processus de changement de comportement financier conduisant les jeunes adultes à mieux gérer leur argent dans le but de prévenir les situations problématiques. Il a conduit à préciser les objectifs spécifiques de la recherche et a conclu à la nécessité de recherches préliminaires pour les atteindre. La première section précise les objectifs et la méthodologie de l'étude qualitative réalisée. L'objectif premier de cette étude est de mieux comprendre les éléments facilitant le changement du comportement financier chez des jeunes adultes. La deuxième section présente les résultats de l'étude. Plusieurs thèmes autour de la formation et du changement de comportement financier de ces consommateurs seront ainsi explorés. La troisième section présente la recherche préliminaire confirmant empiriquement l'utilité d'apparier les stratégies de changement selon le principe d'approche-évitement.

SECTION 1 : OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE QUALITATIVE

L'étude est menée en vue de faire ressortir les principaux déterminants du changement de comportement financier du consommateur. Cette phase qualitative se voit assigner deux fonctions. La première est celle de la vérification des principaux concepts présents par la littérature. Il s'agit en effet de s'assurer que ceux-ci se retrouvent bien dans les discours de nos répondants. La deuxième fonction est de nature exploratoire, apportant ainsi un enrichissement aux conclusions établies dans la littérature. Il s'agit de définir de nouvelles pistes de recherches. Les objectifs de cette étude qualitative et la méthodologie employée sont présentés successivement.

1. Objectifs de l'étude exploratoire

La littérature souligne l'importance d'améliorer la compréhension de la formation et du changement de comportement financier, de progresser dans la définition des stratégies de changement et d'identifier les déterminants les plus pertinents du changement. Les facteurs

internes pouvant expliquer les motivations à changer de comportement financier sont en effet peu étudiés empiriquement.

Cette recherche a donc pour objectif d'approfondir les études réalisées sur le comportement financier du consommateur en identifiant les déterminants qui conduisent l'individu à changer son comportement financier. La littérature sur le comportement financier du consommateur a permis de mettre en évidence différents aspects de formation du comportement financier associés au changement (socialisation, programmes, expérience de la vie) et différents facteurs individuels de changement de comportement financier (phases de changement, activités/stratégies d'adaptation, balance décisionnelle). L'un des objectifs de cette étude qualitative est donc d'identifier, dans un premier temps, les principaux éléments de formation et de changement de comportement financier du consommateur. Il s'agit ensuite d'étudier les actes posés par un individu qui souhaite changer son comportement financier. Cette phase qualitative répond donc à deux objectifs principaux :

- (1) Identifier les aspects de formation et de changement du comportement financier des jeunes adultes étudiants et les associations entre ces éléments.
- (2) Définir les activités d'adaptation auxquelles l'individu s'adonne dans le but de modifier son comportement.

Cette démarche qualitative présente deux fonctions principales. La première fonction est d'appuyer les concepts posés par la littérature en vérifiant que nous retrouvons bien ces concepts dans le discours de nos répondants. Cette démarche nous permet de faire émerger les principaux déterminants de la formation et du changement de comportement dans le domaine financier.

La deuxième fonction, de nature exploratoire, est d'enrichir les conclusions de la littérature par de nouvelles pistes de recherche. Cette phase permettant l'approfondissement de ces déterminants du changement va aussi nous aider à développer le modèle conceptuel par la production de nouvelles informations.

2. Méthodologie de l'étude qualitative

Les entretiens individuels semi-directifs

Souhaitant traiter des motivations relatives à un sujet délicat, nous avons exclu d'emblée les

réunions de groupe (Albarelo, 2003). En effet, il est peu probable que les répondants acceptent de partager leurs idées en présence des autres. Cette étude exploratoire va recueillir les perceptions des consommateurs ainsi que certaines conduites relatives au comportement de gestion de leurs finances personnelles. Dans le cadre de cette recherche, le questionnement direct semi-directif est le plus approprié (Andréani et Conchon, 2005). Dans la mesure où nous souhaitons orienter les répondants vers certains thèmes et éviter un risque d'éparpillement provenant du caractère exploratoire de notre domaine de recherche. Cette démarche nous permet de conforter différentes variables déjà testées empiriquement dans la littérature mais aussi de discerner de nouvelles pistes de recherche.

Le guide d'entretien

Le guide d'entretien a été testé au préalable pour s'assurer de la bonne compréhension des questions auprès de trois personnes et quelques modifications mineures ont été apportées. Ce guide a été réalisé pour répondre aux deux objectifs principaux de cette étude qualitative.

Au premier objectif, à savoir les facteurs de formation et de changement du comportement financier, ont été associées les questions suivantes : Diriez-vous que vous vous y connaissez bien en matière de budget ou de planification de vos dépenses, de vos économies ? Avez-vous été influencé sur ce point par vos parents ou par des membres de votre famille ? Par l'école ? Ces influences jouent-elles encore un rôle aujourd'hui en matière d'amélioration de votre comportement de dépenses ou d'épargne ? Avez-vous eu l'occasion de changer de comportement de dépenses et si oui, quand et pourquoi ?

Pour le second objectif, les activités d'adaptation employées par l'individu pour s'aider à changer de comportement financier, plusieurs questions générales ont aussi été proposées : Faites-vous actuellement des efforts pour mieux gérer vos dépenses/votre argent ? Si oui comment faites-vous ? Quelles actions, quels comportements adoptez-vous pour y arriver ? Si non, avez-vous l'intention de faire des efforts prochainement ? Si oui, quels sont les facteurs qui vous incitent à changer ?

Le guide d'entretien, ainsi que les objectifs de cette étude qualitative mettent particulièrement en avant les effets des déterminants individuels du changement de comportement financier du consommateur.

L'échantillon de répondants

L'échantillon est composé d'étudiants, cible privilégiée des associations d'intérêt général ayant vocation à promouvoir l'éducation financière des jeunes et les organisations internationales luttant contre l'« illettrisme » ou l'« analphabétisme » financier. Il convient d'ajouter que les années d'études supérieures sont souvent caractérisées par des changements majeurs de la vie d'une personne. Les étudiants éprouvent généralement diverses difficultés à gérer leur argent, à payer leurs propres premières factures (Scanlon, Rowling et Weber, 2007) et à s'adapter à la vie loin de leurs parents (Shim et *alii*, 2009).

La composition de cet échantillon vise également à regrouper des personnes ayant des caractéristiques semblables de façon à être représentatives des idées exprimées, des cibles visées et des explications à donner (Andréani et Conchon, 2005 ; Miles et Huberman, 1994).

Nous réalisons un total de douze entretiens auprès des étudiants sur le campus de l'Université des Sciences et Technologies de Lille I en procédant par des recherches d'étudiants volontaires et en interpellant des personnes de notre entourage appartenant à d'autres établissements universitaires.

Se situant dans le cadre d'une démarche exploratoire, le recueil d'informations vise à confronter les déductions logiques issues de la littérature et à définir de nouvelles perspectives de travail. Selon Griffin et Hauser (1993), 8 à 10 répondants révèlent 70 à 80% de l'information. Le recueil d'information dans cette recherche atteint une saturation sémantique à douze entretiens (Andréani et Conchon, 2005). C'est-à-dire que tant que l'étude découvre de nouveaux éléments, le recueil d'informations continue et dès qu'il y a saturation d'informations, l'étude s'arrête et la taille de l'échantillon est considérée comme optimale. Le tableau 4 présente la composition de l'échantillon interviewé.

Tableau 4 : Présentation de l'échantillon de l'étude exploratoire

Prénom Nom	Age	Profession	Situation familiale	Lieu de l'interview
Amel E.	19 ans	Bac + 1 Biochimie	Célibataire, 0 enfant et vivant chez ses parents	Une salle libre sur le campus de Lille I au bâtiment SH1

Mickael C.	26 ans	Bac + 5 Master II en marketing chef de produit	Célibataire, 0 enfant, vivant seul	A domicile
Marc M.	25 ans	Bac + 2 Pharmacie	Célibataire, 0 enfant, vivant seul	A domicile
Lise B.	25 ans	BTS en alternance Management des unités commerciales	Célibataire, 1 enfant (Matis) et vivant à deux	A domicile
Thomas S.	26 ans	Bac+5 Master II Génie civil	Célibataire, 0 enfant et vivant avec son grand frère	A la maison des étudiants sur le campus de Lille I
Mehdi A.	25 ans	Bac + 5 Master II Infrastructure- Génie civil	Concubinage, 0 enfant et vivant à deux	A la maison des étudiants sur le campus de Lille I
Louis E.	23 ans	Bac + 5 Analyse Economique des Politiques Publiques	Concubinage, 0 enfant et vivant à deux	Une salle libre sur le campus de Lille I au bâtiment SH3
Morgan G.	21 ans	Bac + 1 licence Math, Informatique, Mécanique et Physique	Célibataire, 0 enfant et vivant chez ses parents	A la maison des étudiants sur le campus de Lille I
Antoine C.	18 ans	Bac + 1 Polytech	Célibataire, 0 enfant et vivant seul	A la maison des étudiants sur le campus de Lille I
Loïc M.	18 ans	Bac + 1 licence	Célibataire, 0 enfant et	Une salle libre sur le

		Math, Informatique, Mécanique et Physique	vivant chez ses parents	campus de Lille I au bâtiment SH3
Paula C.	23 ans	Bac + 3 Pharmacie	Célibataire, 0 enfant et vivant seul	A domicile
Emmanuel B.	22 ans	Bac + 3 licence Marketing	Célibataire, 0 enfant et vivant en colocation	A domicile

Déroulement des entretiens individuels semi-directifs

Les entretiens ont une durée comprise entre 40 minutes et 1h15 minutes et sont enregistrés et intégralement retranscrits.

Pour répondre aux différents thèmes du guide d'entretien, les répondants se basent sur leurs expériences passées, sur leurs conduites actuelles en matière de gestion de leurs finances personnelles et essaient de se projeter sur les activités de changement qu'ils envisagent de mettre en place. Nous avons par conséquent eu recours à la mémorisation de leurs expériences passées aussi bien qu'à l'imagination de leurs expériences futures.

Au cours de ces entretiens, les règles recommandées pour mener un entretien semi-directif sont respectées. Ainsi l'interviewer développe :

- Une attitude positive en écoutant avec intérêt et attention tous les propos de l'interviewé,
- Une attitude empathique ayant pour objectif d'être le plus proche possible du cadre de référence de l'interviewé.

Méthode d'analyse du contenu des entretiens

L'analyse de contenu thématique a été utilisée pour exploiter le matériel verbal. L'analyse de contenu est « *une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative, du contenu manifeste des communications, ayant pour but de les interpréter* » (Berelson, 1952). Cette technique est souvent utilisée en marketing (Evrard, Pras et Roux,

2000). Elle vise à découper transversalement les différents entretiens en thèmes communs et à rechercher de la cohérence. Conformément aux recommandations de Bardin (2001), nous avons procédé en trois étapes :

1^{ère} étape La préanalyse : A l'issue d'une lecture flottante, l'unité d'analyse a été définie. Il s'agit du thème plutôt que de la structure du discours (analyse syntaxique) ou de la nature et la richesse du vocabulaire (analyse lexicale). Par thème, nous entendons : unité de sens commune à l'ensemble des entretiens.

2^{ème} étape L'exploitation du matériel : les catégories sont apparues a posteriori. Ces catégories formées ont respecté les règles d'exclusion mutuelle (une unité d'analyse ne peut se retrouver que dans une seule et même catégorie), de pertinence (les catégories définies sont pertinentes au regard de la problématique initiale), d'homogénéité (les catégories doivent être de nature équivalente) et d'efficacité (chaque catégorie doit apporter des résultats conséquents).

3^{ème} étape Le traitement des résultats et interprétation : nous avons opté pour une analyse horizontale des entretiens. Les discours ont donc été découpés en unité d'analyse et regroupés de manière homogène. Une grille de codification a été élaborée au préalable en vue de faire ressortir les principaux thèmes et sous-thèmes.

SECTION 2 : RESULTATS DE L'ETUDE QUALITATIVE

Les entretiens réalisés ont une visée exploratoire. A travers, les discours récoltés nous cherchons à dégager des points communs avec la littérature sur la formation et le changement de comportement financier du consommateur. Il s'agira ensuite d'extraire pour chaque thème certaines spécificités ou nouveautés liées à notre champ de recherche. L'analyse du matériel verbal fait ressortir quatre thèmes principaux notamment (1) la dynamique du changement, (2) les facteurs intrinsèques conduisant au changement de comportement financier du consommateur, (3) la socialisation financière et la formation ou le changement de comportement financier et (4) l'apprentissage par l'expérience avec l'argent.

1. Dynamique et stratégies de changement de comportement financier du consommateur

La littérature prend en compte la nature dynamique du changement de comportement

financier et reconnaît que les individus ont souvent besoin de plusieurs tentatives de changement avant de réussir. Lorsqu'on s'intéresse au changement de comportement d'un individu, on observe surtout la démarche avec laquelle celui-ci modifie ses actions, en regardant les étapes qu'il suit pour arriver à son but : passer du comportement actuel non souhaitable ou problématique au comportement souhaité. L'objectif premier de cette étude qualitative est d'identifier les différentes conceptions du changement de comportement financier déclarées par les répondants. Premièrement, les effets de changement de situation personnelle sur le changement de comportement financier sont mis en avant. Deuxièmement, les étapes à franchir pour changer de comportement financier sont présentées. Troisièmement, les activités d'adaptation facilitant le changement de comportement financier sont identifiées.

Les effets de changement de situation personnelle sur le changement de comportement financier

Un enseignement important de la phase qualitative est que le changement de situation personnelle influence le changement de comportement financier du consommateur. L'analyse des entretiens laisse entrevoir que la segmentation par situations de vie est un élément de différenciation des comportements financiers adoptés. En revanche, les travaux de recherche sur ces comportements se limitent aux liens entre les critères sociodémographiques et les comportements financiers du consommateur. L'approche situation de vie décelée dans le discours des répondants nous a permis d'identifier trois profils différents de comportement financier sur quatre répondants ayant le même profil sociodémographique en termes de tranche d'âge et de niveau d'études. Un répondant appartenant au premier profil appelé « les jeunes inactifs, célibataires, vivant chez leurs parents » déclare : « *Si je n'ai pas assez dans mon compte je demande à mes parents. Comme ça je n'utilise pas ce que j'ai sur mon compte mais leur argent. Vu que je ne gagne pas vraiment mon argent, j'ai pas peur de le perdre parce que je ne travaille pas pour le gagner alors ça me dérange pas d'utiliser.* » (Amel, E.) De ces propos, nous pouvons constater que la personne est davantage orientée vers l'achat plaisir, qu'elle se préoccupe beaucoup d'elle-même et qu'elle n'a d'ailleurs pas l'impression de restreindre sa consommation du moins tant qu'elle est inactive et qu'elle habite encore chez ses parents. Nous pouvons donc nous attendre à un changement du comportement financier de cette personne dans un avenir proche notamment quand elle sera autonome financièrement et qu'elle aura quitté son domicile familial.

Deux répondants du deuxième profil sont baptisés « les jeunes indépendants aisés ». L'un

d'eux affirme : « *Je n'étais pas très assidu avant d'être en couple je le suis depuis donc maintenant j'essaie de faire ça une fois toutes les semaines toutes les deux semaines à peu près... j'ai eu des problèmes de justement manque de consultation des petites surprises donc du coup j'ai essayé j'ai changé de banque et j'ai essayé d'être plus rigoureux.* » (Louis E.)

Les personnes de ce profil se trouvent au début de leur installation dans la vie, ce qui les motive à être plus responsables et à faire plus attention à la façon dont ils gèrent leur argent comparé à leurs situations d'avant (avant d'être en couple ou avant de trouver un emploi).

Le troisième profil appelé « les jeunes indépendants peu aisés » est illustré par l'extrait suivant : « *Avec mon fils qui avait grandi, forcément c'est dur à gérer une baisse de salaire.* » (Lise B.). Plus que dans les deux autres groupes, la nécessité apparaît dans la consommation de ce dernier groupe. Leur nouveau niveau de vie plutôt modeste a forcément tendance à les freiner dans leurs achats.

Il ressort de cela que les critères sociodémographiques souffrent de certaines limites. Cette méthode de segmentation est simple à mettre en œuvre mais elle est basée sur des critères « objectifs », stables dans le temps et accessibles. L'approche situation de vie dispose d'une vision plus dynamique et permet de repérer le cycle, l'étape, la situation dans lesquels se situe notre interviewé à l'instant T. L'approche de segmentation par situations de vie présente alors un double intérêt : dégager, dans le cadre d'une analyse dynamique, les sensibilités qui progressent dans la société et identifier celles qui émergent, et de déterminer de manière « opérationnelle » si tel ou tel groupe est en avance ou en retard sur un courant social. D'ailleurs, la littérature souligne que les différences dans les profils sociodémographiques ne sont pas souvent à l'origine des différences des comportements financiers adoptés en matière d'épargne, de crédit et d'investissement. Les variables de segmentation sociodémographiques les plus utilisées sont le sexe, le salaire des parents, le niveau d'études. Dans leurs études, Lalonde et Schmidt (2011) trouvent que l'ensemble de ces variables sociodémographiques n'a aucun effet significatif sur les comportements financiers.

Les étapes pour changer de comportement financier

L'analyse du matériel verbal met en évidence une variable de segmentation encore plus pertinente que les critères de situations de vie. Il s'agit des étapes dans lesquelles se trouve l'individu par rapport à sa capacité de gérer son argent. Différentes étapes ont été décelées dans le discours des répondants : le déni, la reconsidération, l'effort, la tentation et la

rechute... En effet, l'analyse de contenu montre que 25% des répondants se trouvent dans l'étape du déni. A cette étape, la personne affirme qu'elle ne fait pas attention à sa façon de gérer son argent et que la planification de leur finance ne fait pas encore partie de leurs préoccupations majeures : « *Non, je ne les gère pas mais quand je reçois des relevés je les regarde de temps en temps mais voilà euh ... sans plus quoi [...] moi je suis plutôt du style quand quelque chose me plaît je l'achète. Et voilà.* » (Amel E.)

Les personnes se trouvant à l'étape de reconsidération déclarent s'apercevoir que leur façon de gérer leur argent est inappropriée, avoir essayé de faire des efforts pour mieux gérer leur argent mais sans vraiment y parvenir (retour en arrière) : « *Je me rends compte que c'est ça qui me manque vraiment... je sais qu'il faut bien gérer son argent mais voilà c'est vraiment la marge de manœuvre ça me plaît bien comme expression... du coup je me dis je comprends pourquoi je suis en galère et je comprends aussi comment je vais m'en sortir enfin voilà. J'ai déjà essayé de faire mieux mais on se laisse vite aller... on ne peut pas passer son temps à faire ses comptes.* » (Lise B). A l'étape dite d'effort, les individus s'efforcent à mieux gérer leur argent : « *En checkant mon compte tous les jours via mon téléphone. Là, j'essaie de faire des économies, ou je transfère ce que je compte économiser directement sur mon compte épargne dès que je reçois ma paie sinon je fais en sorte à ce qu'il me reste à chaque fois 100 à 200€.* » (Michael C.) D'autres répondants signalent faire des efforts pour mieux gérer leur argent mais être aussi tentés par des achats coup de cœur : « *C'est surtout sur les activités personnelles que je me limite surtout ne pas regarder les vitrines, mais c'est tentant quand même, disant que c'est une envie la dernière chose achetée c'était un petit matériel informatique c'était un disque dur qui est en promotion c'était un achat de coup de cœur.* » (Loïc M.) Les propos des interviewés montrent que ces derniers se positionnent différemment par rapport à leur capacité de bien gérer leur argent. Au vu des résultats, nous pouvons conclure que ces étapes de gestion d'argent sont théoriquement associées aux phases de changement du modèle transthéorique (Prochaska et DiClemente, 1982). L'étape du déni correspond à la phase de la précontemplation, l'étape de reconsidération renvoie à un retour en arrière à la phase de contemplation, l'étape de l'effort concorde avec la phase de l'action et l'étape effort, tentation et rechute est associée aux phases d'action et de maintien conjointement. Cette étude exploratoire vient appuyer la littérature sur l'importance des phases de changement mais aussi adresser quelques critiques à l'évaluation de ces phases de changement. En effet, dans le modèle transthéorique initial, le changement de comportement s'effectue au cours d'une démarche constituée de différentes phases ordonnées de façon

chronologique, soient : la précontemplation, la contemplation, la préparation, l'action, le maintien et la terminaison. Cependant, il ressort de cette étude qualitative qu'une même personne peut présenter les caractéristiques des différentes phases simultanément (par exemple, faire des efforts pour mettre de l'argent de côté (action) et avoir à la fois des tentations de faire des achats coup de cœur (maintien). Plutôt que de situer les individus dans des phases de changement bien spécifiques, il serait plus intéressant de retenir l'intensité de chacune des dimensions de changement (précontemplation, contemplation, action, maintien). Cette façon de faire permet de créer des groupes de changement constitués de personnes en situations proches sur la trajectoire ou spirale de changement.

L'hésitation entre les avantages et les inconvénients du changement de comportement

L'analyse des entretiens montre que les répondants décident ou non de changer de comportement financier après avoir analysé les effets probables résultants d'une bonne gestion de leur argent. Ils se montrent bien hésitants avant de prendre la décision de bien gérer leur argent et de changer de comportement financier : « *On a eu au début quelques hésitations après petit à petit c'est devenu des mécanismes de gestion et de vérification de regarder ce qu'il fallait dépenser ce qu'il ne fallait pas dépenser pour se restreindre à pas taper dans la zone rouge.* » (Louis E.) Leur hésitation repose principalement sur l'évaluation des bénéfices et des coûts liés à bien gérer leur argent : « *Même si on se prive un peu mais au moins on est tranquille on n'a pas de problèmes. Je préfère être tranquille que d'avoir des problèmes financiers.* » (Loïc M.) Les coûts de bien gérer son argent se manifestent le plus souvent par un sentiment de manque ou de privation. En revanche, les bénéfices de bien gérer leur argent correspondent à une sensation de sérénité et de sécurité. Cette hésitation peut être associée au concept théorique de la balance décisionnelle. Janis et Mann (1977) ont été les premiers à décrire un modèle de prise de décision en utilisant l'image d'une balance. D'un côté de la balance pèsent les éléments favorisant le *statu quo* et de l'autre les éléments favorisant le changement. Dans chaque plateau, chaque élément de l'alternative possède des avantages et des inconvénients.

Les activités d'adaptation et les stratégies de changement de comportement financier

Pour changer de comportement financier, les répondants déclarent avoir recours à des activités d'adaptation pour les aider à progresser dans le changement. L'analyse de contenu confirme que ces activités d'adaptation peuvent être positives ou négatives. Les activités

d'adaptation positives peuvent être associées théoriquement aux stratégies de changement d'approche et les activités d'adaptation négatives aux stratégies d'évitement. Les stratégies de changement correspondent en effet aux actions posées par l'individu pour modifier son comportement. Plusieurs stratégies d'évitement sont évoquées par les répondants. Le contrôle des stimuli négatifs et plus particulièrement le contrôle des dépenses superflues représentent la stratégie la plus fréquemment citée (24%). Le renforcement de bien gérer son argent par des reproches est également une stratégie importante signalée par les répondants (15%). La réévaluation des effets de la mauvaise gestion de l'argent est indiquée par plusieurs répondants (12%). Enfin, l'engagement envers l'évitement des dépenses excessives est mentionné par deux répondants pour un total de 3 occurrences (4%). Les stratégies d'approche sont aussi multiples. Le contrôle des stimuli positifs, notamment opter pour des bons plans, présente le plus d'occurrences (19%). La réévaluation des effets d'une bonne gestion de l'argent et le renforcement de bien gérer son argent par des récompenses sont évoqués par certains répondants et avec la même occurrence (12%). En revanche, s'engager à bien gérer ses finances est une stratégie qui ressort peu des discours des répondants (3%).

Ces résultats convergent avec les travaux empiriques pour l'amélioration du comportement financier (Seiling et Shockey, 2006 ; Xiao et *alii*, 2004) ; ceux-ci incitent à se focaliser sur ces quatre stratégies de changement notamment la réévaluation de l'environnement, le contrôle des stimuli, la gestion des renforcements et la libération personnelle. En effet, Xiao et *alii* (2004) soulignent qu'une personne doit recourir fréquemment à améliorer son engagement, à réévaluer les effets de son comportement financier sur son propre entourage et à renforcer ses nouvelles habitudes pour l'aider à changer de comportement financier dans la bonne direction. Quant à la stratégie du contrôle des stimuli, les auteurs encouragent les futures recherches à vérifier sa pertinence dans le contexte financier. De surcroît, les définitions théoriques de ces stratégies (Prochaska, Redding et Evers, 1996) montrent que celles-ci peuvent être « d'approche » (positives) ou « d'évitement » (négatives). La réévaluation de l'environnement comprend la réévaluation des impacts positifs et négatifs du comportement sur son environnement et ses valeurs. Le contrôle des stimuli peut se faire en évitant des stimuli négatifs et en favorisant les positifs. La gestion des renforcements reprend la distinction (récompenses-punitions). La libération personnelle peut aussi se faire par engagement d'approche ou d'évitement.

Tableau 5 : Stratégies de changement d'approche et d'évitement

Stratégies d'approche (positives)		Stratégies d'évitement (négatives)	
Contrôle des stimuli (19%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Faire plutôt les soldes et essayer de chercher toujours les bons coins euh les bonnes occasions ou les bons groupons pour aller chez le coiffeur (Lise B.)</i> • <i>Essayer de me faire à manger les tupperwares la gamelle parce que j'ai plus tendance à manger dehors (Paula C.)</i> • <i>faire du sport ou faire des tours en vélo faire des choses constructives en fait qui coûtent moins chers (Marc M.)</i> • <i>Je vais appeler un pote on prend le ballon on va faire un basket je veux dire pas des trucs qui nécessitent une dépense d'argent en fait (Thomas T.)</i> 	Contrôle des stimuli (24%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>éviter de faire du shopping et éviter de boire des verres en terrasse aussi enfin voilà les petits extras comme ça et qui ne sont pas forcément utiles (Loïc M.)</i> • <i>je vais éviter d'aller genre en boîte ou payer une bouteille et tout donc voilà et puis même des resto si genre je vois quand j'ai des amis qui vont manger souvent à l'extérieur (Marc M.)</i> • <i>les faux frais les faux frais c'est à dire bah tout ce qui n'est pas obligatoire tout ce qui n'est pas vraiment utile (Paula C.)</i> • <i>j'essaierai de réfléchir aux dépenses importantes pour changer mon mode de consommation (Morgan G.)</i>
Réévaluation de l'environnement (12%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Je fais un petit budget j'utilise ça dans des voyages je vis avec ma copine et on arrive à s'en sortir tous les deux on se permet des choses [...] (Antoine M.)</i> • <i>J'ai l'impression d'avoir toujours été assez assez raisonnable à me demander si j'ai besoin de quelques choses avant de dépenser (Louis E.)</i> • <i>S'il me reste à la fin genre je vais le mettre de côté pour à chaque fois remettre pour garder de l'argent de côté et je me dis que c'est bien et tout (Morgan G.)</i> 	Gestion des renforcements (15%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>J'ai envie de dire des reproches parce qu'une personne mûre se fait toujours des reproches pour mieux se comporter (Mathilde C.)</i> • <i>Bah je vais me dire j'ai déconné j'ai fait de la m... je vais les retrancher sur la semaine d'après (Marc M.)</i> • <i>je vais éviter je vais essayer d'éviter un grand maximum sinon je me ferai des reproches ça c'est sûr (Loïc M.)</i> • <i>Je me dirai que je gère mal mon argent que j'avais une belle somme sur mon compte avant et que là elle a diminué d'un coup elle a disparu (Antoine M.)</i>
Gestion des renforcements (12%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Je marche plutôt sur les récompenses [...] moi je me dis que c'est bien je positivise beaucoup (Louis E.)</i> • <i>Pour me récompenser, je me dis bien jouer ! c'est bien, c'est super ! Mon père va être sûrement fier de moi parce qu'il se dira bah que euh j'ai dépassé le stade de l'enfant qui dépense dès qu'il souhaite quelque chose (Thomas T.)</i> 	Réévaluation de l'environnement (12%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>au bout d'un moment j'avais vraiment déconné, je ne pouvais plus du tout retirer de l'argent (Thomas T.)</i> • <i>je dépense en disant c'est que de l'argent et après j'arrive à chaque fois en galère (Lise B.)</i> • <i>moi mon compte je ne le regarde jamais avant de dormir je ne le regarde jamais non plus le matin au réveil parce que c'est un truc qui va soit t'empêche de dormir ou alors te met de mauvais poils le matin (Lise B.)</i>
Libération personnelle (3%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>C'est important de bien gérer son budget [...] de penser vraiment à tout et s'y tenir c'est tout pour mieux vivre (Morgan G.)</i> 	Libération personnelle (4%)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Je me promets d'éviter les frais bancaires et d'aller voir ma banquière avant d'avoir des frais justement (Lise B.)</i> • <i>Je compte réduire mes dépenses (Antoine M.)</i>

Cette étude qualitative souligne l'utilité de distinguer les stratégies de changement de comportement financier du consommateur selon le principe d'approche-évitement. De surcroît, le regroupement des stratégies en deux grandes familles - expérientielles et comportementales - est critiqué car il n'est pas observé dans toutes les études. Les stratégies ne se différencient pas suffisamment l'une de l'autre pour qu'on les considère comme des concepts distincts, ce qui amène Marshall et Biddle (2001) dans leurs méta-analyses à questionner la pertinence des notions de stratégies expérientielles et comportementales. Lorsque ces auteurs considèrent les stratégies de changement séparément, ils observent une plus grande utilisation de la libération personnelle entre la précontemplation et la contemplation. Toutefois, aucune différence notable n'est observée pour les neuf autres stratégies de changement. Dans une autre méta-analyse de 47 études, Rosen (2000) constate que l'utilisation des stratégies ne se fait pas selon une séquence universelle. L'affirmation selon laquelle les stratégies expérientielles prédominent dans les premières phases et les stratégies comportementales prédominent aux phases d'action et de maintien correspond bien au domaine du tabagisme, mais ne se vérifie pas de façon aussi consistante dans les études sur la toxicomanie. Elle ne tient plus lorsque l'on considère des problématiques comme l'acquisition d'habitudes d'exercice physique et la modification du régime alimentaire. Afin d'avoir une meilleure compréhension des mécanismes à l'œuvre dans les mouvements à travers les phases, Tafticht et Csillik (2013) soulignent la nécessité de recherches supplémentaires portant sur l'utilisation des stratégies de changement. Or, une distinction entre la cessation d'un comportement négatif et l'adoption d'un comportement favorable peut impliquer des différences importantes dans les mécanismes du changement de comportement. Par conséquent, une dichotomisation des stratégies fondée sur le principe approche-évitement, socle sur lequel repose la plupart des mécanismes motivationnels (Gomez, 2009 ; Elliot, 2008) semble plus enrichissante, mais il conviendra de le confirmer.

2. Variables individuelles, facteurs de socialisation et apprentissage par l'expérience

2.1 Variables individuelles

L'étude qualitative permet aussi d'identifier un ensemble de facteurs internes à l'individu jouant dans le processus de changement de comportement financier. Selon la littérature traitant de ce changement, les facteurs intrinsèques constituent un bon indicateur du progrès réalisé par un individu lorsque le changement s'échelonne dans le temps. Les répondants associent trois sous-thèmes au changement de comportement financier : le sentiment

d'efficacité personnelle, l'hésitation entre les avantages et les inconvénients du changement de comportement financier et la relation à l'argent.

Le sentiment d'efficacité personnelle et le changement de comportement

Cette étude qualitative nous a permis de conforter le lien entre le sentiment d'efficacité personnelle et le changement du comportement financier du consommateur. En effet, plusieurs répondants (80%) estiment ne pas se sentir capables de gérer leurs finances personnelles de manière efficace et déclarent que leur niveau de confiance en leur capacité de gérer leur argent est insuffisant : « *Si je devais vraiment tout gérer tout seul je ne suis pas sûr que ça suffirait parce que apparemment j'en connais pas tellement donc non ça ne doit pas être suffisant.* » (Antoine C.). Ils pensent pouvoir mieux gérer leur argent quand ils auront acquis les compétences nécessaires: « *Si je connaissais vraiment bien la finance bah je ne serai pas tombé dans la m... plusieurs fois.* » (Louis E.). Par conséquent, plus l'individu se sent efficace en gestion financière, plus il tente de changer de comportement financier et de mieux gérer ses finances personnelles. Ce sentiment d'efficacité personnelle constitue la croyance que possède un individu en sa capacité à produire ou non une tâche (Bandura, 1982, 1993). D'après Bandura, « si les gens ne croient pas qu'ils peuvent obtenir les résultats qu'ils désirent grâce à leurs actes, ils ont bien peu de raisons d'agir ou de persévérer face aux difficultés ».

La relation à l'argent

Dans le discours des répondants, la relation à l'argent, souvent mentionnée dans la littérature et associée au concept théorique d'attitude à l'égard de l'argent, est également retrouvée. L'attitude à l'égard de l'argent peut être considérée comme un construit psychologique stable caractérisé par les significations que l'individu attribue à l'argent et qui conduit à des types de comportements financiers à son égard. D'après Urbain (2000), « les significations de l'argent qui caractérisent l'attitude à son égard ont des fondements psychologiques (besoin de pouvoir et de sécurité émotionnelle ou matérielle), motivationnels (l'argent est important ou non) et moraux (il est considéré comme bon ou mauvais) ». Seules les deux premières significations sont retrouvées dans le discours des répondants. Ceux qui expriment une attitude à l'égard de l'argent à travers un besoin de sécurité matérielle déclarent : « *J'ai mis de l'argent de côté sur un compte de dépôt au cas où au fait.* » (Marc M.). Ceux qui n'accordent pas d'importance à l'argent affirment : « *L'argent est fait pour être dépensé.* » (Morgan G.) ou encore « *J'ai*

une... une relation avec l'argent un peu... enfin pour moi l'argent reste de l'argent en fait et je ne veux pas lui donner beaucoup d'importance j'essaie toujours de relativiser et de me dire que c'est que de l'argent quoi. » (Lise. B.). Il apparaît clairement que quelle que soit la signification que l'individu attribue à l'argent pour exprimer son attitude à son égard (ex : par un sentiment de besoin limité ou ne pas lui accorder de l'importance), plus cette attitude est faible plus celui-ci a tendance à le dépenser et à mal gérer ses finances personnelles.

2.2 La socialisation financière et la formation ou le changement du comportement financier du consommateur

L'analyse des entretiens met en évidence les relations entre la socialisation et le comportement financier adopté par le consommateur. Si la socialisation financière favorise la reproduction sociale des comportements financiers souhaitables, elle n'élimine pas pour autant les possibilités de changement, notamment le rejet. Les associations entre la socialisation et le comportement financier du consommateur couvrent plusieurs aspects : la reproduction sociale du comportement financier, le rejet du comportement financier du modèle parental, le rôle de l'école sur le comportement financier, le rôle non significatif de l'école sur le comportement financier et les normes sur le comportement financier adopté.

La reproduction sociale du comportement financier

Cette étude exploratoire présente deux phénomènes de reproduction sociale du comportement financier : soit la reproduction du modèle parental positif, soit la répétition du modèle parental négatif. Certains répondants déclarent que les parents leur fournissent un bon modèle de comportement de gestion et d'usage de l'argent. Ils font remarquer qu'une bonne gestion financière se résume à un ensemble de tâches spécifiques et récurrentes comme suivre et gérer ses comptes bancaires automatiquement tous les jours. D'autres soulignent une attitude plus générale à l'égard d'une bonne gestion financière, plutôt orientée vers l'investissement et l'optimisation de l'argent. « *Je fais attention à conserver mes tickets de caisse et mes factures car mon père fait la même chose et en plus de ça il regarde tout ce qu'il dépense et utilise même une calculatrice pour faire ses comptes. » (Emmanuel B.)* En revanche, quelques répondants confirment qu'ils gèrent mal leur argent tout comme leurs parents. Ils n'ont pas appris à bien gérer leurs finances en raison de l'absence du modèle parental. « *Ma mère gère mal. Elle est comme moi. » (Yan G.)* Pour ces répondants, avoir une personne sur qui compter lorsqu'ils se trouvent à court d'argent en milieu de mois est fréquent. La première forme de

reproduction sociale notamment la reproduction du modèle parental positif est théoriquement associée au concept de continuité intergénérationnelle (Clarke et *alii*, 2005). Selon Heckler, Childers et Arunachalam (1989), cette forme de reproduction peut s'expliquer par l'effet modérateur de l'intensité des relations entre les parents et les enfants et par l'opportunité de continuer cette relation à l'âge adulte. En revanche, cette étude exploratoire montre que les personnes reproduisent également les comportements financiers négatifs.

Le rejet du comportement financier du modèle parental

Deux phénomènes de rejet de comportement financier du modèle parental ont été identifiés dans le discours des répondants : le rejet du modèle parental négatif et l'évitement de reproduire un modèle parental positif. Les répondants qui refusent de reproduire le comportement financier positif de leurs parents avancent qu'ils gèrent bien leur argent malgré que cela soit loin d'être le cas de leurs parents. Ils réalisent qu'une mauvaise gestion financière entraîne des conséquences négatives pour leur famille. Certains trouvent qu'une mauvaise gestion financière va jusqu'à créer une atmosphère familiale tendue. Ils considèrent que le fait d'être à découvert ou encore de dépenser sans compter peut les priver de certains avantages bancaires ou les sanctionner. *« C'est justement que l'avantage que j'ai eu c'est que comme je voyais que mon père ne faisais pas très attention à sa gestion financière... la raison que du fait que maintenant je fais très attention à mes comptes je n'ai pas envie de voir ce que mon père avait vécu pendant mon enfance les relances des impôts et de factures, dispute avec ma mère et voilà... » (Thomas T.)* D'autres participants parlent de leur mauvaise gestion financière, bien que leurs parents gèrent bien leur argent. Ils trouvent que leurs parents accordent beaucoup d'importance à l'argent et ont donc tendance à se montrer plutôt désintéressé vis-à-vis de celui-ci. *« Non, non, non, je ne m'inspire pas du tout de la façon dont mes parents gèrent leur argent ! Eux, ils comptent tout et tout le temps donc euh [...] moi, je ne planifie rien rien rien. » (Morgan G.)* Le rejet du modèle parental négatif correspond au concept de discontinuité intergénérationnelle (Solheim, Zuiker et Levchenko, 2011). En effet, les relations conflictuelles avec les parents renvoient au rejet des modèles parentaux (Lecomte, 2002). Comme le note Kaufmann (1992), il s'agit, dans la plupart des cas, d'un rejet du modèle domestique qui incombe à la mère plus que des pratiques elles-mêmes. Néanmoins, cette étude montre que le rejet peut autant résulter des conflits avec les parents que des pratiques financières négatives des parents. Ceci amène les enfants à changer de comportement financier en rejetant celui adopté par leurs parents.

Le rôle de l'école sur le comportement financier

Cette étude qualitative nous a permis de témoigner du lien significatif entre les matières enseignées à savoir dans le cadre de la finance, des mathématiques ou encore de la comptabilité et le niveau des connaissances financières ainsi que les comportements financiers des répondants. En effet, le rôle des programmes d'enseignement sur les connaissances financières a été signalé par l'un des répondants : « *Je suis en BTS donc en ce moment voilà je fais des calculs les fiches de paie les calculs euh. J'ai des cours pour ça j'ai fait un DAEU et après j'ai fait un Bac pro services et en Math on fait des tableaux d'amortissement tu sais euh voilà donc après tu comprends quoi la notion des taux, pourcentages et intérêts carrément donc l'amortissement donc ça va ça me paraît clair* » (Lise B.). Plusieurs travaux de recherche montrent que l'éducation financière à l'école permet de toucher favorablement les connaissances et les comportements financiers de la population. Les programmes d'enseignement représentent l'outil pédagogique de base de transmission des connaissances dans les établissements scolaires. Outre le lien entre les programmes d'enseignement et le niveau de connaissances financières du consommateur, l'étude exploratoire met en avant le lien entre ces programmes et le sentiment d'efficacité personnelle. Rappelons que le sentiment d'efficacité personnelle est reconnu dans la littérature comme un indicateur de progrès du changement de comportement financier. Les répondants déclarent être confiants en leur capacité de gérer leurs finances personnelles grâce aux cours d'enseignement qu'ils ont eu : « *Oui, tout à fait. J'ai l'impression d'avoir assez de connaissances et de m'y connaître en finance. J'ai fait un peu de comptabilité. Donc, oui.* » (Mickael C.). Cette relation laisse entrevoir le rôle significatif de l'école sur la formation du comportement financier du consommateur.

Les normes et le comportement financier adopté

Un autre aspect de socialisation, les normes, a été identifié dans le discours des répondants. Certains répondants affirment que leur comportement financier est dicté par leurs normes : « *Avec mon fils je me suis déjà retrouvé à ne pas pouvoir retirer de l'argent avec un enfant ce n'est pas concevable de ne pas pouvoir retirer de l'argent.* » (Lise B.) Ces normes ont une fonction prescriptive et permettent d'indiquer quels comportements financiers adopter dans une situation donnée : « *Je vis avec ma copine et on arrive à s'en sortir tous les deux. C'est normal de faire des efforts quand on vit à deux* » (Morgan G.). Nous pouvons dire que ces normes sont théoriquement associées aux normes prescriptives (Reno, Cialdini et Kallgren,

1993). Les normes prescriptives sont les normes stipulant ce qu'il est socialement valorisé de faire ou au contraire de ne pas faire. Cette étude qualitative permet d'appuyer le lien significatif entre les normes prescriptives et le comportement financier adopté par le consommateur. Les travaux de recherche retiennent souvent les normes descriptives pour prédire les comportements financiers du consommateur. Cependant, une méta-analyse réalisée sur 185 études atteste que les normes subjectives constituent un faible prédicteur des intentions comportementales comparé aux deux autres variables attitude et contrôle perçu. Il serait donc intéressant d'étudier les normes prescriptives à la place des normes subjectives. Les normes prescriptives renvoient aux perceptions du comment les gens (comme nous) se comportent généralement face à une situation donnée. Les individus se fient aux normes prescriptives pour guider leur comportement suivant une croyance collective prudente (Burger et alii, 2011).

2.3 Apprendre de ses propres expériences

L'étude qualitative exploratoire met également en avant les contributions des expériences financières passées sur le changement de comportement financier du consommateur. Alors que la littérature souligne l'apprentissage du comportement financier par les expériences financières négatives, cette étude exploratoire identifie en plus l'apprentissage par les expériences financières positives. Dans un premier temps, l'apprentissage des expériences négatives est présenté. Dans un second temps, l'apprentissage des expériences positives est discuté.

Apprentissage des expériences négatives

Les verbatim témoignent du lien positif entre les expériences financières négatives vécues, les connaissances et les comportements financiers : « *Le plus gênant que j'ai eu c'était c'est en terme de mauvaise gestion c'était le fait que j'ai fait des reports de j'ai changé de fournisseur internet et j'ai oublié de résilier totalement l'abonnement et donc j'ai payé 6 mois l'abonnement en double parce que je n'avais pas totalement résilier l'abonnement et qu'il fallait renvoyer la box et que c'était des démarches pareil très compliquées et j'ai eu tendance à les négliger c'est un peu ce qui arrive avec beaucoup d'étudiants.* » (Louis E.) Différents travaux de recherche montrent que les expériences financières négatives contribuent à l'amélioration des connaissances financières et à des changements positifs du comportement financier. Les gens apprennent en défiant leurs propres expériences personnelles que Courchane et Zorn (2005) désignent « école des coups durs ». Cette étude

qualitative permet d'appuyer ces résultats. L'apprentissage des expériences financières négatives constitue également un *input* dans le modèle d'évaluation des résultats de l'impact de l'éducation financière (Sebstad, Cohen et McGuinness, 2006) ayant un effet significatif sur l'amélioration des connaissances, compétences et attitudes financières. Dans leur modèle, l'apprentissage des expériences financières interagit avec l'éducation financière en agissant sur les comportements et les résultats financiers.

Apprentissage des expériences positives

L'analyse du matériel verbal montre que les répondants forment un comportement financier positif et changent de comportement financier à partir des expériences financières positives vécues : « *De la vie, de la vie en général de mes de mes expériences j'ai toujours travaillé et c'est grâce à ça que j'ai appris à gérer mon budget.* » (Mehdi A.) Ces expériences positives s'acquièrent par le dialogue avec les autres, par le travail durant les études ou encore par la pratique. La portée des expériences financières positives se produit le plus souvent de manière graduelle et s'échelonne sur une longue période de temps : « *Maintenant je commence à m'y connaître un petit peu mais c'est vrai que c'est quand même c'est long en fait ça vient avec le temps ça vient justement aussi avec le dialogue avec d'autres étudiants qui se retrouvent dans cette situation euh.* » (Louis E.) Cette étude qualitative montre que l'apprentissage des expériences positives est associé avec l'apprentissage progressif. Selon la littérature, l'apprentissage progressif présente l'avantage d'assimiler plus facilement les nouveaux concepts nouvellement découverts (Frayssinhes, 2013).

Tableau 6 : Formation et changement de comportement financier

Catégories identifiées	Sous-thèmes	Verbatim	Catégories théoriques associées
Dynamique de changement	Changement de situation	<p>« <i>Je n'étais pas très assidu avant d'être en couple je le suis depuis donc maintenant j'essaie de faire ça une fois toutes les semaines toutes les deux semaines à peu près. Bah j'ai eu des problèmes de justement manque de consultation des petites surprises donc du coup j'ai essayé j'ai changé de banque et j'ai essayé d'être plus rigoureux.</i> » (Louis E.)</p> <p>« <i>Avec mon fils qui avait grandi, forcément c'est dur à gérer une baisse de salaire.</i> » (Lise B.)</p>	Approche par situations de vie (Brousseau, Couvreur et Loisel, 2003)

	<p>« Alors que maintenant j'ai un certain euh comment dire mon train de vie a augmenté donc je me permets beaucoup plus de choses que je ne pouvais me les permettre. » (Michael C.)</p> <p>« Si je n'ai pas assez dans mon compte je demande à mes parents. Comme ça je n'utilise pas ce que j'ai sur mon compte mais leur argent. Vu que je ne gagne pas vraiment mon argent j'ai pas peur de le perdre parce que je ne travaille pas pour le gagner alors ça me dérange pas d'utiliser. » (Amel, E.)</p>	
Déni	<p>« Je gère le jour au jour et puis ce n'est pas euh il n'y a rien de préparer. » (Mehdi A.)</p> <p>« Bah, je ne le gère pas, je ne planifie rien... Je regarde juste pour voir quand est ce que je touche la bourse en fait. » (Morgan G.)</p> <p>« Non, je ne les gère pas mais quand je reçois des relevés je les regarde de temps en temps mais voilà euh ... sans plus quoi [...] moi je suis plutôt du style quand quelque chose me plaît je l'achète. Et voilà. » (Amel E.)</p>	La précontemplation
Reconsidération	<p>« Je me rends compte que c'est ça qui me manque vraiment bah je sais qu'il faut bien gérer son argent mais voilà c'est vraiment la marge de manœuvre ça me plaît bien comme expression... du coup je me dis je comprends pourquoi je suis en galère et je comprends aussi comment je vais m'en sortir enfin voilà. J'ai déjà essayé de faire mieux mais on se laisse vite aller..., on ne peut pas passer son temps à faire ses comptes. » (Lise B)</p>	La contemplation « de nouveau »
Efforts	<p>« En checkant mon compte tous les jours via mon téléphone. Là, j'essaie de faire des économies, ou je transfère ce que je compte économiser directement sur mon compte épargne dès que je reçois ma paie sinon je fais en sorte à ce qu'il me reste à chaque fois 100 à 200€. » (Michael C.)</p>	L'action
Effort, tentation, rechute	<p>« C'est surtout sur les activités personnelles que je me limite surtout ne pas regarder les vitrines, mais c'est tentant quand même, disant que c'est une envie la dernière chose achetée c'était un petit matériel informatique c'était un disque dur qui est en promotion c'était un achat de coup de cœur. » (Loïc M.)</p>	Action, maintien
Hésitation	<p>« Même si on se prive un peu mais au moins on est tranquille on n'a pas de problèmes. Je préfère être tranquille que d'avoir des problèmes financiers. » (Loïc M.)</p> <p>« Des fois je dépense en disant c'est que de l'argent ha haha et après j'arrive à chaque fois en galère. » (Lise B)</p>	Balance décisionnelle (Janis et Mann, 1977)

		<p>« On a eu au début quelques hésitations après petit à petit c'est devenu des mécanismes de gestion et de vérification de regarder ce qu'il fallait dépenser ce qu'il ne fallait pas dépenser pour se restreindre à pas taper dans la zone rouge. » (Louis E.)</p>	
	Activités d'adaptation positives	<p>« Faire plutôt les soldes et essayer de chercher toujours les bons coins euh les bonnes occasions ou les bons groupons pour aller chez le coiffeur. » (Lise B.)</p> <p>« Essayer de me faire à manger les tupperwares la gamelle parce que j'ai plus tendance à manger dehors. » (Paula C.)</p> <p>« Pour me récompenser, je me dis bien jouer ! c'est bien, c'est super ! Mon père va être sûrement fier de moi parce qu'il se dira bah que euh j'ai dépassé le stade de l'enfant qui dépense dès qu'il souhaite quelque chose. » (Thomas T.)</p>	Stratégies de changement d'approche (Elliot, 2008)
	Activités d'adaptation négatives	<p>« Je me promets d'éviter les frais bancaires et d'aller voir ma banquière avant d'avoir des frais justement. » (Lise B.)</p> <p>« Je compte réduire mes dépenses. » (Antoine M.)</p> <p>« Je vais éviter je vais essayer d'éviter un grand maximum sinon je me ferai des reproches ça c'est sûr. » (Loïc M.)</p> <p>« J'essaierai de réfléchir aux dépenses importantes pour changer mon mode de consommation. » (Morgan G.)</p>	Stratégies de changement d'évitement (Elliot, 2008)
Facteurs intrinsèques	Efficacité personnelle	<p>« Si je connaissais vraiment bien la finance bah je ne serai pas tombé dans la merde plusieurs fois quoi. » (Louis E.)</p> <p>« Si je devais vraiment tout gérer tout seul je ne suis pas sûr que ça suffirait parce que apparemment j'en connais pas tellement donc non ça ne doit pas être suffisant. » (Antoine C.)</p>	Sentiment d'efficacité personnelle (Bandura, 1977)
	Relation à l'argent	<p>« J'ai une... une relation avec l'argent un peu... enfin pour moi l'argent reste de l'argent en fait et je ne veux pas lui donner beaucoup d'importance j'essaie toujours de relativiser et de me dire que c'est que de l'argent quoi. » (Lise. B.)</p> <p>« L'argent est fait pour être dépensé. » (Morgan G.)</p> <p>« J'ai mis de l'argent de côté sur un compte de dépôt au cas où au fait. » (Marc M.)</p>	Attitude à l'égard de l'argent (Urbain, 2000)

Socialisation	Reproduction sociale	<p>« <i>Ma mère gère mal. Elle est comme moi.</i> » (Yan G.)</p> <p><i>Je fais attention à conserver mes tickets de caisse et mes factures car mon père fait la même chose et en plus de ça il regarde tout ce qu'il dépense et utilise même une calculatrice pour faire ses comptes.</i> » (Emmanuel B.)</p>	Continuité intergénérationnelle (Clarke et alii, 2005)
	Rejet du modèle	<p>« <i>C'est justement que l'avantage que j'ai eu c'est que comme je voyais que mon père ne faisais pas très attention à sa gestion financière et bon bah à ce moment-là ça était la raison que du fait que maintenant je fais très attention à mes comptes je n'ai pas envie de voir ce que mon père avait vécu pendant mon enfance les relances des impôts et de factures, dispute avec ma mère et voilà...</i> » (Thomas T.)</p> <p>« <i>Non, non, non, je ne m'inspire pas du tout de la façon dont mes parents gèrent leur argent ! Eux, ils comptent tout et tout le temps donc euh [...] moi, je ne planifie rien rien rien.</i> » (Morgan G.)</p>	Discontinuité intergénérationnelle (Solheim, Zuiker et Levchenko, 2011)
	Rôle de l'école	<p>« <i>Oui, tout à fait. J'ai l'impression d'avoir assez de connaissances et de m'y connaître en finance. J'ai fait un peu de comptabilité. Donc, oui.</i> » (Mickael C.)</p> <p>« <i>Je suis en BTS donc en ce moment voilà je fais des calculs les fiches de paie les calculs euh. J'ai des cours pour ça j'ai fait un DAEU et après j'ai fait un Bac pro services et en Math on fait des tableaux d'amortissement tu sais euh voilà donc après tu comprends quoi la notion des taux, pourcentages et intérêts carrément donc l'amortissement donc ça va ça me paraît</i> » (Lise B.)</p> <p>« <i>J'ai pris un crédit Revolving pour rembourser mes comptes enfin c'est pour renflouer mon compte en fait de ma banque à ma banque donc voilà. Genre prendre l'argent pour leur mettre plus d'argent dans leurs caisses ça aussi je l'apprends en économie, je l'ai vu en économie il n'y a pas très longtemps avec l'argent réel et l'argent... l'argent d'écriture tu sais l'argent c'est des choses en fait voilà je crée la monnaie en prenant un crédit et quand je la rembourse je la détruis la monnaie enfin voilà c'est des choses que je sais parce que j'ai des cours en économie, j'ai des cours de gestion et de comptabilité donc voilà ça va je suis assez.</i> » (Lise B.)</p>	Sentiment d'efficacité personnelle (Bandura, 1977) Niveau de connaissances économiques ou financières (Danes, Huddleston-Casas et Boyce, 1999)
	Rôle non significatif de l'école	<p>« <i>Un étudiant qui avait fait le choix de ne pas faire des mathématiques dans son cursus n'a pas cette logique... Les étudiants comme ça n'ont pas cet intérêt ou et puis même parfois ils ne comprennent pas tout simplement donc parce qu'ils avaient des</i></p>	Complexité du domaine budgétaire et financier (Shim et alii,

		<p><i>lacunes auparavant parce que ça fait longtemps qu'ils en n'ont pas fait ; c'est difficile de s'y remettre c'est difficile de comprendre et surtout ce n'est pas épatant de savoir quelle est la formule de calcul... il faut aussi savoir qu'est-ce que ça implique... les conclusions en fait ce n'est pas facile pour les étudiants de se repérer dans ce milieu-là en fait » (Louis E.)</i></p>	2010)
	Normes	<p><i>« Avec mon fils je me suis déjà retrouvé à ne pas pouvoir retirer de l'argent avec un enfant ce n'est pas concevable de ne pas pouvoir retirer de l'argent. » (Lise B.)</i></p> <p><i>« Je vis avec ma copine et on arrive à s'en sortir tous les deux. C'est normal de faire des efforts quand on vit à deux » (Morgan G.)</i></p>	Normes prescriptives (Reno, Cialdini et Kallgren, 1993)
Apprentissage par l'expérience	Expériences négatives	<p><i>« Le plus gênant que j'ai eu c'était c'est en terme de mauvaise gestion c'était le fait que j'ai fait des reports de j'ai changé de fournisseur internet et j'ai oublié de résilier totalement l'abonnement et donc j'ai payé 6 mois l'abonnement en double parce que je n'avais pas totalement résilier l'abonnement et qu'il fallait renvoyer la box et que c'était des démarches pareil très compliquées et j'ai eu tendance à les négliger c'est un peu ce qui arrive avec beaucoup d'étudiants. » (Louis E.)</i></p> <p><i>« Et enfin de enfin de par mon expérience. Enfin, je sais qu'il y a deux ans, j'avais remarqué que la banque me prélevait deux fois la même somme quand j'habitais à Londres je n'ai pas fait attention, j'ai vu ça et donc j'avais dit à mon conseiller bancaire et avec des imprimés écrans il a vu l'erreur et il m'a remboursé. Et donc avant je checkais mon compte on va dire une fois tous les trois jours et maintenant je le fais tous les jours. » (Mika C.)</i></p>	Coups durs ; Episodes sources de changements d'habitude (Courchane et Zorn, 2005)
	Expériences positives	<p><i>« De la vie, de la vie en général de mes de mes expériences j'ai toujours travaillé et c'est grâce à ça que j'ai appris à gérer mon budget. » (Mehdi A.)</i></p> <p><i>« Maintenant je commence à m'y connaître un petit peu mais c'est vrai que c'est quand même c'est long en fait ça vient avec le temps ça vient justement aussi avec le dialogue avec d'autres étudiants qui se retrouvent dans cette situation euh. » (Louis E.)</i></p>	Apprentissage progressif (Dewey, 1938 ; Maisch, Ney et Marzin, 2007)

De cette étude qualitative exploratoire, quatre thèmes ont émergé. Ces thèmes permettent d'insister sur l'importance du changement de comportement financier du consommateur. Plusieurs déterminants de changement ont été explorés. Parmi ces déterminants, les éléments dynamiques et les éléments intrinsèques apparaissent les plus pertinents pour expliquer le changement de comportement financier du consommateur. Ces éléments incitent à développer un modèle de changement de comportement financier.

Les groupes de changement plutôt que les phases de changement de comportement du modèle transthéorique initial sont retenus pour situer les personnes sur la trajectoire du changement. L'étude qualitative montre que les individus passent par différentes étapes pour changer de comportement financier. Ces étapes correspondent au concept théorique des phases de changement mais révèlent certaines dissimilitudes. Le modèle transthéorique postule que les individus progressent à travers un déroulement séquentiel et cyclique du processus de changement de comportement comportant cinq phases (précontemplation, contemplation, préparation, action et maintien). Cependant, l'étude exploratoire vient critiquer la rigidité des séquences du modèle transthéorique initial. En effet, un individu peut se trouver dans une phase bien spécifique mais peut aussi être partagé entre deux ou plusieurs phases de changement. Ce dernier peut présenter conjointement les caractéristiques de plus d'une phase de changement. Des groupes construits à partir des intensités des dimensions de changement (précontemplation, contemplation, action, maintien) peuvent ainsi être formés. Ces groupes rassemblent des personnes ayant une ou quelques dimensions dont les intensités sont très élevées (par rapport aux autres groupes) et qui contribuent à caractériser le groupe.

Les stratégies de changement représentent l'aspect le plus fondamental pour que le changement de comportement financier se produise réellement. Sans les stratégies de changement, une personne ne peut pas vraiment réussir à modifier avec succès son comportement financier. Ces stratégies correspondent à une variété de procédés de changements, c'est-à-dire différentes activités destinées à modifier la façon de penser d'un individu ou ses comportements afin de favoriser le changement de comportement (Prochaska, DiClemente et Norcross, 1992). Les résultats obtenus lors de l'étude exploratoire confirment la nécessité de distinguer les stratégies de changement de comportement positives (approche) et négatives (évitement). Les verbatim des consommateurs interrogés illustrent bien cette distinction.

Il nous paraît ainsi nécessaire de procéder à une étude quantitative complémentaire pour confirmer empiriquement cette distinction proposée par l'étude qualitative entre les stratégies de changement de type approche-évitement. Les résultats incitent aussi à développer un modèle de changement de comportement intégrant les variables que constituent la balance décisionnelle, le sentiment d'efficacité personnelle ou l'attitude à l'égard de l'argent. La démarche générale et les résultats qui vérifient le bien-fondé d'une distinction des stratégies de changement en termes d'approche et d'évitement sont présentés dans la section suivante. Ces stratégies constituent les principales variables à expliquer dans le modèle changement développé au chapitre suivant.

**Tableau 7 : Comparaison de revue de littérature
aux résultats de la recherche exploratoire**

	Revue de littérature	Résultats de la recherche
Déterminants de changement de comportement financier	- stratégies de changement - phases de changement - balance décisionnelle	- stratégies d'approche et d'évitement - groupes de changement -balance décisionnelle
Autres variables individuelles	-sentiment d'efficacité personnelle	- sentiment d'efficacité personnelle - attitude à l'égard de l'argent

SECTION 3 : ETUDE PRELIMINAIRE DES STRATEGIES DE CHANGEMENT D'APPROCHE ET D'EVITEMENT

L'étude qualitative exploratoire réalisée supra souligne l'utilité de distinguer les stratégies de changement de comportement financier du consommateur selon le principe d'approche-évitement et en vue de l'insuccès de la dichotomisation des stratégies expérientielles vs comportementales. Cependant, la pertinence de la dichotomisation entre stratégies d'approche et stratégies d'évitement n'avait toutefois pas été confirmée empiriquement par les recherches développées dans le contexte financier. Une recherche distincte a donc été réalisée pour étudier la pertinence de cette dichotomisation. Cette recherche n'est donc pas positionnée

comme simple phase méthodologique de mesure des stratégies de changement mais comme phase préalable à l'avancement vers la construction d'un modèle de changement. Cette section présente les étapes suivies et la démarche générale de développement d'une l'échelle des stratégies de changement de type approche-évitement en s'appuyant sur les préconisations de Churchill (1979).

Tableau 8 : Les étapes du développement de l'échelle des stratégies d'approche-évitement selon le paradigme de Churchill (1979)

Etape de la procédure	Description
Définition du domaine conceptuel	Enseignements tirés de la revue de littérature et de l'étude qualitative exploratoire (12 entretiens).
Génération des items	Elaboration de 29 items provenant de l'adaptation d'échelles existantes (Xiao et <i>alii</i> , 2004) et de la phase qualitative.
Epuration théorique	Consultation d'un pool d'experts.
Epuration statistique	Réalisation d'une analyse factorielle exploratoire et calcul de l'alpha de Cronbach (N=165).
Estimation de la fiabilité	Réalisation d'une analyse factorielle confirmatoire, coefficient de l'alpha de Cronbach ($\alpha=0,74$ pour les stratégies d'approche et $\alpha=0,77$ pour les stratégies d'évitement) et du Rhô de Joreskog ($\rho=0,76$ pour les stratégies d'approche et $\rho=0,78$ pour les stratégies d'évitement).
Estimation de la validité	Mise en place des procédures de vérification de la validité de trait notamment de la validité convergente ($pvc=0,51$ pour les stratégies d'approche et $pvc=0,59$ pour les stratégies d'évitement) et de la validité discriminante ($pvc >$ carré des corrélations entre variables latentes= $0,51$ pour les deux stratégies).

1. Définition du domaine conceptuel

D'après la définition des stratégies de changement apportée par Prochaska, Redding et Evers (1996), ces stratégies peuvent être d'approche (positives) ou d'évitement (négatives) :

- *Réévaluation de l'environnement positive*: réévaluer l'impact positif du comportement désirable sur son entourage et ses valeurs
- *Réévaluation de l'environnement négative*: réévaluer l'impact négatif du comportement indésirable sur son entourage et ses valeurs
- *Contrôle des stimuli positifs*: introduire des stimuli engageant dans un comportement désirable
- *Contrôle des stimuli négatifs* : éviter les facteurs extérieurs engageant dans un comportement indésirable
- *Gestion des renforçateurs positifs* : augmenter les récompenses envers un changement de comportement positif
- *Gestion des renforçateurs négatifs* : diminuer les récompenses envers un changement de comportement négatif
- *Engagement d'approche* pour atteindre un résultat désirable
- *Engagement d'évitement* pour éviter un résultat indésirable

2. Génération des items et épuration théorique

La génération des items de mesure a été réalisée à partir de deux sources : (1) nos entretiens individuels et (2) l'échelle de mesure proposée par Xiao et alii (2004). Cette échelle a été traduite et adaptée à notre contexte d'étude. Les verbatim utilisés par nos répondants lors de l'étude qualitative ont permis de nous imprégner de la sémantique utilisée par les répondants afin d'adapter l'échelle au contexte francophone. Trois raisons nous ont amené à retenir cette échelle. D'abord, les items de mesure sont développés à l'aide d'un focus groupe animé par un pool d'experts en matière de crédit à la consommation et d'aides financières et par des consommateurs ayant des dettes de cartes de crédit. Ensuite, de multiples analyses quantitatives sont réalisées pour déterminer la fiabilité et la validité de la mesure. Enfin, l'échelle est déjà prétestée sur des jeunes adultes ayant des problèmes d'endettement. Le mode de l'âge des répondants est de 24 ans. Par la suite, l'ensemble des items a été présenté aux experts qui ont modifié certains items pour une meilleure compréhension. A l'issue de l'étape d'épuration, les items sélectionnés sont ceux présentés au tableau 9.

Tableau 9 : Les items sélectionnés suite à l'étape d'épuration théorique

Les stratégies de changement
Réévaluation négative de l'environnement
REN1 Je commence à m'inquiéter davantage d'avoir à payer des pénalités quand une date limite de paiement ou une limite de découvert est dépassée.
REN2 Cela me fait craindre que je pourrais être angoissé(e) si je ne gardais pas le contrôle de mes dépenses.
REN3 Cela m'inquiète encore plus de penser que je n'arriverai peut être pas à arrondir mes fins de mois.
REN4 Je m'inquiétera davantage en pensant ne pas pouvoir probablement tenir mon budget.
Réévaluation positive de l'environnement
REP1 Je pense que je me sentirais plus à l'aise si j'épargnais davantage pour assurer mon avenir.
REP2 Je pense à quel point je serai plus heureux si j'arrivais à épargner de façon régulière.
REP3 Je pense mettre de l'argent de côté pour faire aboutir mes projets.
REP4 Je pense que cela me fera plaisir de pouvoir épargner tous les mois.
Contrôle des stimuli négatifs
CSN1 Je compte éviter de trop dépenser lorsque je sors le weekend.
CSN2 Je compte davantage éviter de m'arrêter devant les vitrines qui me tentent de faire des achats imprévus.
CSN3 J'ai l'intention d'éviter davantage les vendeurs qui me poussent à acheter des choses superflues.
CSN4 Je compte me tenir un peu plus à distance des personnes qui m'appellent souvent pour sortir et m'inciter à la dépense.
Contrôle des stimuli positifs
CSP1 J'ai l'intention de profiter des bons de réduction pour faire des économies.
CSP2 J'ai l'intention de laisser une réserve sur mon compte bancaire afin qu'il soit plus stable.
CSP3 Je compte faire davantage des prévisions de dépenses pour respecter mon budget.
CSP4 Je compte prendre l'habitude d'épargner une certaine somme d'argent régulièrement.
CSP 5 Je compte me préparer moi-même mes repas pour me faire une belle épargne.

Gestion des renforcements négatifs
GRN1 Je ferai davantage attention à mes dépenses en sorties pour ne pas me faire le reproche de gaspiller beaucoup d'argent.
GRN2 Je ferai davantage en sorte de ne plus avoir à me faire régulièrement le reproche de régler mes factures en retard.
GRN3 Je veillerai davantage à éviter de me mettre en situation de découvert à la banque.
Gestion des renforcements positifs
GRP1 Je me félicite d'avoir généralement tendance à épargner pour pouvoir acheter plus tard une chose désirée.
GRP2 Je me félicite de planifier à l'avance comment faire face à une urgence financière.
GRP3 Je me félicite lorsque à la fin du mois je réussis à mettre de l'argent de côté.
Libération personnelle d'évitement
LPE1 À partir de maintenant, je me promets et me fais tout simplement confiance de mieux gérer mon portefeuille.
LPE2 Je compte prendre un engagement ferme pour m'aider à mieux gérer mes dépenses.
LPE3 Je m'engage maintenant à limiter mes achats "coup de cœur".
Libération personnelle d'approche
LPA1 Je me dis que je pourrais être plus économe si je le voulais.
LPA2 Je me fixe des objectifs importants pour mettre de l'argent de côté régulièrement et suis sûr(e) d'y arriver.
LPA3 Je me dis qu'on m'y mettant je pourrais épargner tous les mois.

3. Epuration statistique de la mesure : fiabilité et validité de l'échelle

L'échantillon est composé exclusivement de jeunes adultes. L'âge des répondants est compris entre 22 et 29 ans. La procédure de test de l'échelle est réalisée à l'aide d'analyses factorielles exploratoires. Des analyses en composantes principales avec rotation Varimax sont réalisées sur les jeux de données (n1=165). Les analyses factorielles exploratoires réalisées sur les stratégies de changement (réévaluation de l'environnement négative, réévaluation de l'environnement positive, contrôle des stimuli négatifs, contrôle des stimuli positifs, gestion des renforcements négatifs, gestion des renforcements positifs, libération personnelle d'évitement et libération personnelle d'approche) conduisent à deux composantes principales. L'un correspond aux stratégies d'approche, regroupant quatre stratégies positives ($\alpha=0,74$),

l'autre aux stratégies d'évitement comprenant quatre stratégies négatives ($\alpha=0,77$). Le premier facteur est composé de 7 items renvoyant aux stratégies d'approche (réévaluation de l'environnement positive, contrôle des stimuli positifs, gestion des renforcements positifs et libération personnelle d'approche). En revanche, le deuxième facteur est formé de 8 items portant sur les stratégies d'évitement (réévaluation de l'environnement négative, contrôle des stimuli négatifs, gestion des renforcements négatifs et libération personnelle d'évitement). Ce résultat montre le fondement théorique du principe d'approche-évitement dans les réponses comportementales.

Tableau 10 : Synthèse des items retenus issus des analyses factorielles exploratoires

Items retenus	Nombre d'items retenus	Alpha de cronbach	% de variance expliquée totale
<i>Sur la 1^{ère} collecte de données (n1=165)</i>			
Stratégies de changement			
D'approche (positives) GRP1 ; CSP2 ; LPA2 ; GRP3 ; LPA3 ; REP4 ; CSP4	15	0,744	51,446%
D'évitement (négatives) GRN1 ; LPE2 ; REN3 ; CSN3 ; GRN3 ; LPE3 ; REN4 ; CSN4		0,777	

En complément de l'analyse factorielle exploratoire, une analyse factorielle confirmatoire (AFC) dans le but de valider nos résultats est conduite. Cette analyse est réalisée avec le logiciel Amos 20.0. Suite à l'évaluation de la multi-normalité des items, la méthode de Maximum de Vraisemblance et la procédure Bootstrap ont été utilisées. Cette procédure permet de fiabiliser l'analyse. Plusieurs indicateurs sont utilisés pour estimer la qualité de l'ajustement des données au modèle théorique : le Chi-deux, le GFI, l'AGFI, le RMSEA, le NFI, le TLI et le CFI. Chacun de ses indicateurs doit respecter un certain seuil pour témoigner

de cette qualité d'ajustement (Hair et *alii*, 1998).

Le CMIN/ddl (= 4,391) est compris entre 1 et 5 (Hair et *alii*, 1998). Ce dernier peut être compris entre 1 et 5 pour les modèles considérés comme complexe. Les indices GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI sont tous supérieurs à la norme académique fixée à 0,9. Enfin, le RMSEA, bien que supérieur à la limite maximale de 0,05, est inférieur à 1 et reste donc acceptable (Browne et Cudeck, 1993).

**Tableau 11 : Qualité d'ajustement du modèle des deux dimensions
de la variable « stratégies d'approche et d'évitement »**

Indices d'ajustement	Chi2	CMIN/ddl	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Seuil d'acceptation empirique	Chi non significatif	entre 1 et 3 voire 5	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	< 0,05 - 0,08
Modèle testé	Chi2 = 162,478 p = 0,000	3,981	0,912	0,969	0,941	0,900	0,913	0,096

Pour estimer la fiabilité de l'échelle, nous utilisons deux indicateurs : l'alpha de Cronbach et le Rhô de Jöreskog. Ce dernier présente l'avantage d'être moins sensible au nombre d'items (Didellon et Valette-Florence, 1996). L'alpha de Cronbach obtenu est satisfaisant pour les deux dimensions de l'échelle puisqu'il respecte les préconisations de Nunally (1967). En effet, il est proche ou supérieur à 0,7. Le Rhô de Jöreskog est également au-dessus du seuil recommandé. Dès lors, nous pouvons conclure à la fiabilité de l'instrument de mesure.

**Tableau 12 : Alpha de Cronbach et Rhô de Jöreskog des deux dimensions
de l'échelle stratégies d'approche-évitement**

Variabes à expliquer	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog
Stratégies de changement positives (approche)	0,74	0,76
Stratégies de changement négatives (évitement)	0,77	0,78

Pour qu'un instrument de mesure soit de bonne qualité, il ne suffit pas qu'il soit fiable, il doit être également valide. La validité convergente sert à vérifier « *si les indicateurs construits sont une bonne représentation du phénomène à étudier* » (Evrard, Pras et Roux, 2000, p.294). La validité convergente s'obtient lorsque que le construit partage 50% de sa variance avec ses mesures, et que, par conséquent, la variance ne résulte pas majoritairement du terme d'erreur (Fornell et Larcker, 1981). Pour ce faire, nous utilisons le Rhô de validité convergente. Les résultats nous permettent de conclure à une bonne validité convergente des deux facteurs puisqu'ils surpassent le seuil de 0,5.

**Tableau 13 : Rhô de validité convergente des deux dimensions
de l'échelle stratégies d'approche et d'évitement**

Variables à expliquer	Rhô de validité convergente
Stratégies de changement positives (approche)	0,51
Stratégies de changement négatives (évitement)	0,59

Vérifier qu'une mesure converge avec elle-même n'est pas suffisant, il faut aussi qu'elle se distingue des autres mesures. C'est ce qu'on appelle la validité discriminante. Elle peut être évaluée en comparant le Rhô de validité convergente au carré des corrélations entre variables latentes (ou SMC). On considère que si le Rhô est supérieur au carré des corrélations des variables latentes alors la validité discriminante est respectée.

**Tableau 14 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison
du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes**

Dimensions	Rhô validité convergente	SMC des variables latentes
Stratégies positives (approche)	0,51	0,516
Stratégies négatives (évitement)	0,59	0,516

Cette section vise à présenter les étapes de développement de l'échelle des stratégies d'approche-évitement. Les résultats de l'analyse factorielle exploratoire résultant d'une étude préliminaire (n=165) nous conduisent à retenir deux facteurs qui contribuent à expliquer 51% de la variance. Une analyse factorielle confirmatoire (AFC) complémentaire est par la suite réalisée, celle-ci permet de conclure à une meilleure qualité d'ajustement. L'échelle, utilisable

pour la suite de la recherche comporte au final 10 items, mais le principal objectif de cette étude préliminaire était de montrer la pertinence d'une distinction des stratégies de changement de comportement financier sur la base approche-évitement.

* *
*

Ce chapitre a présenté la recherche exploratoire réalisée dans le but d'identifier les facteurs de formation et de changement du comportement financier auprès des jeunes adultes étudiants et de définir les activités d'adaptation qu'ils utilisent pour s'aider à changer de comportement financier. Les résultats contribuent à la problématique générale d'identification des déterminants du changement de comportement financier du consommateur et montrent que certains de ces facteurs relèvent de la formation du comportement (socialisation, programmes d'enseignement, expériences passées). Les apports les plus pertinents en regard des objectifs spécifiques de cette recherche concernent principalement les éléments de formation du comportement financier du consommateur associés au changement du comportement, les variables individuelles susceptibles d'intervenir dans ce changement et les stratégies de changement adoptées par le consommateur. A propos de celles-ci, les résultats de la recherche qualitative sont allés dans le sens d'une distinction entre stratégies d'approche et d'évitement. L'étude quantitative complémentaire à cette recherche qualitative et préliminaire au développement du modèle de recherche a ensuite été menée et a confirmé cette catégorisation.

PREMIERE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES,
MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 1 - COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET
MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

Chapitre 2 - RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT
DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Chapitre 3 – MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS
ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

Chapitre 4 - METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Chapitre 5 - PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 6- DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE
RECHERCHE

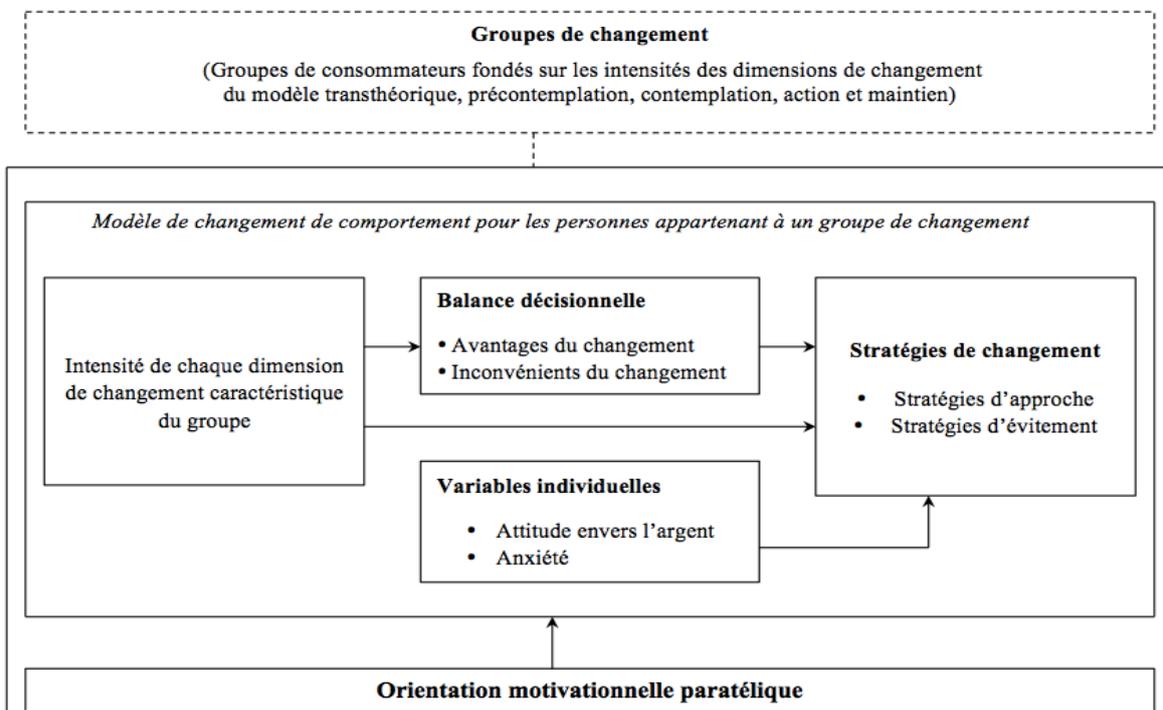
CHAPITRE 3

MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

Lors des recherches préliminaires, un ensemble de déterminants pertinents de l'explication du changement a été identifié. Certains de ces déterminants sont dynamiques (situation sur la trajectoire de changement/appartenance à un groupe de changement, stratégies de changement d'approche et d'évitement, balance décisionnelle). D'autres sont plus stables et relatifs à des perceptions, des croyances et des traits de personnalité notamment l'attitude à l'égard de l'argent et l'anxiété (trait), orientation paratélique.

La première section présente, de manière synthétique, le modèle conceptuel de la recherche et les groupes de changement (Figure 13). Le modèle de changement de comportement est posé pour les personnes appartenant à un groupe de changement. Un groupe de changement est formé de consommateurs qui partagent les mêmes intensités des dimensions de changement issus du modèle transthéorique (précontemplation, contemplation, action et maintien). La deuxième section développe les hypothèses de recherche.

Figure 13 : Modèle de changement de comportement financier du consommateur



SECTION 1 : PRESENTATION DU MODELE ET DES GROUPE DE CHANGEMENT

Cette section se compose de deux parties. La première partie présente le modèle de changement de comportement applicable aux personnes appartenant à un même groupe de changement. Le modèle intègre les variables dynamiques et individuelles pouvant agir sur les variables dépendantes en l'occurrence, les stratégies de changement d'approche et d'évitement utilisées par le consommateur en vue d'établir son équilibre financier. La deuxième partie définit les groupes de changement fondés sur les intensités des dimensions de changement du modèle transthéorique (précontemplation, contemplation, action et maintien).

I. Présentation synthétique du modèle d'approche-évitement

Le modèle proposé a pour objectif d'étudier, pour un groupe de changement donné, les déterminants de l'adoption des stratégies de changement de comportement pour conserver, retrouver ou maintenir un équilibre financier individuel ou familial. Ces stratégies de changement de comportement sont de type approche (épargne) et de type évitement (contrôle des dépenses). Leurs déterminants peuvent être dynamiques (ex : l'évaluation des avantages de bien gérer son argent ou encore les dimensions de changement caractéristiques du groupe), ou individuels (ex : l'attitude de la personne à l'égard de l'argent). Le sentiment d'efficacité personnelle ou perception que la personne a en sa capacité à mettre en œuvre les changements désirés (Bandura, 1997) est retenu comme variable de contrôle car les recherches antérieures montrent que son niveau augmente avec la progression vers le changement.

Le modèle de changement de comportement financier du consommateur met en avant l'effet de la balance décisionnelle (les avantages et les inconvénients de bien gérer son argent) sur l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche-évitement. Ce modèle s'intéresse également aux effets des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur l'évaluation de la balance décisionnelle et l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche-évitement. Le rôle médiateur de la balance décisionnelle dans la relation dimensions de changement et stratégies de changement d'approche-évitement est donc analysé. Les variables individuelles intégrées dans le modèle de changement sont examinées

différemment. Certaines de ces variables ont un effet direct sur les stratégies d'approche-évitement. L'attitude de la personne à l'égard de l'argent ainsi que son niveau d'anxiété (trait) peuvent ainsi avoir une influence directe sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche-évitement. Les liens du modèle de changement de comportement financier sont aussi analysés selon la différence de l'orientation motivationnelle paratélégique des personnes, c'est-à-dire une orientation générale sur le plaisir immédiat, le présent et l'action spontanée (Kerr, Murgatroyd et Apter, 1993).

II. Groupes de changement

La revue de littérature montre que les personnes passent par plusieurs étapes pour réussir à modifier leurs comportements financiers. Ces étapes appelées phases de changement sont définies comme « *un laps de temps de l'ensemble des activités requises pour accéder à la phase suivante* » (Prochaska et DiClemente, 1992). Les phases de changement représentent, selon ces auteurs, une dimension temporelle permettant de comprendre précisément quand un changement d'attitude, d'intention ou de comportement se produit. Les phases de changement renvoient donc aux aspects temporels et motivationnels du changement. Ces phases représentent la composante la plus connue mais aussi la plus critiquée du modèle transthéorique.

Dans le modèle transthéorique, le changement de comportement s'effectue au cours d'une démarche constituée de différentes phases ordonnées de façon chronologique : la précontemplation, la contemplation, la préparation, l'action, le maintien et la terminaison. Nous rappelons ces aspects. En *précontemplation*, la personne est plus ou moins consciente de la présence d'un problème, résiste au changement de diverses façons, évite de parler du problème, de s'informer et minimise la situation. En *contemplation*, elle commence à penser à résoudre son problème et ce désir de changer se manifeste en même temps que plusieurs facteurs de résistance. En phase de *préparation*, la personne se prépare à agir très prochainement, pense au futur et aux meilleures actions à mener pour résoudre le problème. En *action*, elle s'engage dans le changement de comportement, rencontre des difficultés et des retours aux comportements antérieurs peuvent avoir lieu. En phase de *maintien*, elle maintient son nouveau comportement mais certains éléments peuvent nuire à cette stabilité (tentations, dépressions, oubli des conséquences négatives du comportement). En phase de *terminaison*, la personne a vraiment changé de comportement. Les recherches adoptant ce modèle pour la

compréhension du changement de comportement financier du consommateur caractérisent les phases de changement en utilisant des points de référence temporels assez arbitraires (Shockey et Seiling, 2004 ; Xiao et *alii*, 2004). Par exemple, une personne est placée en phase d'action si elle s'est engagée dans le comportement positif depuis un certain temps. Spécifiquement, les individus sont affectés aux phases de la manière suivante : en *précontemplation*, ceux qui n'ont pas l'intention de changer dans les six prochains mois ; en *contemplation*, ceux qui ont l'intention de changer dans les six prochains mois ; en *préparation*, ceux qui ont l'intention de changer dans les 30 prochains jours ; en *action*, ceux ayant déjà changé de comportement il y a moins de six mois ; en *maintien*, ceux ayant changé de comportement il y a plus de six mois. Ce faisant, ces recherches reprennent la technique de situation dans les phases utilisées initialement par les recherches sur le traitement des comportements d'addiction.

L'étude qualitative exploratoire montre que les personnes se situent à différentes étapes de changement mais que certaines personnes se trouvent dans une phase bien définie alors que d'autres se sentent partagées entre deux ou plusieurs phases de changement. En d'autres termes, une personne peut présenter simultanément des caractéristiques propres à plus d'une phase de changement. Plutôt que de procéder par affectation arbitraire, l'information est plus riche en considérant les intensités des dimensions associées aux phases de changement. Cela conduit à situer une personne dans la trajectoire de changement en retenant l'intensité de chacune des dimensions (précontemplation, contemplation, action, maintien), c'est-à-dire son profil plutôt que de l'affecter à l'une ou l'autre des phases comme dans le modèle transthéorique initial. Les mesures de ces intensités permettent de regrouper les personnes en situations proches sur la trajectoire ou spirale de changement. Des groupes de changement peuvent donc être formés sur la base des intensités des dimensions de changement du modèle transthéorique (précontemplation, contemplation, action et maintien). Un groupe de changement est alors composé de consommateurs qui partagent les mêmes intensités de dimension de changement. Ces groupes de consommateurs sont nommés selon les dimensions qui les caractérisent, c'est-à-dire sur lesquelles les scores sont les plus élevés.

Cette approche par groupe de changement a été confirmée dans plusieurs contextes (Brodeur, 2006 ; Levesque, Gelles et Velicer, 2000 ; Eckhardt, Babcock et Homack, 2004). Ces auteurs préconisent la construction d'une typologie des répondants fondée sur les intensités des différentes dimensions de changement. La bijection entre l'ensemble des groupes obtenus et

l'ensemble des phases ne s'établit généralement pas complètement mais ces groupes correspondent néanmoins à des positions partagées par leurs membres dans la dynamique du changement de comportement. Cette façon de faire n'a pas encore été utilisée dans le domaine financier. Pourtant l'étude qualitative exploratoire réalisée précédemment montre l'intérêt d'identifier des groupes de changement plutôt que de raisonner en fonction des phases de changement.

SECTION 2 : PRESENTATION DES HYPOTHESES DE RECHERCHE

Nous définissons dans un premier temps les variables du modèle conceptuel (Figure13) puis les hypothèses de recherche.

I. Définitions des variables

Les principales variables à expliquer sont les stratégies de changement d'approche et d'évitement. La variable médiatrice que constitue la balance décisionnelle comprend les avantages et les inconvénients du changement. Les variables individuelles prises en compte sont l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique.

1. Les stratégies de changement d'approche et d'évitement

Les stratégies de changement sont définies comme étant des « *activités déclarées ou secrètes dans lesquelles les individus s'engagent pour modifier leurs pensées, leurs comportements ou leurs relations associées à un problème particulier* » (Prochaska, 1995). Elles se réfèrent aux différents mécanismes que les personnes utilisent pour modifier leurs comportements (Boudreau, 2005) et sont donc souvent initiées par la personne elle-même, à l'intérieur d'un processus relativement autonome.

Les approches traditionnelles regroupent généralement les stratégies de changement en deux grandes familles (expérientielles et comportementales). Cependant, ces approches sont fortement critiquées (Marshall et Biddle, 2001; Rosen, 2000). Nos deux recherches exploratoires, l'une qualitative et l'autre quantitative, ont montré que les stratégies de

changement sont fondamentalement de type approche-évitement. Cette distinction approche/évitement, fondée sur le postulat selon lequel les individus sont motivés par la recherche du plaisir et l'évitement de la douleur, est considéré, à l'instar d'Elliot et Friedman (2007), comme « *fondamentale et basique à toute analyse d'affect, cognition et action* ». En effet, la motivation d'approche est définie comme l'activation de comportements par, ou l'orientation de comportements vers, des stimuli positifs (objets, événements, possibilités) ; tandis que la motivation d'évitement est définie comme l'activation de comportements par, ou l'orientation de comportements à l'écart de, stimuli négatifs (objets, événements, possibilités) (Elliot, 2008).

Dans cette recherche, les stratégies d'approche correspondent aux stratégies relatives à l'accroissement de l'épargne et rassemblent la réévaluation de l'environnement positif (*la réévaluation des impacts positifs du comportement sur son environnement et ses valeurs*), le contrôle des stimuli positifs (*favoriser les stimuli positifs*), la gestion des renforcements positifs (*récompenser les nouveaux comportements*) et la libération personnelle (*engagement envers des comportements positifs*). Toutefois, les stratégies d'évitement renvoient aux stratégies liées à la réduction des dépenses et incluent la réévaluation de l'environnement négatif (*la réévaluation des impacts négatifs du comportement sur son environnement et ses valeurs*), le contrôle des stimuli négatifs (*éviter les stimuli négatifs*), la gestion des renforcements (*punitions en cas de recours aux anciens comportements*) et la libération personnelle (*engagement envers l'évitement des comportements négatifs*).

2. La balance décisionnelle

La balance décisionnelle est une conceptualisation métaphorique du modèle du conflit décisionnel. Janis et Mann (1977) ont été les premiers à décrire un modèle de prise de décision en utilisant l'image d'une balance. Ce modèle tente d'expliquer la manière dont les personnes décident d'adopter un comportement particulier en se basant sur leur évaluation systématique des éléments favorisant le *statu quo* (comportement actuel) et des éléments en faveur du changement de ce comportement. D'un côté de la balance pèsent les éléments favorisant le *statu quo* et de l'autre les éléments favorisant le changement. Dans chacun des plateaux de la balance, chaque élément de l'alternative possède des avantages et des inconvénients car il existe des avantages et un prix à payer à maintenir ou à modifier son

comportement. Il s'agit de peser le pour et le contre des deux situations. La balance décisionnelle est donc une représentation du conflit engendré par l'ambivalence. Elle permet de rendre compte du poids des différents facteurs concourant dans tout mouvement de prise de décision et elle est reconnue comme pertinente pour comprendre le changement (Eeckhout et alii, 2013). À partir d'études empiriques, Prochaska et ses collègues (Prochaska, 1994 ; Prochaska et alii, 1994) ont simplifié ce modèle de balance décisionnelle développé par Janis et Mann (1977). Ils l'ont réduit à deux dimensions, soit les coûts et les bénéfices qu'un individu peut tirer d'une décision.

Dans leur recherche sur la réduction de l'endettement, Xiao et alii (2004) retiennent plusieurs avantages (estime de soi, sécurité familiale, réduction du stress, être un exemple pour les autres) et plusieurs inconvénients (rompre avec ses relations, tension familiale, famille malheureuse, activité familiale limitée). Les résultats montrent que ces éléments de la balance décisionnelle ont des niveaux différents selon les phases de changement. Ces mêmes recherches indiquent en conclusion qu'il est très probable que le consommateur s'engage dans la voie du changement lorsque les avantages qu'il perçoit surpassent les coûts (balance décisionnelle).

3. L'attitude envers l'argent

La plupart des courants économiques décrivent l'argent dans une logique de rationalité (Finn, 1992). Les approches anthropologiques (Crump, 1992), sociologiques (Doyle, 1992 ; Goldberg et Lewis, 1978) et psychanalytiques (Gurney, 1988 ; Lindgren, 1980 et Thierry, 1992) s'accordent pour l'identifier comme hautement symbolique et émotionnellement chargé. L'argent est porteur de multiples significations : il ne remplit pas les mêmes fonctions et n'a pas les mêmes significations sociales (Snelders et alii, 1992 ; Zelizer, 1989). La conceptualisation de l'attitude à l'égard de l'argent est fondée sur les significations que l'individu lui attribue et les travaux psychanalytiques considèrent l'argent comme un puissant facteur de motivation de l'activité humaine. La structure psychique de la personne et son contexte socio-culturel sont essentiels dans la formation de l'attitude à l'égard de l'argent, dans la relation entre sa symbolisation, ses significations et les comportements auxquels il est associé. L'attitude à l'égard de l'argent est donc définie comme un construit psychologique stable qui est caractérisé par les significations que l'individu attribue à l'argent et qui conduit à des types de comportements à son égard. En effet, sa stabilité s'explique par son processus

de formation fondé principalement sur l'éducation, la personnalité et la société. Cette attitude à l'égard de l'argent peut évoluer. Son évolution est liée à la façon dont l'individu vit et intègre psychologiquement certains facteurs personnels, sociaux et culturels qui agissent sur l'attitude à l'égard de l'argent.

Les significations de l'argent qui caractérisent l'attitude à son égard ont des fondements psychologiques (besoins de pouvoir et de sécurité émotionnelle ou matérielle), motivationnels (l'argent est important ou non) et moraux (il est considéré comme bon ou mauvais). Ainsi, il peut signifier le pouvoir, l'amour, la liberté, la sécurité matérielle, le bien ou le mal. L'attitude à l'égard de l'argent est présentée dans la littérature comme un concept multidimensionnel. Par exemple, Yamauchi et Templer (1982) décomposent l'attitude à l'égard de l'argent en cinq dimensions notamment : pouvoir/prestige (l'argent est moyen d'influencer et d'impressionner les autres), temps/rétention (une tendance à la planification et à la recherche de la sécurité dans la gestion d'argent), qualité (accorder une grande valeur à la qualité et une faible sensibilité au prix), méfiance (la méfiance qu'inspire l'argent) et anxiété (tendance à l'anxiété face à l'argent ou à l'utiliser comme un moyen de se protéger de cette tendance). Ou encore, Tang (1992) établit six facteurs de l'attitude à l'égard de l'argent : importance accordée à l'argent (considérer l'argent comme une chose importante, bonne et attirante), objet du mal (une évaluation défavorable de l'argent), accomplissement (considérer l'argent comme un moyen d'accomplissement), respect des autres/estime de soi (considérer l'argent comme un moyen de respect), gestion de l'argent (une prédisposition à la gestion rigoureuse) et pouvoir/liberté (considérer l'argent comme un moyen de pouvoir).

Dans cette recherche l'attitude à l'égard de l'argent se limite à l'importance qu'accorde l'individu à l'argent. En effet, les jeunes accordent beaucoup d'importance à l'argent, disposent de peu de revenus et rêvent de gagner beaucoup d'argent (Tomek, Stríteský et Tahal, 2013). L'idée est donc de comprendre dans quelle mesure l'importance qu'ils donnent à l'argent peut les motiver à changer de comportement financier et à mieux gérer leur argent.

4. L'anxiété : trait de personnalité

Les chercheurs en psychologie ont identifié diverses émotions dites émotions primaires (Izard, 1977) ou émotions élémentaires, voire de base, classées en émotions positives ou négatives voire désagréables. Selon la théorie de Frijda (1986), l'émotion apparaît si un

système rencontre des difficultés à réaliser ses préoccupations lesquelles produisent des buts et des préférences : ainsi pour une préoccupation se rattache une émotion (par exemple : à la préoccupation de l'évitement s'associe la peur). Les émotions reconnues diffèrent suivant les études mais les émotions les plus considérées sont la peur, le plaisir, la surprise, la tristesse, la colère et la répulsion. A ces émotions s'ajoutent cependant des émotions complémentaires que Plutchik (1980) présente sous forme d'un schéma dit la roue des émotions. Il propose un modèle à quatre émotions (plaisir, peur, répulsion et surprise) et associe à chacune d'elles des émotions complémentaires (par exemple : répulsion et colère suscitent mépris). Ainsi, diverses émotions sont reconnues lorsqu'elles se caractérisent par une réaction inconsciente du système nerveux de l'individu. *L'anxiété* est alors perçue comme une émotion car elle se traduit par des sentiments de tension et d'appréhension qui augmentent l'activité du système nerveux. Lazarus (1991) considère l'anxiété comme une émotion qui se manifeste quand le sujet ressent des difficultés à interpréter un événement, quand il se sent en danger car il évalue une situation comme menaçante. La situation estimée dangereuse peut concerner l'avenir justifiant le concept d'anxiété face à l'avenir défini par Zaleski (1997) « *comme étant un état émotionnel négatif lié à la pensée ou à l'imagination d'événements ou de résultats futurs négatifs qui peuvent affecter l'individu* ». Le fait d'aborder l'anxiété comme une émotion ressentie également par rapport à une situation justifie une différenciation entre l'anxiété trait et l'anxiété état (Cattell et Scheier, 1961 ; Spielberger, 1966).

Dans le modèle de personnalité à cinq facteurs, l'anxiété est rattachée à l'instabilité émotionnelle qui caractérise une personnalité. Le trait fait référence à des caractéristiques stables et spécifiques qui peuvent être observées chez l'individu ou qui sont non visibles mais agissent de l'intérieur en « façonnant » la personnalité justifiant la différence entre trait de surface et trait source (Cattell, 1961). Le trait est une dimension stable de l'individu qui permet une certaine cohérence de conduite. L'anxiété est un trait de personnalité en tant que prédisposition à percevoir des circonstances non dangereuses comme étant dangereuses et menaçantes. L'anxiété trait est rattachée à la personnalité abstraite faite d'une situation. Comparativement au trait, l'état fait référence à une situation qui suscite le ressenti d'une émotion et une réponse comportementale anxiogène exprimée devant la perception d'une appréhension spécifique à un contexte extérieur. L'anxiété état est une émotion transitoire par rapport à un événement qui implique un ressenti d'appréhension et de crainte. Cette recherche retient l'anxiété trait de la personnalité définie comme une surestimation subjective d'un danger qui détecte, anticipe et se prépare au danger en créant une appréhension diffuse

(Lewis, 1970).

5. L'orientation motivationnelle « paratélique »

La motivation représente le construit hypothétique utilisé afin de « *décrire les forces internes et/ ou externes traduisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement* » (Vallerand et Thill, 1993 ; Leroy et Joet, 2005). Plusieurs théories comme la théorie d'autodétermination (Deci et Ryan, 1985), la théorie des buts d'accomplissement (Nicholls, 1980) ou encore la théorie du renversement (1982) soutiennent la distinction entre les orientations motivationnelles intrinsèques (internes) et extrinsèques (externes). En effet, la motivation intrinsèque renvoie à la pratique volontaire d'une activité pour l'intérêt qu'elle présente en elle-même et en l'absence de récompense extérieure. La motivation extrinsèque, quant à elle, se réfère à l'engagement dans un but non inhérent à l'activité soit en vue de retirer quelque chose de plaisant, soit afin d'éviter quelque chose de déplaisant. La motivation extrinsèque a par essence une fonction instrumentale. La distinction intrinsèque/extrinsèque est très proche de la plus connue et la plus importante des paires états motivationnels que constitue la paire télélique/paratélique. Le but (*telos* du grec ancien) au cœur de l'état télélique est en effet la quintessence de la motivation extrinsèque. La motivation télélique, centrée sur des buts importants et la planification, s'oppose à la motivation paratélique, centrée sur le plaisir immédiat et l'action spontanée. Dans l'état télélique, le but à atteindre est primordial. Le sujet poursuit un but au-delà du comportement en cours, les moyens sont choisis uniquement pour atteindre ce but. Un sujet dans un état télélique peut être considéré comme un sujet sérieux. Dans l'état télélique, la relaxation, le calme sont ressentis comme plaisants et l'anxiété comme déplaisante. La valeur centrale de l'état télélique est donc l'accomplissement (buts, objectifs à atteindre). Exemple : *Je vois les choses à long terme*. À l'opposé, dans l'état paratélique, c'est le comportement présent (en cours) qui est primordial (le préfixe *para* en grec ancien, marque une opposition). Les objectifs sont peu importants, ils servent essentiellement à renforcer le comportement. Le sujet fait des choses pour son propre bien au moment présent. Le sujet dans l'état paratélique peut être considéré comme quelqu'un d'enjoué. L'ennui est considéré comme désagréable et l'excitation comme agréable. La valeur centrale est l'amusement. Exemple : *Je m'amuse, j'ai du plaisir*. De façon générale, l'individu en mode télélique fait des plans, organise et poursuit des buts, alors que l'individu en mode paratélique prend plutôt les choses comme elles viennent. L'individu en mode télélique est orienté vers le futur et son plaisir réside dans l'accomplissement de ces buts (ou son anticipation), tandis que l'individu

en mode paratélique est plutôt orienté vers le présent et son plaisir réside dans le comportement immédiat et les sensations (Loonis et *alii*, 2000).

Tableau 15 : Principales caractéristiques de la paire état téléique/paratélique

Individu en mode téléique	Individu en mode paratélique
- Evite l'excitation	- Recherche l'excitation
- Orienté but	- Orienté sensation
- Sérieux	- Enjoué
- Orienté vers le futur	- Orienté vers le présent
- Planifie à l'avance	- Spontané

Cette recherche considère le degré d'orientation paratélique général d'une personne (plutôt que son état téléique dans une activité donnée), c'est-à-dire sa tendance générale à être centrée sur le plaisir immédiat, à être orientée sur le présent et l'action spontanée. Ces caractéristiques apparaissent les plus pertinentes de l'orientation motivationnelle paratélique (Kerr, Murgatroyd et Apter, 1993). Par ce choix, cette recherche vise à comprendre l'effet de l'orientation paratélique de la personne (ex : en mode enjoué) sur ses réactions vis-à-vis du changement de comportement financier afin de mieux gérer son argent.

II. Les hypothèses de recherche

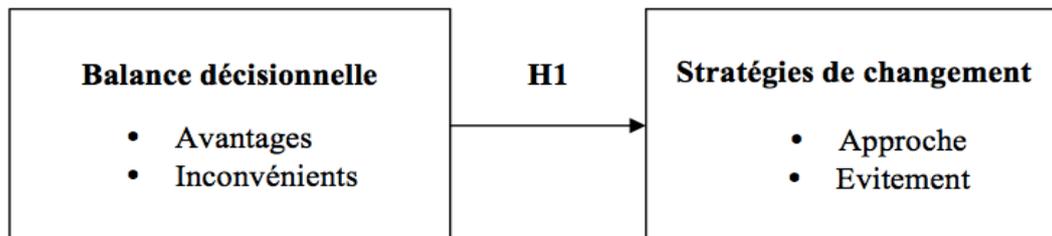
Quatre séries d'hypothèses de recherche sont développées. La première présente l'influence directe de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement. La deuxième série est consacrée aux influences directes des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur la balance décisionnelle. Elle concerne aussi les influences directes des dimensions de changement sur les stratégies d'approche et d'évitement. La troisième série d'hypothèses traite de la médiation de la balance décisionnelle dans la relation entre la (les) intensité(s) de la (des) dimension(s) de changement la (les) plus caractéristique(s) de la personne (appartenant à un groupe de changement constitué de personnes ayant le même profil sur toutes les dimensions) et les stratégies d'approche et d'évitement. La dernière série d'hypothèses concerne les influences des variables individuelles et considère : l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait), l'orientation motivationnelle paratélique et le sexe.

1. L'influence de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement

Les études préliminaires ont montré que les stratégies de changement employées par la personne en vue de modifier son comportement financier se distinguaient en stratégies d'approche et d'évitement. Dans une stratégie d'approche, les individus cherchent à maximiser la probabilité d'obtenir un résultat positif. Dans la stratégie d'évitement, les sujets cherchent à minimiser l'occurrence d'un résultat négatif (Boesen-Mariani, Gomez et Gavard-Perret, 2010). La balance décisionnelle issue du modèle de la prise de décision, développé par Janis et Mann (1977), fait référence à l'importance de la perception des avantages et des inconvénients du changement. L'idée maîtresse du modèle de la balance décisionnelle appliquée au contexte financier est qu'une personne ne modifie son comportement financier que lorsque les avantages qu'elle associe au changement surpassent les inconvénients qui en résultent (Xiao et *alii*, 2004). S'il s'avère que les coûts surpassent ou égalent les bénéfices, il est peu probable que la personne s'engage dans la voie du changement qui ne sera considérée sérieusement que si les bénéfices surpassent les coûts. Le concept de la balance décisionnelle renvoie aux tensions et à l'équilibre entre les deux pôles de cette équation. A partir du moment où la personne se concentre sur les avantages du changement, elle s'engage plus à modifier son comportement problématique dans le but d'acquiescer un comportement positif. A contrario, si la personne se focalise sur les inconvénients du changement, elle sera moins motivée à adopter les stratégies de changement d'approche-évitement et à changer de comportement. Ainsi, toute personne qui envisage de modifier intentionnellement son comportement financier se livre essentiellement à une analyse minutieuse des effets probables de ce changement (Rondeau et *alii*, 2006). Il pourrait donc exister une relation étroite entre les stratégies de changement et la balance décisionnelle (Velasquez, Carbonari et DiClemente, 1999). A partir du moment où la personne se concentre sur les avantages de réduire son endettement, elle s'engage davantage à modifier son comportement et donc à mieux gérer ses finances personnelles (Xiao et *alii*, 2004). A contrario, si la personne se focalise sur les inconvénients de réduire son endettement, elle sera moins motivée à changer de comportement et à adopter les stratégies de changement d'approche-évitement. Ce lien n'a pas encore fait l'objet de validations empiriques dans le modèle transthéorique et l'hypothèse suivante est posée :

H1 : La balance décisionnelle (avantages, inconvénients) influence les intentions d'utiliser les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Figure 14 : Présentation de l'hypothèse du lien direct entre la balance décisionnelle et l'intention d'adopter les stratégies d'approche/évitement



2. Les influences des dimensions de changement

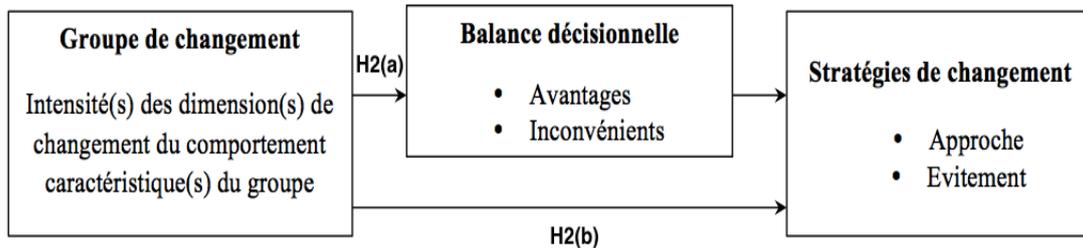
Il existe une relation étroite entre la balance décisionnelle et les phases de changement. Selon une étude réalisée auprès de 3858 sujets aux prises avec 12 types de problèmes différents (Prochaska et *alii*, 1994), la balance décisionnelle oscille selon la phase de changement. Les individus qui se trouvent en précontemplation perçoivent nettement plus de coûts que de bénéfices à changer tandis que la relation est inversée chez ceux qui ont atteint les phases d'action et de maintien. Coûts et bénéfices ont une valeur approximativement égale au moment où les individus atteignent la phase de préparation. C'est donc à ce moment que l'on assiste à l'inversion des tendances. D'un point de vue quantitatif, la perception des bénéfices s'accroît d'un écart-type entre les phases de précontemplation et d'action. La diminution correspondante des coûts perçus est d'un demi écart-type. Dans l'ensemble du processus de changement, l'augmentation des bénéfices paraît donc deux fois plus importante que la diminution des coûts (Prochaska, Johnson et Lee, 1998). Le modèle de la balance décisionnelle appliqué au contexte financier témoigne du même résultat. Typiquement, les individus qui se préoccupent de leurs finances personnelles ont une balance décisionnelle positive, contrairement aux individus qui gèrent mal leur argent, ont une balance décisionnelle négative. Autrement dit, les inconvénients sont plus importants que les avantages aux phases de précontemplation et de contemplation, tandis que l'inverse est constaté aux phases d'action et de maintien, de telle manière que la phase de préparation correspond au croisement de ces

deux composantes. En ce qui concerne la gestion financière, les avantages se penchent plus particulièrement sur les bienfaits de bien gérer son argent (l'estime de soi, la sécurité familiale, réduire le stress et être un exemple pour les autres) tandis que rompre avec ses voisins, tension familiale, famille malheureuse et activité familiale limitée sont des exemples des inconvénients perçus (Xiao et alii, 2004). De surcroît, ces auteurs soutiennent qu'il existe une forte relation entre les phases et les stratégies de changement. L'emploi des stratégies varie d'une phase de changement à l'autre. En effet, les précontemplateurs sont ceux qui emploient le moins de stratégies de changement, alors que les individus en phase d'action sont ceux qui en emploient le plus. Plusieurs auteurs ont fait ce constat (Eckhardt, Babcock et Homack, 2004 ; Levesque, 1998 ; Rosen et alii, 2001) et confirment ainsi les prédictions du modèle transthéorique. En d'autres termes, les individus se montrent globalement plus actifs dans leurs efforts de changement entre la phase de précontemplation et les autres phases (Rosen, 2000).

Plutôt que la séquence des phases, cette recherche a adopté la perspective de regroupement des personnes sur la base de leur profil sur les différentes dimensions d'évolution vers le comportement souhaité. Dans un groupe, les intensités de ces dimensions restent susceptibles de varier. Par exemple, si l'un des groupes se caractérise par une valeur élevée sur la dimension action et par des valeurs faibles sur les autres dimensions, les personnes appartenant à ce groupe peuvent néanmoins montrer une variation de l'intensité sur cette dimension action. Par construction, cette variation peut exister, dans une zone d'intensité action élevée qui caractérise le groupe. Cela étant, la dimension de changement caractéristique d'un groupe (action dans l'exemple précédent) est susceptible d'influencer la balance décisionnelle et les stratégies de changement d'approche/évitement. Si le groupe se caractérise par plus d'une dimension, les intensités de ces dimensions peuvent jouer ensemble sur cette même balance et sur ces mêmes stratégies. Nous considérons par conséquent les liens directs des dimensions de changement sur la balance décisionnelle et sur les stratégies successivement :

H2 : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent (a) la balance décisionnelle et (b) l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Figure 15 : Présentation des hypothèses des liens directs des dimension(s) de changement caractéristique(s) du groupe sur la balance décisionnelle et sur les stratégies de changement d'approche-évitement



3. Le rôle médiateur de la balance décisionnelle

La balance décisionnelle est une variable intermédiaire qui traduit les changements cognitifs qui surviennent au cours de la progression de changement (Velicer et *alii*, 1998). Le modèle transthéorique met en exergue le lien direct entre la balance décisionnelle et les phases de changement. Comme déjà souligné, la balance décisionnelle oscille selon la phase de changement. Les individus qui se trouvent en précontemplation perçoivent nettement plus de coûts que de bénéfices à changer tandis que la relation est inversée chez ceux qui ont atteint les phases d'action et de maintien. Xiao et *alii* (2004) montrent que l'évaluation des avantages de réduire son endettement s'accroît progressivement entre la précontemplation et le maintien et que l'évaluation des inconvénients de réduire son endettement décline entre ces mêmes phases.

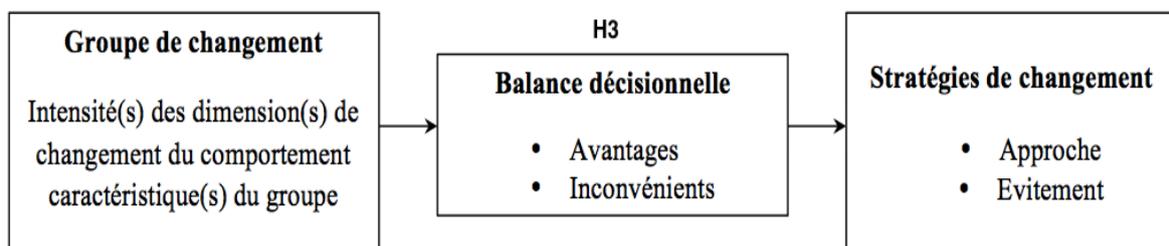
Par ailleurs, Xiao et *alii* (2004) et Seiling et Shockey (2006) considèrent qu'il est très probable que le consommateur s'engage dans la voie du changement en fonction de la balance décisionnelle. En effet, la balance décisionnelle constitue un bon indicateur du progrès de changement de comportement effectué par un individu (Brodeur, 2006). En d'autres termes, la personne ne s'engage sérieusement dans la voie du changement que si les bénéfices surpassent les coûts. Si les coûts surpassent ou égalent les bénéfices, il est peu probable qu'elle s'engage dans la voie du changement de comportement. Dans les premières phases, les coûts surpassent les avantages de changement et les individus s'engagent probablement moins dans les stratégies de changement. Les individus dans les phases avancées perçoivent

plus de bénéfiques que de coûts de changement et adoptent de ce fait davantage de stratégies de changement.

Dans l'approche préconisée par Brodeur (2006) et adoptée ici, un groupe est composé de consommateurs situés de manière identique sur la trajectoire de changement et caractérisé par une ou quelques dimensions de changement. Pour les membres de ce groupe, l'hypothèse précédente pose que les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent la balance décisionnelle et les stratégies de changement. Il convient donc de poser en complément que les avantages et inconvénients de la balance décisionnelle peuvent médiatiser la relation entre ces dimensions de changement et l'intention d'adopter les stratégies de changement. A ce stade, nous ne disposons pas d'élément permettant de préciser le caractère partiel ou total de cette médiation. Par conséquent :

H3 : La balance décisionnelle (avantages, inconvénients) médiatise la relation entre la (les) dimension(s) de changement caractéristique(s) du groupe et l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Figure 16 : Présentation de l'hypothèse de médiation de la balance décisionnelle dans la relation dimension(s) de changement du comportement caractéristique(s) du groupe-stratégies d'approche/évitement



4. Les influences des variables individuelles

4.1 L'influence de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies de changement

La littérature s'accorde sur la relation entre les attitudes financières et les comportements financiers. En utilisant la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), Shim et alii (2009) montrent que les attitudes financières sont fortement corrélées au bien-être financier et aux comportements financiers des jeunes adultes. Des attitudes financières positives influencent positivement le bien-être financier et les comportements financiers des jeunes ; alors que les attitudes financières négatives influencent négativement leur bien-être financier et leurs comportements financiers. Par contre, la relation entre l'attitude à l'égard de l'argent et les comportements financiers est très peu étudiée. Roberts et Jones (2001) montrent une relation significative entre l'attitude à l'égard de l'argent et les comportements d'achats compulsifs ainsi que les dépenses excessives pour les dimensions : pouvoir-prestige, méfiance et anxiété. Le pouvoir-prestige renvoie à ceux qui utilisent l'argent comme un symbole de réussite pour impressionner et influencer les autres. La méfiance reflète ceux qui expriment une tendance à l'hésitation, à la suspicion et au doute dans les situations dans lesquelles l'argent est impliqué. L'anxiété traduit la détresse et l'inquiétude sur les questions relatives à l'argent. A cet égard, les travaux de Valence, D'Astous et Fortier (1988) sur l'achat compulsif confirment implicitement la fonction psychologique de la dépense et le rôle anxiolytique de l'argent : le consommateur compulsif est en effet une personne « *qui considère l'acte d'achat comme un moyen de réduire une tension psychologique ou une anxiété et qui souvent ne recherche pas la possession d'un bien* ».

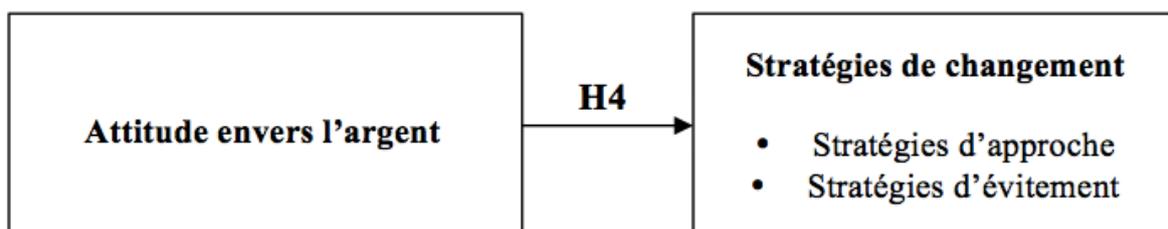
Dans un champ proche, Tokunaga (1993) caractérise les utilisateurs abusifs de cartes de crédit par une perception de l'argent comme une source de pouvoir et de prestige, une faible disposition à conserver de l'argent et une anxiété prononcée à propos des sujets de l'argent. De même, Hanley et Wilhelm (1992) montrent que les acheteurs compulsifs ont tendance plus que les autres à considérer l'argent comme la solution de la plupart des problèmes et comme un moyen d'exprimer un statut. Lemrova et alii (2013) soulignent que la dimension pouvoir-prestige est étroitement corrélée à la possession et au matérialisme. Certains matérialistes ont tendance à utiliser des produits de luxe ou des biens coûteux pour impressionner les autres et se montrer devant les autres personnes (Trojsi, Christopher et Marek, 2006 ; Watson, 2003). Garðarsdóttir et Dittmar (2012) constatent que les personnes avec des valeurs matérialistes ont de faibles compétences en gestion d'argent, une plus grande tendance à faire des achats compulsifs et à dépenser plus que les autres. Souvent, le faible niveau de compétences en gestion d'argent est associé à un niveau d'endettement élevé. Par ailleurs, Hanley et Wilhelm

(1992) étudient l'effet de deux des dimensions de l'attitude à l'égard de l'argent notamment l'estime de soi et l'anxiété sur l'achat compulsif. Ces derniers concluent que les dépensiers compulsifs ont une faible estime de soi et exprime plus d'anxiété que les consommateurs « normaux ».

Dans notre recherche, l'attitude à l'égard de l'argent se limite à l'importance qu'accorde l'individu à l'argent. Tang (1992) observe que les personnes qui accordent beaucoup d'importance à l'argent ont tendance à gérer leur argent correctement. Ces dernières accordent beaucoup d'attention à leur gestion d'argent et gèrent leurs finances avec succès (Furnham et Argyle, 1998). L'importance accordée à l'argent influence probablement positivement leur gestion de l'argent et de ce fait leurs comportements financiers. Plus les individus accordent de l'importance à l'argent, plus ils ont tendance à adopter les stratégies de changement d'approche-évitement notamment : accroître leur épargne et réduire leurs dépenses excessives. Par conséquent :

H4 : L'attitude à l'égard de l'argent influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Figure 17 : Présentation de l'hypothèse de lien direct entre l'attitude à l'égard de l'argent et l'intention d'adopter les stratégies d'approche/évitement



4.2 L'influence de l'anxiété sur les stratégies de changement

Selon Klontz et Klontz (2009), lorsque les individus se sentent stressés et éprouvent de l'anxiété, de la peur ou encore de la honte, leur bilan de santé devient très mauvais. Le cerveau humain tente donc de réparer ou de rétablir l'équilibre en cherchant des substances ou des comportements notamment la nourriture, la nicotine, l'alcool ou un large éventail de comportements humains y compris les comportements financiers. Les travaux montrent une

relation nette entre la détresse économique et la détérioration de l'état de la santé mentale (Voydanoff et Donnelly, 1989 ; Irwin, LaGory, Ritchey et Fitzpatrick, 2008) mais très peu de recherches ont été réalisées sur la relation entre l'anxiété (état) et les comportements financiers (Sages, Britt et Cumbie, 2013). Une étude clinique menée par Klontz, Kahler et Klontz (2008) porte sur l'amélioration de la santé mentale sur le long terme à travers une meilleure et bonne gestion financière. Un programme d'éducation financière est mis en place afin d'améliorer les comportements financiers des participants et, ce faisant, leur santé mentale. Ces auteurs constatent que le programme d'éducation financière agit favorablement sur la santé mentale et sur la situation financière des participants, immédiatement après le programme et trois mois après. Roberts et *alii* (2000) constatent le lien entre les situations financières défavorables des jeunes étudiants et l'impact négatif sur leur santé mentale et physique. Andrews et Wilding (2004) confirment que les facteurs de stress financier sont positivement associés à une augmentation du niveau d'anxiété et de dépression des étudiants britanniques. Dans une autre étude, les résultats révèlent qu'un état de santé mentale détérioré est lié à des facteurs de stress financier tels que la difficulté de payer les factures à temps (Roberts, Golding, Towell et Weinreb, 1999). Les recherches montrent une association significative entre la dette et les problèmes de santé mentale en l'occurrence, l'anxiété et la dépression (Drentea, 2000 ; Jenkins et *alii*, 2008 ; Roberts et *alii*, 1999). De plus, le surendettement est associé à une diminution du sentiment de bien-être et à des niveaux élevés de stress global (Norvilitis et *alii*, 2006).

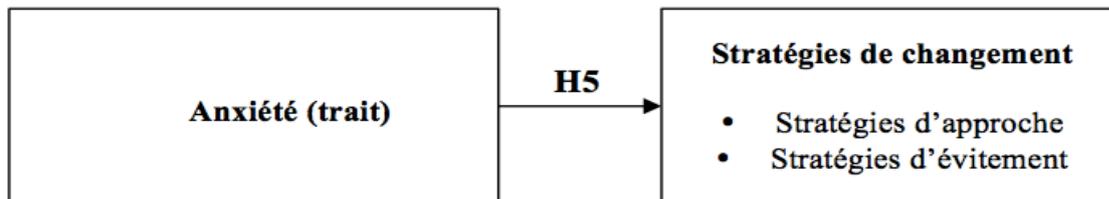
La question de savoir si l'anxiété est liée à des comportements financiers spécifiques tels que dépenser plus que son budget ou atteindre la limite maximale de la carte de crédit ou encore payer ses factures à temps est très peu étudiée. Récemment, Sages, Britt et Cumbie (2013) ont étudié le lien entre l'anxiété (état) des jeunes étudiants et les comportements financiers associés. La période pré-adulte est souvent associée à un risque accru de problèmes de santé mentale (Hunt et Eisenberg, 2010 ; Zivin et *alii*, 2009). C'est aussi une période de transition importante de la vie marquée par une augmentation de la responsabilité financière. Généralement, les étudiants subissent un certain nombre de facteurs de stress. Ces derniers vivent et découvrent diverses nouvelles expériences. Les résultats montrent que l'anxiété est significativement liée à trois des six comportements financiers retenus notamment dépenser au-delà de ses ressources, difficulté à payer ses factures due à l'insuffisance des revenus, atteindre la limite maximale de sa carte de crédit. Ces auteurs affirment qu'un niveau élevé d'anxiété est positivement associé à des comportements financiers négatifs. Dans leur étude,

l'anxiété (état) est associée à leur difficulté de dormir, leur capacité à se concentrer à l'école ou au travail, leur niveau d'irritabilité, leur difficulté de se contrôler, leur niveau de tension musculaire et leur niveau de fatigue. Compte tenu de l'âge moyen de la cohorte de cette recherche, les auteurs suggèrent une identification rapide de l'anxiété avant qu'elle ne se manifeste en comportements financiers indésirables traduits par des dépenses excessives ou des niveaux d'endettement très élevés. L'anxiété joue un rôle important dans la prise de décisions en finances personnelles. La littérature témoigne du lien positif entre l'anxiété (état) et les comportements financiers négatifs. Plus le niveau d'anxiété de l'individu est élevé, plus celui-ci a tendance à adopter des comportements financiers négatifs notamment s'endetter et trop dépenser.

Cependant, cette recherche retient l'anxiété (trait) de la personnalité définie comme une surestimation subjective d'un danger qui détecte, anticipe et se prépare au danger en créant une appréhension diffuse (Lewis, 1970). Le lien entre l'anxiété (trait) et les comportements financiers n'est pas, à notre connaissance, étudié dans la littérature. Rappelons que l'anxiété (trait) reflète la prédisposition à percevoir des circonstances non dangereuses comme étant dangereuses et menaçantes. Dans la littérature, la relation anxiété (trait) - performance est relativement complexe et suivant les paramètres pris en compte les résultats diffèrent : soit l'anxiété est un moteur pour agir, soit l'anxiété est un frein pour la performance (Lemeau-Koehl, 2009). Dans notre contexte d'étude, étant donné que l'anxiété (trait) prépare l'individu au danger et l'engage quelque part à limiter le risque en mettant en place des actions pour le protéger, il est donc possible de penser que les personnes à forte anxiété sont plus motivées à changer de comportement financier. Ainsi, il est probable que plus le niveau d'anxiété (trait) est élevé, plus l'individu aura tendance à mettre de l'argent de côté de façon régulière et à contrôler ses dépenses excessives pour précisément prévenir les situations de surendettement. L'anxiété (trait) influence donc probablement positivement l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement :

H5 : L'anxiété (trait) influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Figure 18 : Présentation de l'hypothèse de lien direct de l'anxiété (trait) sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche/évitement



4.3 L'influence de l'orientation motivationnelle paratélique pour un groupe de changement

Les personnes fonctionnant en mode paratélique éprouvent le besoin de profiter de l'instant présent, de participer à des activités pour le plaisir et n'ont pas de buts à accomplir. Elles sont le plus souvent enjouées et spontanées et prennent la vie comme elle vient. La paire téléique/paratélique est étroitement associée aux mécanismes d'excitation (Apter, 2007). Dans l'état téléique, l'individu fait des plans d'avenir et évite toutes situations susceptibles d'accroître son niveau d'excitation. Dans l'état paratélique, l'individu se préoccupe de son expérience directe et recherche une grande excitation. Les dominances des états psychologiques métamotivationnels téléique et paratélique ont été reliées à des caractéristiques physiologiques stables qui montrent l'implication du fonctionnement cérébral dans la détermination de cette dominance. Plusieurs comportements d'addiction sont étudiés dans le cadre de la théorie du renversement qui pose ces bases motivationnelles : les jeux d'argent (Anderson et Brown, 1987), le tabagisme (Burriss et O'Connell, 2003 ; O'Connell et *alii*, 1990; Rosario-Sim, O'Connell et Lavin, 2012) et la consommation de drogues (Lafreniere, Menna et Cramer, 2013 ; O'Neil, Craig et Lafreniere, 2013). Malgré ses apports incontestables, la théorie du renversement n'est pas encore mobilisée dans le domaine financier pour prédire les comportements de dépenses excessives et la volonté d'épargner.

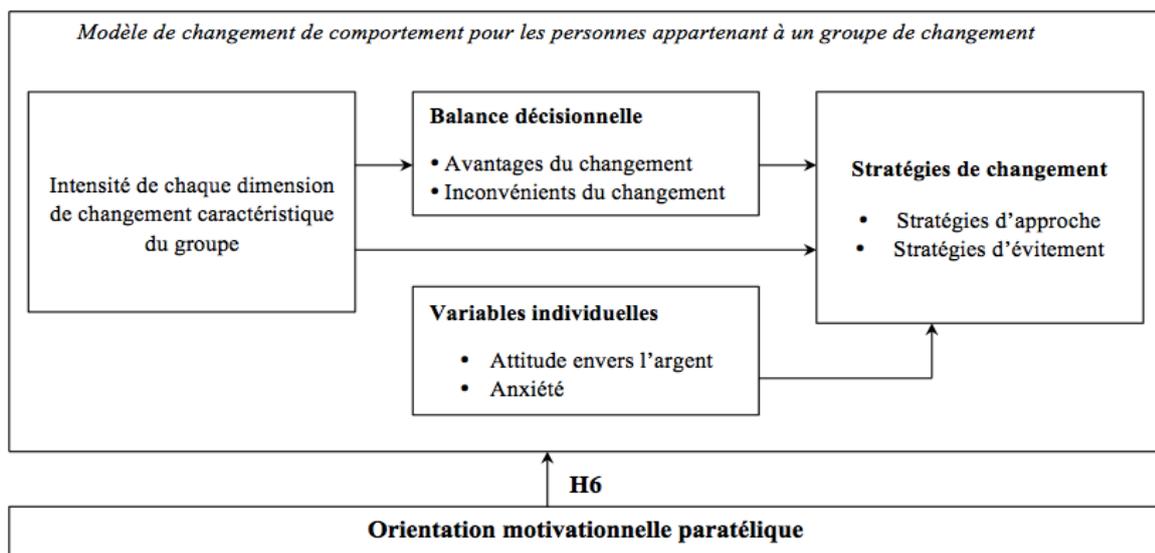
Cette recherche se focalise uniquement sur l'orientation paratélique qui reflète une prédisposition à vivre le jour au jour, sans aucune planification préalable et sans organisation. Les personnes ayant cette orientation à court terme éprouvent un besoin de profiter de l'instant présent et participent à des activités pour le plaisir leur permettant d'atteindre le niveau d'excitation désiré. Elles sont moins disposées à faire des efforts ce qui réduit les

intensités des dimensions de changement caractéristiques au groupe auquel elles appartiennent. Elles ont le désir d'atteindre des niveaux préférés de plaisir dans la sensation immédiate.

Elles auront donc probablement tendance à se concentrer davantage sur les inconvénients de bien gérer leur argent plutôt que sur les avantages. Au vu des faibles efforts fournis et à la frustration ressentie de bien gérer leur argent (ex : le sentiment d'être privé de sorties et de petits plaisirs), les personnes à orientation paratélique dominante seront moins favorables au changement et auront une plus faible intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Il est en effet plus difficile pour ces personnes de devoir limiter leurs achats « coup de cœur » et d'élaborer un plan d'épargne. La personne paratélique est orientée sur l'activité elle-même, et tout ce qui est fait au cours du cheminement pour atteindre un but est vécu avec plaisir. Ceci suggère que les personnes avec une orientation paratélique dominante accordent moins d'importance à l'argent, plus au plaisir et qu'elles sont également de nature moins anxieuse. Elles sont donc indifférentes à l'atteinte de l'objectif (changement de comportement financier) et ont de ce fait une plus faible intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Par conséquent :

H6 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le degré orientation motivationnelle paratélique.

Figure 19 : Présentation de l'hypothèse des différences de l'orientation paratélique pour un groupe de changement



4.4 L'influence du genre

Plusieurs travaux de recherche identifient le genre comme une variable explicative pertinente des comportements financiers du consommateur (Armstrong et Craven, 1993 ; Hayhoe, Leach et Turner, 1999 ; Hayhoe et *alii*, 2000). En revanche, leurs résultats sont mitigés. Certains affirment que les femmes sont moins compétentes financièrement que les hommes (Chen et Volpe, 1998, 2002 ; Danes et Haberman, 2007 ; Murphy, 2005). En effet, elles sont moins enthousiastes, moins confiantes et moins disposées à suivre un cours sur l'éducation financière que les hommes. De surcroît, Robb et James (2008) à l'aide du modèle logit cumulatif (données collectées sur 3525 étudiants) montrent qu'un élève de sexe masculin, non mineur, bénéficiant d'une aide financière, ayant d'autres dettes, indépendant financièrement, ayant eu un cours de finances personnelles, major en matière de commerce, ayant des connaissances solides sur les cartes de crédit sont des variables associées à des scores plus élevés dans la mesure des connaissances et des comportements financiers. L'expérience joue également un rôle important dans le développement des connaissances financières personnelles relativement liées aux comportements financiers. D'autres concluent l'inverse. Par exemple, Mandell (2008) démontrent que les femmes ont des scores plus élevés sur les questions financières. En effet, après avoir suivi un cours sur l'éducation financière, une amélioration plus importante au niveau des connaissances financières des participants de sexe féminin est constatée comparé à ceux de sexe masculin. Comme de manière générale, les femmes sont plus performantes dans leurs études (Grabmeier, 2006 ; Lwein, 2006). D'autre part, selon l'étude de Danes et Haberman (2007) menée sur 5329 étudiants universitaires, après le suivi de la formation, les hommes ont renforcé leurs connaissances déjà acquises alors que les femmes ont acquis de nouvelles connaissances. Certes que les hommes ont plus de connaissances financières que les femmes mais celles-ci rapportent qu'elles gèrent mieux leur budget, comparent les prix avant d'acheter et parlent davantage d'argent avec leur famille (Danes et Haberman, 2007). De plus, les élèves de sexe féminin ayant une attitude positive envers le crédit, des revenus individuels ou familiaux élevés et une co-signature des parents pour acquisition de carte de crédit n'ont pas de dettes et ont le plus souvent des provisions importantes sur leur compte (Cude et *alii*, 2006). D'autres encore ne trouvent pas de différence significative entre les deux sexes (Lalonde et Schmidt, 2011). Ces auteurs indiquent par contre que le nombre de cartes de crédit est le meilleur prédicteur du niveau des

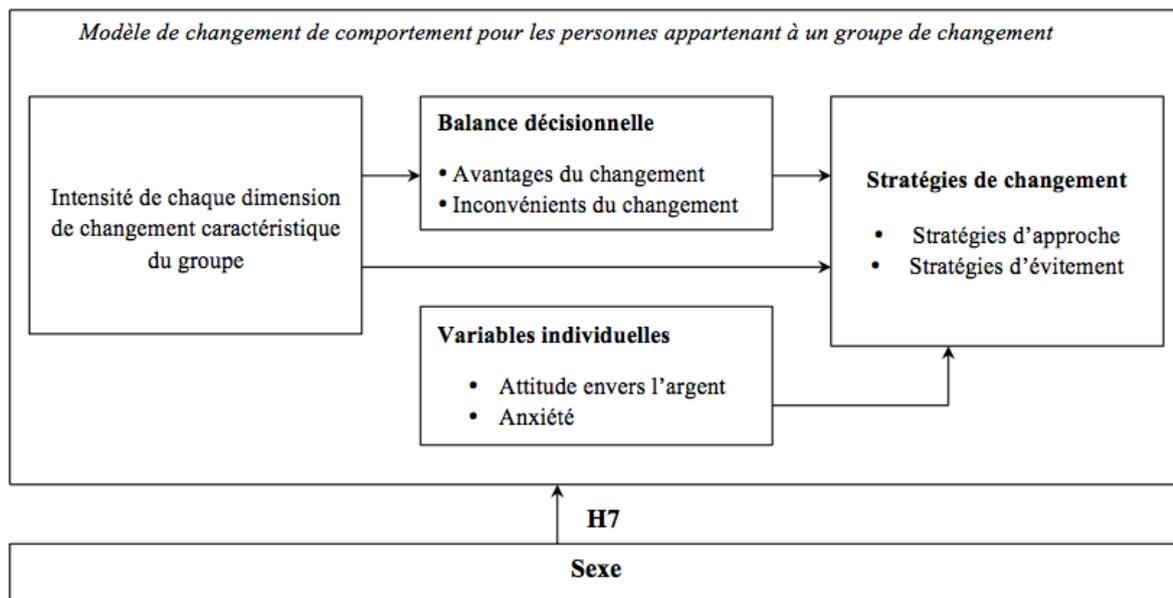
connaissances en matière de finances personnelles et de comportements financiers responsables.

Malgré ces résultats partagés, la littérature s'accorde sur une tendance générale pour expliquer les effets du genre dans les attitudes et comportements financiers. Les femmes ont tendance à sous-estimer leurs connaissances et donc à fournir plus d'efforts que les hommes en matière de finances personnelles (Goldsmith et Goldsmith, 1997). Les hommes ont une attitude à l'égard de l'argent fondé sur le besoin de pouvoir et du prestige. Les conséquences de leurs attitudes se manifestent par l'acquisition ou la possession de produits dans un but de recherche de statut. Toutefois, les femmes occupent un rôle fondé sur les besoins de sécurité et de planification. Les femmes ont donc une tendance à l'organisation et à la recherche de sécurité dans la gestion de leur argent (Lim, Teo et Loo, 2003). Elles ont ainsi tendance à plutôt se focaliser sur les avantages de bien gérer son argent (ex : être à l'abri des imprévus et des mauvaises surprises) que sur les inconvénients. De plus, les femmes sont de nature plus anxieuse que les hommes. Elles sont plus averses au risque et accordent en général plus d'importance à l'argent (Hira et Loibl, 2008 ; Bernasek et Shwiff, 2001 ; Hinz, McCarthy et Turner, 1997 ; Jianakoplos et Bernasek, 1998 ; Powell et Ansic, 1997). Généralement, elles sont plus prudentes et conservatrices que les hommes en matière de placements et investissent moins dans les titres. Elles préfèrent des investissements stables et faciles à gérer (Merrill Lynch Investment Managers, 2005 ; OppenheimerFunds Distributor, 2004 ; Prudential Financial, 2005). En effet, elles sont plus susceptibles de déclarer faire un très bon travail de gestion d'argent et d'investissement que les hommes (34% contre 25%) et de se considérer comme de bons investisseurs (19% contre 14%). Cependant, Graham et alii (2002) font valoir que la réticence des femmes à prendre des risques dans les investissements et leur faible niveau de confiance financière conduisent à des rendements d'investissement plus faibles que les hommes. Généralement, les femmes choisissent des plans d'investissement et d'épargne moins risqués. En revanche, les travaux de recherche sur les différences du genre dans les comportements de dépenses excessives et non planifiées sont moins convergents. Certains de ces travaux montrent que les femmes sont plus susceptibles que les hommes de faire des achats compulsifs (Christensen, 1992 ; O'Quinn et Faber, 1989). D'autres ne montrent aucune différence significative entre les deux sexes à faire des achats imprévus lorsque le nombre d'achat est maintenu constant (Kollat et Willett, 1967). D'autres encore trouvent que les femmes sont plus susceptibles de faire des dépenses superflues ou de faire des achats dont elles n'ont pas besoin (Hira et Mugenda, 2000). Les hommes et les femmes sont

significativement différents en matière de gestion financière et il est probable que les intensités des liens du modèle de changement diffèrent selon le genre :

H7 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le genre.

Figure 20 : Présentation de l'hypothèse des différences du genre au sein d'un groupe de changement



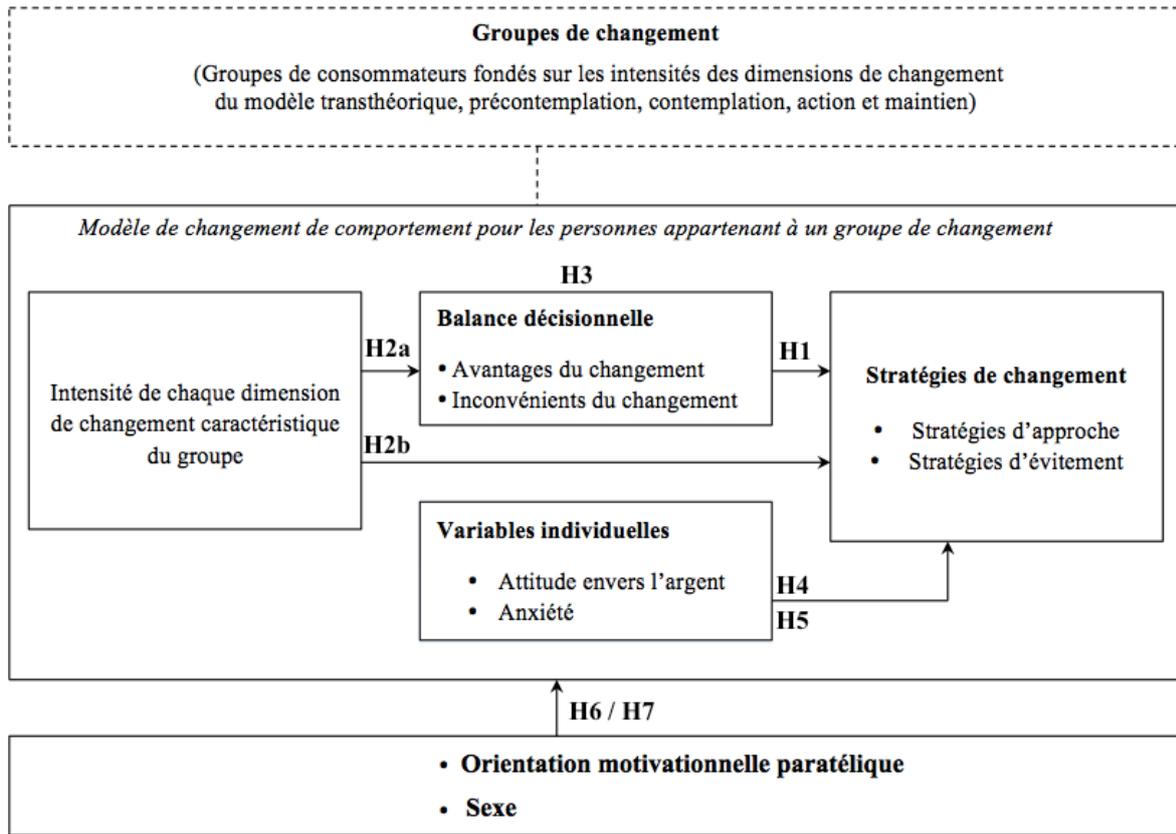
* *
*

Ce chapitre a présenté dans un premier temps notre modèle conceptuel de recherche applicable à un groupe de changement. Il a ensuite développé les hypothèses de recherche à partir de la littérature existante et des résultats issus de nos recherches préliminaires. Le récapitulatif de l'ensemble des hypothèses de recherches est présenté au Tableau 16 et la Figure 21 les représente.

Tableau 16 : Ensemble des hypothèses de recherche

Les déterminants de changement de comportement financier
H1 : La balance décisionnelle (avantages, inconvénients) influence les intentions d'utiliser les stratégies de changement d'approche et d'évitement.
H2 : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent (a) la balance décisionnelle et (b) l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.
H3 : La balance décisionnelle (avantages, inconvénients) médiatise la relation entre la (les) dimension(s) de changement caractéristique(s) du groupe et l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.
H4 : L'attitude à l'égard de l'argent influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.
H5 : L'anxiété (trait) influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.
H6 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le degré orientation motivationnelle paratélique.
H7 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le genre.

Figure 21 : Modèle conceptuel général - Présentation des hypothèses de recherche



DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE,

RÉSULTATS ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

PREMIERE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES,
MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 1 - COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET
MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

Chapitre 2 - RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT
DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Chapitre 3 – MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS
ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

Chapitre 4 - METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Chapitre 5 - PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 6- DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE
RECHERCHE

CHAPITRE 4

METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Ce chapitre a pour objectif de présenter la méthodologie destinée à tester les hypothèses de recherche. Il est composé de trois sections. La première est destinée aux instruments de mesure des différentes variables. La deuxième section présente la collecte des données, la composition de l'échantillon et les méthodes d'analyse et de tests utilisés. La troisième section expose les résultats des analyses confirmatoires réalisées pour chacun des construits.

SECTION 1 : MESURES DES VARIABLES

Des échelles de mesure ont été développées selon la procédure de Churchill (1979) et d'autres échelles ont été adaptées au contexte¹⁰. Après la pré-validation des mesures envisagées par des experts du domaine, deux études préliminaires ont été réalisées pour développer et valider les mesures des nouveaux construits ou pour adapter des mesures existantes au contexte français. La procédure classique d'épuration et de validation des instruments a été suivie. Les experts avaient pour objectifs de supprimer les items incohérents, de contrôler la compréhension des items, d'épurer les échelles en vue d'un pré-test, d'éliminer les items peu intéressants ou incompréhensibles et de regrouper les items les plus proches (au niveau du sens). Le nombre d'échelles et d'items étant très important, nous avons ainsi jugé nécessaire d'effectuer une première étude sur une partie des construits à mesurer (Tableau 17). La deuxième étude a repris les échelles de mesure épurées et validées par les analyses de la première ainsi que d'autres variables. Ces deux études préliminaires ont retenu des échantillons composés uniquement d'étudiants : 73 étudiants dont 32 femmes pour la première et 51 étudiants dont 21 femmes pour la seconde. La démarche est récapitulée au tableau 17.

¹⁰ Rappel des étapes de la procédure de Churchill : (1) Spécifier le domaine du construit (Revue de littérature) ; (2) Générer un échantillon d'items (Revue de littérature, entretiens, etc.) ; (3) Collecter les données ; (4) Purifier l'instrument de mesure ; (Coefficients alpha, analyse factorielle) ; (5) Collecter les données ; (6) Estimer la fiabilité et la validité (Coefficients alpha, etc.) ; (7) Développer des normes (Distribution des scores)

Tableau 17 : Récapitulatif de l'élaboration des échelles de mesure (cible : étudiants)

Etudes	Echelle de mesure testée	Nombre de répondants
Etude préliminaire N°1	- Dimensions de changement - Balance décisionnelle - Anxiété (trait)	N=73
Etude préliminaire N°2	- Dimensions de changement - Balance décisionnelle - Anxiété (trait) ----- -Sentiment d'efficacité personnelle - Attitude à l'égard de l'argent - Orientation motivationnelle paratélique	N=51

Des analyses statistiques ont été réalisées sur les deux derniers pré-tests afin de vérifier la validité de l'ensemble des échelles de mesure utilisées pour le questionnaire final. Sur la base des valeurs de fiabilité interne (alpha de Cronbach) les pré-tests ont permis de modifier, d'ajouter ou de supprimer certains items.

Les mesures des stratégies de changement d'approche et d'évitement et des dimensions de changement prises en compte dans notre modèle de recherche (précontemplation, contemplation, action et maintien) sont traitées dans un premier temps. Les mesures relatives à la balance décisionnelle sont ensuite exposées. Dans un troisième temps sont présentées les mesures des variables individuelles que constituent l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique. La mesure du sentiment d'efficacité personnelle, variable de contrôle, est également définie. Ces variables sont mesurées à l'aide d'une échelle de Likert en sept points allant de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord ».

I. Mesures des stratégies et des dimensions de changement

Dans cette étude principale, *les échelles de mesure des stratégies de changement* de type approche ou évitement construites et déjà utilisées dans notre recherche préliminaire ont été reprises. Elles ne sont donc que rappelées ici (Tableau 18).

Tableau 18 : Les échelles de stratégies d'approche-évitement (rappel)

Stratégies de changement d'approche
Je me félicite d'avoir généralement tendance à épargner pour pouvoir acheter plus tard une chose désirée.
Je me félicite lorsque à la fin du mois je réussis à mettre de l'argent de côté.
Je me dis qu'on m'y mettant je pourrais épargner tous les mois.
Je pense que cela me fera plaisir de pouvoir épargner tous les mois.
Je compte prendre l'habitude d'épargner une certaine somme d'argent régulièrement.
Stratégies de changement d'évitement
J'ai l'intention d'éviter davantage les vendeurs qui me poussent à acheter des choses superflues.
Je veillerai davantage à éviter de me mettre en situation de découvert à la banque.
Je m'engage maintenant à limiter mes achats "coup de cœur".
Je m'inquiéterai davantage en pensant ne pas pouvoir probablement tenir mon budget.
Je compte me tenir un peu plus à distance des personnes qui m'appellent souvent pour sortir et m'inciter à la dépense.

S'agissant des *mesures des dimensions de changement*, deux principales approches ont été utilisées pour mesurer les phases de changement (Littel et Girvin, 2002). La première consiste à affecter les individus dans une phase ou dans une autre à partir d'un algorithme (ex : Herzog et *alii*, 1999 ; Quinlan et McCaul, 2000). Certains observateurs critiquent cette pratique en soulignant le caractère arbitraire des critères temporels retenus pour la définition opératoire des phases (Davidson, 1998 ; Littell et Girvin, 2002).

La deuxième consiste à utiliser des échelles psychométriques. Le University of Rhode Island Change Assessment Scale (URICA) de McConaughy, Prochaska et Velicer (1983) est

l'instrument de référence dans ce domaine. Il comporte 32 énoncés pour lesquels le répondant doit choisir entre cinq réponses possibles allant de «fortement en désaccord» à «fortement en accord». Les énoncés se regroupent pour former quatre sous-échelles (précontemplation, contemplation, action et maintien). L'instrument original a été développé pour être utilisé auprès de patients en psychothérapie. Sa formulation est générale et réfère de façon générique au *problème* de l'individu. Dans la plupart des cas, les chercheurs ont simplement remplacé l'expression *mon problème* par une autre plus spécifique au comportement étudié. Il existe de nombreuses autres versions de l'URICA adaptées à des problématiques spécifiques. Dans le cadre de notre étude, nous avons choisi cette méthode de mesure.

Pour ce faire, nous avons utilisé l'instrument de mesure URICA-DV2 (Levesque et Pro-Change, 2001a) comptant 20 énoncés. L'instrument a été validé plusieurs fois (Levesque, Gelleset Velicer, 2000 ; Eckhardt, Babcock et Homack, 2004). Chacune des quatre sous-échelles possède une bonne cohérence interne puisque les coefficients alpha varient entre 0,63 et 0,72 pour la précontemplation, 0,73 et 0,77 pour la contemplation, 0,81 et 0,85 pour l'action et 0,68 et 0,75 pour le maintien. Cette échelle de mesure comprenant 20 items a été adaptée au contexte français par Rondeau et *alii* (2006). L'échelle obtenue s'inscrit dans le même intervalle de cohérence interne que l'échelle originale. Elle a été adaptée à notre contexte d'étude et présentée aux experts. Quelques items ont été supprimés et d'autres ajustés pour une meilleure compréhension.

**Tableau 19 : Echelle de mesure « des dimensions de changement »
mesure proposée par Levesque et *alii* (2000) : adaptation
de l'échelle par Rondeau et *alii* (2006) au contexte français**

Les dimensions de changement
<i>Basez vos réponses sur la façon dont vous vous sentez et vous vous comportez EN CE MOMENT...</i>
La précontemplation
P1 Je ne compte pas changer ma façon de peu gérer mon argent.
P2 La gestion de mon budget n'est pas importante.*
P3 Je ne souhaite rien changer à ma mauvaise gestion de mes finances.
P4 La gestion de mes dépenses ne fait pas partie de mes préoccupations.
P5 Je ne vois pas la nécessité de remédier au fait que je sois mauvais(e) gestionnaire.

La contemplation
C1 Je commence à me rendre compte que je gère mal mon argent.
C2 Je m'aperçois que ma façon de gérer mon argent est inappropriée.
C3 Je commence à ressentir les effets négatifs de ma mauvaise gestion.
C4 Je réalise que ma façon de gérer mon argent m'inquiète.*
C5 Je me rends compte de plus en plus que je gère mal mon budget.
L'action
A1 Je me force à mieux gérer mon argent.
A2 Je m'emploie activement à mieux gérer mon argent en réduisant mes dépenses.
A3 Je m'efforce de limiter les dépenses superflues.
A4 Je fais finalement quelque chose pour réduire mes dépenses.*
A5 J'essaie de mieux gérer mon argent et de mettre fin à mes dépenses futiles.
Le maintien
M1 Même si j'ai cessé mes achats "coup de cœur" depuis un certain temps, j'ai peur de céder à nouveau à la tentation.
M2 J'ai mis fin aux achats "coup de cœur", mais je crains de m'y remettre.
M3 J'ai cessé de faire des achats "coup de cœur", mais j'ai toujours peur d'y succomber comme auparavant.
M4 J'ai assez bien réussi à gérer mon budget, mais il m'arrive encore parfois d'être tenté(e) par des achats "coup de cœur".*
M5 Même si j'arrive à contrôler mes dépenses, il y a encore des moments où je suis tenté(e) de faire des petites folies.*

* items éliminés à l'issue de l'étude préliminaire N°1

II. Mesure de la balance décisionnelle

La balance décisionnelle a été mesurée initialement par huit composantes comprenant les gains et les pertes pour soi et les autres, ainsi que l'accord ou le désaccord de la part de soi et des autres (Janis et Mann, 1977). Les recherches ont ensuite démontré qu'elle était composée de deux facteurs correspondant respectivement aux avantages et inconvénients de s'engager dans le comportement cible (Migneault, Pallonen et Velicer, 1997 ; Hudmon, Prokhorov, Koehly, DiClemente, et Gritz, 1997 ; Velicer et *alii*, 1985). D'autres suggèrent une échelle de mesure à trois facteurs. A titre d'exemple, dans la recherche de Migneault et ses collègues

(1999), les résultats des analyses factorielles les conduisent à proposer deux solutions. La première suggère deux facteurs (avantages et inconvénients) tandis que la deuxième en suggère trois (avantages, inconvénients réels et inconvénients potentiels). La dimension des inconvénients réels mesure un état affectif négatif lié à un comportement réel tandis que la dimension des inconvénients potentiels mesure le risque d'effets négatifs futurs du comportement.

La version française de l'échelle de la balance décisionnelle (Levesque et Pro-Change, 2001c) mesure trois dimensions : (1) les bénéfices généraux qu'entraînerait la cessation des comportements violents pour le répondant (ex : « Si je mettais fin à la violence, je recevrais plus d'amour et de gentillesse de la part de ma partenaire ») ; (2) les bénéfices pour ses enfants (ex : « Les enfants sont plus en sécurité dans un foyer sans violence ») et (3) les coûts généraux qu'il devrait subir (ex : « Si je mettais fin à mon comportement violent, j'aurais le sentiment de perdre le contrôle dans ma relation »). Chaque sous-échelle comprend quatre énoncés, pour un total de 12. Les répondants indiquent le degré d'importance qu'ils accordent à chacun dans leur décision de modifier ou non leur comportement violent. Par conséquent, avant de prendre la décision de changer leurs comportements, les conjoints violents considèrent l'impact de leur décision sur leurs enfants, en plus des conséquences positives générales (par exemple, être plus heureux dans une relation sans violence) et les conséquences négatives en général (par exemple, ne pas se sentir plus puissant que leur conjoint).

Pour identifier les avantages et les inconvénients pesant dans la balance décisionnelle en vue de pratiquer une activité physique régulière, Marcus, Rakowski et Rossi (1992) ont créé la Decisional Balance Scale for Exercise (BDAP), échelle de balance décisionnelle en vue de pratiquer une activité physique. Ce questionnaire est composé de 16 items et respecte les recommandations de Janis et Mann (1977) concernant la représentation des catégories décisionnelles. L'analyse en composantes principales réalisée révèle une solution à deux facteurs. Les auteurs ont identifié la dimension « pour » (dix items) et la dimension « contre » (six items). Les deux dimensions de ce questionnaire présentent une cohérence interne satisfaisante (« pour », $\alpha = 0,95$; « contre », $\alpha = 0,79$).

Dans le domaine financier et plus particulièrement pour la question de « comment se débarrasser de la dette de carte de crédit », Xiao et alii (2004) propose une échelle de 18 items. L'analyse en composantes principales révèle également une solution à deux facteurs :

avantages et inconvénients de se débarrasser de la dette de carte de crédit. L'échelle finale des avantages contient quatre items par exemple (le fait de se débarrasser de la dette de carte de crédit pourrait augmenter son estime de soi et la sécurité de sa famille, diminuer son stress et donner un bon exemple pour les autres). Parallèlement, l'échelle de mesure des inconvénients comprend quatre items par exemple (le fait de se débarrasser de la dette de carte de crédit ne permettrait pas de garder le même niveau de vie que ses voisins, pourrait créer plus de tension dans la maison, rendre certains membres de la famille malheureux et limiter les activités familiales).

Plusieurs recherches ont montré que la solution à deux facteurs est la plus pertinente et explique au mieux la structure interne de la balance décisionnelle (Xiao et alii, 2004 ; Hudmon et alii, 1997 ; Rakowski et alii, 1992 ; Migneault, Pallonen et Velicer, 1997 ; Velicer et alii, 1985). Cependant, d'autres travaux de recherche trouvent que la solution à trois facteurs renvoie à une meilleure qualité d'ajustement (Hulton, 2001 ; Migneault, Velicer, Prochaska, et Stevenson, 1999 ; Levesque, Prochaska et Prochaska, 1999).

Dans notre travail de recherche, nous avons construit une échelle *ad hoc* pour mesurer la balance décisionnelle car il n'y a pas d'échelle disponible dans le contexte de la gestion des finances personnelles. Notre échelle mesure essentiellement les avantages et les inconvénients de bien gérer son argent. Dans ce travail doctoral nous avons considéré les deux principaux facteurs de la balance décisionnelle notamment les avantages et les inconvénients de changer de comportement financier problématique. Nous avons ainsi développé une échelle de mesure de la balance décisionnelle adaptée au contexte d'étude et par la suite nous l'avons présenté aux experts qui ont modifié certains items pour une meilleure compréhension (Tableau 20).

Tableau 20 : Echelle de mesure de la « balance décisionnelle »

Balance décisionnelle
<i>Quelle importance accordez-vous à chacune de ces affirmations pour vous encourager à améliorer votre façon de gérer votre budget ?</i>
<i>Mieux gérer mon argent</i>
AVANTG 1 me permettrait à tout moment de connaître ma situation financière sans mauvaise surprise.
INCONVT 1 pourrait limiter mes sorties, mes petits plaisirs.

AVANTG 2 me permettrait d'éviter de m'inquiéter à chaque fin du mois.
INCONVT 2 pourrait me priver d'achats spontanés ou « coup de cœur ».
AVANTG 3 me permettrait d'être prudent et à l'abri d'un imprévu.
INCONVT 3 pourrait me faire passer à côté d'achats un peu excessifs mais qui font plaisir.

III. Mesure des variables individuelles

Les mesures de l'attitude à l'égard de l'argent, de l'anxiété (trait) et du degré d'orientation motivationnelle paratélique sont présentées successivement.

1. Mesure de l'attitude à l'égard de l'argent

Depuis la première mesure proposée par Wernimont et Fitzpatrick (1972), Urbain (2000) a recensé plusieurs instruments de mesure de « l'attitude à l'égard de l'argent » (Rubinstein, 1981 ; Yamauchi et Templer, 1982 ; Furnham, 1985 ; McClure, 1984 ; Chatterjee et Farkas, 1992 ; Hanley et Wilhelm, 1992 ; Tang, 1995 ; Prince, 1993 a/b ; Tokunaga, 1993 ; Fank, 1994 ; Tang et Gilbert, 1995 ; Furnham, 1996 ; Lim et Teo, 1997 ; Tang, Smith-Brandon et Tang, 1997). La plupart des échelles n'ont pas, ou peu, fait l'objet de réplique et certaines ont été testées sur des échantillons de faible dimension, leurs conclusions sont d'un apport appréciable car elles soulignent le rôle des facteurs culturels, sociaux et personnels. Les relations significatives avec certains traits psychologiques tels que le machiavélisme, l'anxiété, l'estime de soi ou le lieu de contrôle confirment le fondement des significations de l'argent sur les besoins de pouvoir et de sécurité. Parmi les échelles citées, la « Money Attitude Scale » MAS de Yamauchi et Templer (1982) sert de référence à la plupart des autres échelles et la « Money Ethic Scale » -MES 30- de Tang (1992) est l'échelle la plus utilisée.

La MAS (Yamauchi et Templer, 1982) est fondée sur trois composantes issues de la littérature psychanalytique et psychologique : la sécurité, la rétention et le pouvoir. Elle est composée de 29 items répartis sur quatre facteurs : Pouvoir/prestige, Rétention/temps, Méfiance et Anxiété. La MAS mesure ainsi « l'attitude à l'égard de l'argent » comme une prédisposition à considérer l'argent comme un moyen de prestige, de pouvoir ou de statut et une prédisposition à la gestion et à la planification qui peuvent s'accompagner d'une inquiétude face à l'argent. Ces prédispositions sont susceptibles de se traduire par la méfiance

face à la dépense, aux relations commerciales et au prix, ou encore par une tendance à apprécier les bonnes affaires et/ou à dépenser de l'argent.

La MES 30 proposée par Tang (1992) est constituée de 30 items pour 6 facteurs : importance accordée à l'argent, objet du mal, accomplissement, respect des autres/estime de soi, gestion de l'argent, pouvoir/liberté. Le facteur Gestion de l'argent se rapproche du facteur Rétention/temps de la MAS ; il mesure l'aptitude à une gestion prudente de l'argent, sans toutefois parvenir à intégrer explicitement une projection de ce trait dans l'avenir. Les facteurs Accomplissement, Respect des autres/estime de soi et Pouvoir/liberté renvoient dans une certaine mesure au contenu du facteur Pouvoir/prestige de la MAS. En effet, le facteur Accomplissement, mesure la tendance à voir dans l'argent un moyen de succès, voire une fin en soi. Le facteur Respect des autres/estime de soi présente la facette de l'argent comme moyen d'acquérir un statut ou une reconnaissance sociale. Le facteur Pouvoir/liberté appréhende l'argent comme moyen de pouvoir et de liberté. Enfin, les facteurs Importance accordée à l'argent et Objet du mal montrent une approche sensiblement différente du contenu de l'attitude à l'égard de l'argent. Lors de la première réplique, Tang (1993) catégorise ces différents facteurs selon trois composantes : une composante affective (Importance de l'argent et Objet du mal), une composante cognitive (Accomplissement, Respect des autres/estime de soi, Pouvoir/liberté) et une composante comportementale (Gestion de l'argent). En conclusion, la MES 30 mesure trois facettes de « l'attitude à l'égard de l'argent » : une prédisposition à considérer l'argent comme un moyen d'accomplissement, de respect, de pouvoir et de liberté ; une prédisposition à la gestion rigoureuse ; une évaluation de l'argent d'une part selon l'importance qui lui est accordée, et d'autre part selon la connotation morale qui peut lui être associée. Ces dimensions ont été élaborées et validées dans le contexte culturel anglo-saxon mais aussi dans le contexte Français (Urbain, 2000). Dans cette recherche, nous avons choisi trois items appartenant au facteur Importance de l'argent de l'échelle d'attitude à l'égard de l'argent MES 30 de Tang (1992) adaptée au contexte français. Leurs poids factoriels respectivement sont de 0,68/0,61/0,69. Malgré son poids factoriel, le deuxième item a été supprimé de l'échelle puisqu'il pèse sur deux facteurs et que sa suppression conduit à une structure claire en deux facteurs. Cependant, ceci ne remet pas en question les propriétés métriques notamment sa validité et fiabilité de mesure. Ces trois items ont donc été utilisés pour mesurer l'attitude à l'égard de l'argent.

**Tableau 21 : Echelle de mesure de « l'attitude à l'égard de l'argent »
 mesure proposée de la MES 30 par Tang (1992) : adaptation
 de l'échelle par Urbain (2000) au contexte français**

Attitude à l'égard de l'argent
AA 1 L'argent est important.
AA 2 L'argent est une bonne chose.
AA 3 L'argent est quelque-chose de précieux.

2. Mesure de l'anxiété

Spielberger (1966) a proposé un instrument de mesure de l'anxiété trait et de l'anxiété état appelé STAI qui évalue les deux types d'anxiété à partir de 40 items : le trait concerne l'anxiété ressentie habituellement et l'état concerne l'anxiété ressentie à un instant particulier « juste en ce moment ». Levitt (1967) reconnaît toute la rigueur à la procédure suivie pour élaborer l'instrument. Des scores sont calculés pour positionner les individus en termes de niveau d'anxiété. D'autres outils ont aussi été exploités tels que : l'échelle Hospital and Depression State (HAD), élaborée par Zigmond et Snaith (1983) pour dépister les troubles de l'humeur, axée sur l'anxiété et la dépression ; le questionnaire sur les inquiétudes de Penn State de Meyer ; le questionnaire de Ferreri (Ferreri et *alii*, 1988) permet de concevoir un diagramme d'anxiété à quatre pôles (somatique, relationnel, vigilance, cognitif) ; le questionnaire Bate de Bonis (Bonis et Ferrey, 1975) évaluant l'anxiété trait-état.

Ces outils sont délicats à exploiter pour plusieurs raisons. La première est que le contenu est souvent orienté pour détecter des troubles fortement prononcés de l'anxiété et proches de la dépression. La seconde est que certains sont orientés anxiété trait et anxiété état alors que notre objectif est d'étudier l'anxiété-trait sans tenir compte d'un contexte particulier dans lequel se situe la personne interrogée à un instant donné. La troisième raison est que leur administration nécessite le plus souvent un entretien en face à face alors que notre démarche utilise un questionnaire auto-administré. Pour notre recherche, nous avons donc retenu (Tableau 22) trois items de mesure de l'anxiété cognitive (trait) mesurés et validés par Lemeau-Koehl (2009).

Tableau 22 : Echelle de mesure de l'anxiété-trait (Lemeau-Koehl, 2009)

Anxiété
<i>Indiquez la réponse qui vous caractérise habituellement dans votre vie en général</i>
ANX 1 J'ai un manque de confiance en moi.
ANX 2 Je m'inquiète à propos de choses sans importance.
ANX 3 Je me sens inquiet.

3. Mesure de l'orientation motivationnelle paratélique

Cook et Gerkovich (1993) ont développé l'échelle de dominance paratélique qui comprend trois sous-échelles (recherche d'excitation, caractère enjoué, caractère spontané). Cette recherche retient quatre items de la dimension « enjoué » car la littérature considère le sujet paratélique comme quelqu'un d'enjoué (Cardenal, Sztulman et Schmitt, 2007 ; Fernandez et alii, 2004). Cette dimension reflète plus que les autres dimensions « spontané » et « recherche d'excitation » une orientation motivationnelle paratélique. Nous avons ensuite distingué deux groupes de répondants à partir de la médiane ; individus à forte orientation paratélique et individus à faible orientation paratélique (O'Neil, Craig et Lafreniere, 2013).

Tableau 23 : Echelle de mesure de dominance paratélique développée par Cook et Gerkovich (1993) : traduction et adaptation de l'échelle au contexte français

Orientation motivationnelle paratélique
<i>Indiquez la réponse qui vous caractérise habituellement dans votre vie en général</i>
OP 1 Je fais souvent des choses juste pour le plaisir.
OP 2 Je prends souvent des décisions en fonction de mes impressions du moment.
OP 3 En général, je ne prends pas les choses au sérieux.
OP 4 J'aime prendre chaque jour comme il vient. **

** item éliminé suite à l'étude préliminaire N°3

4. Mesure du sentiment d'efficacité personnelle (variable de contrôle)

Bandura (2002) définit le sentiment d'efficacité personnelle comme « *la confiance en la capacité à mettre en œuvre les moyens requis pour atteindre ses objectifs* ». Il montre que « savoir quoi faire » n'est pas suffisant pour réaliser une tâche, le sujet doit également être confiant en sa capacité à réaliser ce comportement. De nombreux outils d'évaluation de l'efficacité personnelle ont été élaborés, selon l'approche conceptuelle choisie (état général ou au contraire spécifique à une situation donnée), et le domaine de l'étude (les chercheurs ont été contraints d'adapter ou de créer leur propre outil pour le contexte).

Le sentiment d'efficacité générale est un trait personnel relativement stable (Sherer et *alii*, 1982). Les échelles disponibles évaluent ce concept à partir d'une liste de comportements possibles sur des échelles de Likert, par exemple, « J'abandonne facilement » ; « Je peux me faire confiance » ; « L'échec me fait persister encore plus » ; « J'évite de faire face aux difficultés ». La première échelle de ce type (Sherer et *alii*, 1982) a été reprise ou adaptée par de nombreuses recherches (Early et Erez 1991 ; Eden et Kinnar, 1991 ; Pond et Hay, 1989). Cette échelle d'auto-efficacité a été adaptée à divers domaines d'étude tels que la nutrition, l'exercice physique, la résistance à la consommation d'alcool (Schwarzer et Renner, 2000), la régulation des comportements alimentaires (Bandura, 2006) et les comportements financiers (Xiao et *alii*, 2004 ; Lown, 2011). Cela est peu étonnant puisque l'auto-efficacité varie considérablement selon le contexte Bandura (2006), par exemple, on peut avoir une forte confiance dans ses capacités à être un bon manager et, à l'inverse, être faiblement confiant dans ses capacités à être de bons parents (Gomez, 2009).

Deux façons de mesurer le sentiment d'efficacité personnelle sont identifiées dans la littérature. La première met en avant le niveau de confiance et de compétence des participants face à une liste de situations complexes et un ensemble de barrières pour recourir au comportement indésirable (Sallis, Hovell et Hofstetter, 1992 ; Hofstetter, Hovell et Sallis, 1990a ; Hofstetter, Sallis et Hovell, 1990b ; Reynolds et *alii*, 1990 ; McAuley et Jacobson, 1991 ; Poag et McAuley, 1992 ; Xiao et *alii*, 2004 ; DiClemente et *alii*, 1994 ; Ogedegbe et *alii*, 2003 ; Rondeau et *alii*, 2006). La seconde met en exergue leur niveau de confiance et de compétence face à une série de tâches ou d'activités liée au comportement désirable (Lown, 2011 ; Lent, Hill et Hoffman, 2003 ; Işik, 2012 ; Chen, 2003). Ces deux échelles de mesure sont disponibles dans la littérature sur le comportement financier.

Xiao et *alii* (2004) ont ainsi utilisé la première méthode de mesure. Ils ont identifié une liste de situations complexes dans le but de mesurer le niveau de confiance des étudiants à prendre les dispositions nécessaires pour limiter la dette de leur carte de crédit face à ces situations. L'analyse en composante principale a permis de retenir six facteurs présentant une cohérence interne satisfaisante ($\alpha = 0,77$). Cette méthode de mesure ne semble toutefois pas pertinente car elle projette les individus dans des situations dans lesquelles ils ne se sentent pas forcément concernés. Lown (2011) préconise la seconde méthode et procède au développement d'une échelle de mesure du sentiment d'efficacité personnelle adaptée au comportement financier. L'instrument de mesure est développé sur la base de l'échelle *General Self-Efficacy Scale* (Schwarzer et Jerusalem, 1995). L'analyse en composante principale a permis de retenir six items présentant une cohérence interne satisfaisante ($\alpha = 0,76$). Les auteurs ont réalisé une analyse pour mesurer la corrélation entre les items adaptés au contexte financier et les items de l'échelle d'efficacité générale. Les résultats montrent une faible corrélation entre les items de mesure de l'auto-efficacité financière et les items de l'auto-efficacité générale (r de Pearson = 0,373 ; $p < .001$). Cette faible corrélation indique que les deux ensembles d'items de sentiment d'efficacité personnelle (financier vs général) mesure bien deux construits différents.

Dans notre travail doctoral, nous avons choisi d'utiliser cette échelle de mesure du sentiment d'efficacité financier proposée par Lown (2011). Elle a été traduite et présentée par la suite aux experts afin d'améliorer certains de ces items pour une meilleure compréhension.

Tableau 24 : Echelle de mesure du « Sentiment d'efficacité personnelle » mesure proposée par Lown (2011) traduite et adaptée par nos soins

Sentiment d'efficacité personnelle
<i>Pour les prochains mois, dans quelle mesure vous sentez-vous confiant et compétent sur la façon de :</i>
Sep1 gérer mon argent.
Sep 2 planifier mes dépenses.
Sep 3 contrôler mon budget.
Sep 4 anticiper les imprévus financiers.**
Sep 5 prévoir les urgences financières.**

** items éliminés suite à l'étude préliminaire N°3

SECTION 2 : COLLECTE DES DONNEES, COMPOSITION DE L'ECHANTILLON ET METHODE DE TESTS DES HYPOTHESES

Cette section présente dans un premier temps les éléments relatifs au questionnaire, à la procédure de recueil des données et à la composition de l'échantillon final. Dans un second temps, les méthodes d'analyse et de test sont exposées et associées aux hypothèses.

I. Collecte des données et composition de l'échantillon final

Le recueil des données est réalisé au moyen d'un questionnaire mis en ligne sur Internet. Ce questionnaire est similaire pour l'ensemble des répondants. Les caractéristiques de l'échantillon final sont ensuite présentées.

1. Développement du questionnaire

Le questionnaire se compose d'une première partie consacrée aux dimensions de changement et aux variables individuelles que constituent l'anxiété-trait, l'attitude à l'égard de l'argent, l'orientation motivationnelle paratélique et le sentiment d'efficacité personnelle. La deuxième partie comprend les questions sur les stratégies d'approche et d'évitement et sur la balance décisionnelle. En fin de questionnaire, le répondant renseigne sur son genre, son âge, sa situation familiale et son niveau d'étude. Le questionnaire se compose uniquement de questions fermées avec utilisation d'échelles de Likert en sept points allant de « Pas du tout d'accord » à « Tout à fait d'accord ».

2. Procédure de recueil des données

Les données ont été recueillies par questionnaires auto-administrés en ligne sur la période allant de fin décembre 2012 à fin février 2013. Les répondants sont des jeunes adultes étudiants âgés de 19 à 33 ans à l'Institut d'administration des entreprises (IAE) de Lille. Ces répondants proviennent de deux sources web possibles : e-mailing et réseau social. Un e-mailing pour l'ensemble de la base de données disponible a d'abord été envoyé. Le mail a été rédigé afin de leur présenter l'objectif de cette étude, le temps requis pour répondre au questionnaire et spécifier le caractère strictement confidentiel des réponses. Le questionnaire

réalisé par nos soins a été fourni aux responsables informatiques qui se sont eux-mêmes chargés de la conception et de l'envoi du mail. Six jours plus tard, une relance a été effectuée sur l'ensemble des adresses n'ayant pas ouvert l'email.

Pour la source réseau social, l'établissement a sa propre page Facebook contenant plus de 300 « amis ». L'administrateur a donc publié sur son « mur » un lien permettant de répondre au questionnaire, invitant ses « amis » à donner leur avis sur leur gestion budgétaire. Une relance a été effectuée douze jours après par une nouvelle publication sur son « mur ». L'un des principaux avantages de ce type de réseau est la possibilité pour les « amis » de pouvoir partager ce lien avec leurs propres « amis » en publiant ce lien sur leur « mur » personnel. Afin de répondre au questionnaire via ces trois provenances web, il suffisait aux répondants de cliquer sur le lien figurant dans le mail ou sur le « mur » Facebook. Le répondant suivait ainsi la procédure de saisie des réponses et celles-ci étaient automatiquement enregistrées dans une base de données, permettant une exportation au chercheur sous format Excel.

3. Composition de l'échantillon

Le questionnaire en ligne a été élaboré pour qu'aucune donnée manquante ne soit possible car le répondant devait répondre à la totalité des items pour remplir le questionnaire jusqu'à la fin. Seuls les 368 questionnaires ayant été remplis dans leur intégralité ont été enregistrés dans la base de données pour constituer l'échantillon final. L'âge des répondants est compris entre 22 et 29 ans. La taille de l'échantillon est suffisante au regard de nos objectifs.

Tableau 25 : Répartition de l'échantillon selon le sexe, l'âge,

la situation familiale et le niveau d'étude

	Sexe		Age	Situation familiale		Niveau d'étude	
	H	F	Moyenne d'âge	célibataire	En couple	Bac+1/2/3	>Bac+3
N	195	173	22-29 ans	253	115	193	175
(%)	53%	47%		68,8	31,2	52,4	47,6

Notre échantillon final est ainsi composé de 368 répondants dont 53% d'hommes et 47% de femmes. Cela permet l'utilisation des équations structurelles qui nécessite un minimum de 150 répondants (Anderson et Gerbing, 1988) à 200 répondants (Evrard, Pras et Roux, 2003). Par ailleurs, Hair et *alii* (1998) préconisent dix fois plus de répondants que d'énoncés sur l'échelle la plus longue¹¹.

II. Présentation des méthodes d'analyses et de tests

Les méthodes utilisées pour la validation des échelles de mesures sont exposées en premier lieu et sont suivies des analyses et des tests retenus pour tester les hypothèses.

1. Méthodologie de validation des modèles de mesure

Nous présentons dans cette partie les différents moyens de validation des modèles de mesure mis en œuvre dans nos analyses factorielles confirmatoires¹². Certains tests ont été réalisés pour l'ensemble des variables étudiées dans notre recherche à partir du logiciel Amos 20.0 (Arbuckle, 2005 ; Arbuckle et Wothke, 1999).

1.1. Evaluation de la qualité d'un instrument de mesure

La validité de chaque construit est examinée : l'objectif étant d'évaluer si les questions permettent d'appréhender l'ensemble du construit, tel qu'il a été défini, et seulement lui¹³.

¹¹ Notre échelle la plus longue, à savoir celle des stratégies d'approche-évitement, comprend 29 énoncés avant la première collecte : 290 répondants sont donc nécessaires.

¹² Au préalable, plusieurs analyses factorielles exploratoires ont été effectuées. Le paradigme de Churchill (1979) est utilisé pour une majorité des échelles de mesure prise en compte dans notre recherche. Celui-ci démontre la nécessité de commencer la purification des instruments de mesure par une analyse factorielle exploratoire lors d'une première collecte, puis de compléter ces analyses lors d'une deuxième collecte.

¹³ Les échelles de mesure employées dans notre questionnaire ont été préalablement épurées et validées par nos experts avant de procéder aux études préliminaires. Les analyses exploratoires ont été effectuées par le biais d'analyses en composante principale (ACP) dont l'objectif est de résumer le maximum d'information d'origine (variance) en un nombre minimum de facteurs. Ces analyses nous ont notamment permis de mesurer la fiabilité des différents instruments de mesure. La fiabilité des construits, traduit par l'alpha de Cronbach a pour but d'évaluer si les questions posées partagent suffisamment une notion commune pour que le même instrument puisse être généralisé auprès d'un autre échantillon. La correction d'une échelle de mesure s'effectue selon les conditions émises par Hair et *alii* (1998) :

- retirer tout item qui contribue le moins à la formation d'un facteur. En général, on retient qu'une contribution inférieure à 0,5 est trop faible ;
- retirer tout item qui ne peut être interprété (quand les contributions sont proches sur plusieurs facteurs) ;

L'indicateur examiné dans le cadre de nos analyses factorielles confirmatoires est le Rhô de Jöreskog (1971). Il est principalement adapté aux méthodes d'équations structurelles (analyses factorielles confirmatoires) et permet notamment d'intégrer de manière explicite les termes d'erreur. Il se calcule comme suit :

$$\rho = \frac{\left(\sum_{i=1}^k \lambda_i \right)^2}{\left(\sum_{i=1}^k \lambda_i \right)^2 + \sum_{i=1}^k (1 - \lambda_i^2)}$$

k : nombre de paramètres

λ_i : poids standardisés liant les variables de mesure au construit latent

Cet indicateur s'interprète de la façon suivante : plus il se rapproche de 1, meilleure est la fiabilité. Il montre une bonne fiabilité du construit si sa valeur est supérieure à 0,7 ou 0,8 selon les auteurs (Fornell et Larcker, 1981).

1.1.1. Validité confirmatoire

La validité de construit a pour but de vérifier que les items proposés mesurent correctement et uniquement le construit considéré. Deux critères sont à considérer pour examiner la validité interne des variables : *la validité convergente* et *la validité discriminante*.

- *La validité convergente* se réfère à la capacité d'une mesure à fournir des résultats proches de ceux d'autres mesures du même trait. Elle sert à vérifier « si les indicateurs construits sont une bonne représentation du phénomène à étudier » (Evrard, Pras et Roux, 2000, p.294). Une validité convergente satisfaisante peut être en premier lieu considérée lorsque toutes les contributions factorielles sont significatives. La validité convergente sera vérifiée si le test t

-
- retirer tout item lorsque sa contribution est significativement inférieure aux autres items du facteur ;
 - retirer tout item qui est à l'origine d'un affaiblissement de la fidélité de la dimension (α acceptable à partir de 0,6).

Une échelle est dite fiable « lorsqu'elle donne les mêmes résultats lors de mesures répétées quelles que soient les personnes qui l'utilisent et quel que soit le moment où le test est effectué » (Jolibert et Jourdan, 2006). Elle est ainsi concernée par la réduction de la partie aléatoire de l'erreur de mesure (Evrard, Pras et Roux 2003). L'alpha de Cronbach se calcule à l'aide de la formule suivante (k : nombre d'items ; σ_i^2 : variance de l'item i ; σ_{ij} : covariance entre l'item i et l'item j) :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_i \sigma_i^2}{\sum_i \sigma_i^2 + 2 \sum_{i,j} \sigma_{ij}} \right)$$

associé à chacune des contributions factorielles (lien significatif entre une variable latente et un de ses indicateurs) est significatif (supérieure à 1,96) et d'autre part, si le Rhô de la validité convergente est supérieur à 0,5 (Fornell et Larker, 1981). Le Rhô de validité convergente se calcule comme suit :

$$\rho_{vc} = \frac{\sum_{i=1}^n (\lambda_i^2)}{\sum_{i=1}^n (\lambda_i^2) + \sum_{i=1}^n \text{var}(\varepsilon_i)}$$

n : nombre de paramètres

λ_i : poids standardisés liant les variables de mesure au construit latent

ε_i : erreurs de mesure des indicateurs

- La *validité discriminante* se rapporte à la capacité de l'instrument à fournir différents résultats de mesures d'autres traits (Roehrich, 1993). Vérifier qu'une mesure converge avec elle-même n'est pas suffisant, il faut aussi qu'elle se distingue des autres mesures. C'est ce qu'on appelle la validité discriminante. Afin de mesurer cette validité, l'utilisation de la méthode préconisée par Fornell et Larker (1981) est privilégiée. Pour contrôler la validité discriminante des construits, il s'agit de vérifier si la variance partagée entre les variables latentes est inférieure au Rhô de validité convergente. La variance partagée est déterminée par la corrélation entre deux variables latentes élevée au carré. Ainsi, la validité discriminante est évaluée en comparant le Rhô de validité convergente au carré des corrélations entre variables latentes (ou SMC). On considère que si le Rhô est supérieur au carré des corrélations des variables latentes alors la validité discriminante est respectée.

Lorsque cette méthode présente une validité discriminante trop juste, une autre démarche est considérée. Elle consiste à vérifier que le modèle testé, en laissant libre les corrélations entre les différentes variables latentes, est meilleur qu'un modèle où l'on fixerait à 1 les corrélations entre les variables (la différence de Khi-2 des deux modèles doit être significative au regard de la différence de degrés de liberté observée).

1.2. Evaluation des indices d'ajustement

Après avoir analysé ces différents critères, d'autres indicateurs sont étudiés pour évaluer la qualité d'ajustement du modèle théorique aux données empiriques :

- *Les indices d'ajustement absolu* permettant d'évaluer dans quelle mesure le modèle posé a priori reproduit correctement les données collectées (Roussel et alii, 2002). Toutefois, il n'existe pas de référence permettant d'évaluer cet ajustement. Pour cette raison, on se réfère au modèle saturé (modèle qui reproduit exactement la matrice des corrélations observées).

- *Les indices « incrémentaux »* mesurant l'amélioration de l'ajustement en comparant le modèle testé à un modèle nul, c'est-à-dire pour lequel aucune relation structurelle entre les variables n'est supposée (Roussel et alii, 2002).

- *Les indices de parcimonie* étant en pratique des indices d'ajustement absolus ou «incrémentaux » sont modifiés pour tenir compte de la parcimonie du modèle (Roussel et alii, 2002). Ces indices permettent alors de prendre en considération la complexité du modèle à estimer et autorisent la comparaison de plusieurs modèles.

Les indicateurs étudiés dans notre recherche sont donc les suivants :

- Parmi les indicateurs absolus, le ratio du Khi deux sur le degré de liberté¹⁴ (DMIN/DF). De plus, les valeurs du GFI (*Goodness of Fit*) et de l'AGFI (*Adjusted Goodness of Fit*) proposés par Jöreskog et Sörbom (1984) sont aussi relevées. Elles correspondent au pourcentage de variance/covariance expliqué par le modèle, le second indice étant « ajusté » selon les degrés de liberté du modèle (Evrard, Pras et Roux, 2003). Les valeurs GFI supérieures à 0,90 et de l'AGFI supérieures à 0,80 indiquent un bon ajustement du modèle (Medsker, Williams et Holahan, 1994 ; Pedhazur et Schmelkin, 1991). Enfin, le RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) est précisé. Il représente la différence moyenne, par degré de liberté, attendue dans la population totale et non dans l'échantillon. L'un de ses intérêts est donc son indépendance vis-à-vis de la taille de l'échantillon. Browne et Cudek (1993) suggèrent qu'une valeur de RMSEA inférieure ou égale à 0,08 reflète un ajustement raisonnable ;

¹⁴ Car le khi-deux seul est très fortement biaisé par la taille de l'échantillon et la complexité du modèle.

- Trois indicateurs incrémentaux seront présentés : le NFI (*Normed Fit Index*), le TLI¹⁵ (*Tucker Lewis non-normed fit Index*) et le CFI (*Comparative Fit Index*). Le NFI représente la proportion de la covariance totale expliquée par le modèle testé par rapport au modèle de base. Le TLI compare le manque d'ajustement du modèle à tester à celui du modèle nul. Le CFI mesure la diminution relative du manque d'ajustement. Ils sont tous deux non normés, c'est-à-dire que leur valeur peut excéder l'intervalle 0-1 ;

- Enfin, le Chi-deux normé (χ^2/ddl) constituera l'indice de parcimonie retenu. Il peut être utilisé d'une part pour mesurer le degré de parcimonie « absolu » d'un modèle et d'autre part pour distinguer parmi plusieurs modèles lequel est le plus parcimonieux (Roussel et *alii*, 2002).

Tableau 26 : Synthèse des indices d'adéquation retenus et des valeurs critiques¹⁶

Type d'indices	Indice	Valeur critique
Indices absolus	χ^2	Donné à titre indicatif
	GFI	> 0,9 ; (> 0,95 pour Bollen et Long, 1993)
	AGFI	
	RMSEA	< 0,08 : tolérable ; < à 0,06 pour une adéquation étroite avec la méthode d'estimation ML
Indices incrémentaux	NFI	> 0,9 (> 0,95 avec la méthode ML*)
	TLI	> 0,9 (> 0,95 avec la méthode ML)
	CFI	> 0,9 (> 0,95 avec la méthode ML)
Indice de parcimonie	χ^2 / ddl	Le plus faible possible (entre 1 et 3 voire 5)

* ML : Maximum de vraisemblance.

Ces indices sont toutefois impossibles à calculer lorsque le nombre d'indicateurs d'un construit est inférieur ou égal à trois. Pour y remédier, les construits peuvent être étudiés ensemble, notamment par deux ou plus. L'avantage consiste à pouvoir évaluer la validité

¹⁵ Egalement appelé NNFI (Non Normed Fit Index).

¹⁶ Source : adapté de Roussel et *alii*, (2002), Méthodes d'équations structurelles : recherche et applications en gestion, Economica, p.74 et de Jolibert A. et Jourdan A. (2006), Marketing research. Méthodes de recherche et d'études en marketing, Dunod, p.478-479.

discriminante ; le principal inconvénient étant lié à l'impossibilité de calculer les indices d'ajustement pour chaque construit séparément (Kline, 2005). Dans cette recherche, quelques instruments de mesure contiennent moins de trois ou quatre items après épuration. De ce fait, nous procédons à un regroupement par proximité conceptuelle afin d'évaluer la qualité d'ajustement des modèles et la validité discriminante des construits.

2. Méthodes de test des hypothèses

Les hypothèses de recherche sont articulées autour de trois axes :

- Les effets directs de la balance décisionnelle, des dimensions de changement caractéristiques au groupe, de l'attitude à l'égard de l'argent et de l'anxiété (trait) sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement (H1, H2a, H4 et H5) ainsi qu'aux effets directs des dimensions de changement caractéristiques au groupe sur la balance décisionnelle (H2b).
- Les effets indirects de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement (H3).
- Les différences de ces effets directs selon l'orientation motivationnelle paratélique des individus et du genre (H6 et H7).

Avant de procéder au test du modèle et des hypothèses de recherche, plusieurs choix méthodologiques sont nécessaires.

2.1 Test des hypothèses d'influences directes : test du modèle global de relations linéaires

Pour chacun des groupes de personnes obtenus à partir des dimensions de changement, le modèle proposé est testé par équations structurelles. Ce modèle permet de tester les hypothèses d'effets directs de la balance décisionnelle, des dimensions de changement caractéristiques au groupe, de l'attitude à l'égard de l'argent et de l'anxiété (trait) sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement (H1, H2a, H4 et H5) ainsi qu'aux effets directs des dimensions de changement caractéristiques au groupe sur la balance décisionnelle

(H2b).

Pour être applicables, les équations structurelles nécessitent que les données suivent une distribution multi-normale. Mais avant cela, nous vérifions que la distribution des dimensions et indicateurs associés aux concepts des dimensions de changement caractéristiques au groupe, de la balance décisionnelle, de l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété de (trait) ainsi que de la variable à expliquer les stratégies d'approche et d'évitement suivent une loi normale. De plus, il est à considérer que même si la normalité univariée ne garantit pas la multi-normalité, elle permet de s'assurer qu'un éventuel non-respect de la multi-normalité est sans conséquence majeure (Hair et *alii*, 1998).

La normalité est évaluée à partir des coefficients d'asymétrie (Skewness) et d'aplatissement (Kurtosis). Lorsque le coefficient d'asymétrie est égal à 0 alors la distribution est symétrique, inférieur à 0 l'asymétrie tend vers la gauche et supérieur à 0 l'asymétrie tend vers la droite. Quant au coefficient d'aplatissement, s'il est égal à 3 la distribution suit la loi normale, inférieur à 3 la distribution est plus aplatie et supérieur à 3 la distribution est plus concentrée. Néanmoins, sous SPSS, le coefficient d'aplatissement est normalisé en soustrayant la valeur 3. De cette façon, lorsque le coefficient est positif cela signifie que la distribution est « pointue » et négatif cela indique une distribution « écrasée » (Tufféry, 2007). La valeur 0 est ainsi considérée comme une valeur dite « normalisée » pour les deux coefficients de normalité.

Le recours à la modélisation avec les équations structurelles nécessite une définition de la méthode d'estimation à utiliser en plus du respect des hypothèses de base. Dans notre cas, nous avons travaillé avec la méthode de maximum de vraisemblance qui requiert un échantillon de taille moyenne (autour de 200 individus) et le respect de la multi-normalité de variables.

Tableau 27 : Influences directes des déterminants des stratégies de changement d'approche et d'évitement pour un groupe de changement donné : hypothèses et analyses effectuées

Les hypothèses d'influences directes de changement de comportement financier
--

H1 : La balance décisionnelle (avantages, inconvénients) influence les intentions d'utiliser les stratégies de changement d'approche et d'évitement.	Les équations structurelles
H2 : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent (a) la balance décisionnelle et (b) l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.	Les équations structurelles
H4 : L'attitude à l'égard de l'argent influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.	Les équations structurelles
H5 : L'anxiété (trait) influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.	Les équations structurelles

2.2 Test des relations de médiation

La procédure de Preacher et Hayers (2008) est utilisée afin d'étudier les différentes relations de médiation mises en avant dans notre recherche :

- Médiation des avantages de la balance décisionnelle dans la relation dimensions de changement caractéristiques au groupe – stratégies d'approche et d'évitement ;
- Médiation des inconvénients de la balance décisionnelle dans la relation dimensions de changement caractéristiques au groupe – stratégies d'approche et d'évitement.

La procédure de Baron et Kenny est la plus connue et la plus utilisée dans les travaux de recherche pour déterminer si une variable indépendante affecte une variable dépendante à travers une médiatrice. Malgré sa popularité, cette procédure présente des failles et trois points ont été récemment contestés et mis en avant par Zhao, Lynch Jr. et Chen (2011). Premièrement, Baron et Kenny revendiquent le fait que la médiation est plus forte quand il y a un effet indirect mais pas d'effet direct dans l'équation 3. Toutefois, la force de la médiation devrait être mesurée en fonction de la taille de l'effet indirect, et non par l'absence d'effet direct : la présence d'un effet direct devrait alimenter la théorie quant à la présence d'autres médiateurs.

Deuxièmement, il n'y a pas besoin d'un « effet devant être médiatisé » dans l'équation 2. Il devrait y avoir une seule condition pour établir la médiation : que l'effet $a \times b$ soit significatif. D'autres tests que ceux de Baron et Kenny sont utiles pour identifier au préalable le type de médiation considérée. Troisièmement, le test de Sobel a un pouvoir faible

comparativement à un test de bootstrap popularisé par Preacher et Hayes (2004). Suite à cette reconsidération de la procédure de Baron et Kenny réalisée par Zhao, Lynch Jr. et Chen (2011) et aux recommandations de ces derniers, nous remplaçons la procédure de Baron et Kenny « trois tests + Sobel » par un seul et unique test : le test de bootstrap de l'effet indirect a x b. Les hypothèses et tests associés sont ainsi présentés dans le tableau suivant (Tableau 28).

Tableau 28 : Influences indirectes de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement : hypothèse et analyse effectuée

L'hypothèse de médiation de la balance décisionnelle	
H3 : La balance décisionnelle (avantages, inconvénients) médiatise la relation entre la (les) dimension(s) de changement caractéristique(s) du groupe et l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.	Test de bootstrap (médiation, Preacher et Hayers, 2008)

2.3 Test de comparaison multi-groupes

Afin de tester les hypothèses de différences des liens du modèle entre des groupes de répondants, des analyses de cheminement multi-groupes (*multiple-group path analysis*) basées sur la modélisation par équations structurelles ont été effectuées (Bollen, 1989 ; Kline, 2010). En effet, les méthodes d'équations structurelles ont été originellement développées pour permettre d'examiner les relations causales multiples, puis leur usage s'est progressivement étendu aux analyses de validité des construits latents (analyse factorielle confirmatoire), puis aux analyses multi-groupes (ex : Ping, 1995 ; El Akremi, 2005) et aux études longitudinales (ex : Vandenberg, 2002 ; Campoy et Dumas, 2005). Bien que ce type d'analyse statistique puisse s'avérer relativement complexe du point de vue mathématique, il est possible de résumer en affirmant que les équations structurelles représentent essentiellement une spécification hautement structurée de la matrice de covariance par le biais de plusieurs équations de régression simultanées (voir Bollen, 1989 ; Kline, 2010). Ces analyses sont donc plus appropriées que les régressions multiples pour cette étude car plusieurs variables dépendantes sont à considérer simultanément.

Un premier modèle exploratoire a donc d'abord été lancé, séparément pour les personnes ayant une orientation paratélique élevée et les personnes ayant une faible orientation paratélique dans lequel tous les coefficients de stabilité et toutes les relations bidirectionnelles possibles ont été spécifiés. Ce modèle a permis d'éliminer l'ensemble des coefficients non significatifs et d'identifier les relations bidirectionnelles communes aux personnes ayant une forte orientation paratélique et aux personnes ayant une faible orientation paratélique¹⁷, de même que celles uniques aux deux groupes. Par la suite, un modèle multi-groupes basé sur les résultats des personnes ayant une forte orientation paratélique et des personnes ayant une faible orientation paratélique a été testé séparément. Ce modèle a permis de déterminer si l'adéquation aux données était satisfaisante. Il a également servi de base de comparaison pour les modèles suivants. Enfin, dans un autre modèle, toutes les relations bidirectionnelles communes aux personnes ayant une forte orientation paratélique et aux personnes ayant une faible orientation paratélique ont été contraintes à l'égalité. Ces mêmes démarches ont été reproduites pour tester les différences entre les liens du modèle selon le genre.

Tableau 29 : Influences des différences de l'orientation paratélique et du genre sur les liens du modèle de changement de comportement

Les hypothèses de comparaison multi-groupes	
H6 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le degré orientation motivationnelle paratélique.	Analyses multi-groupes
H7 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le genre.	Analyses multi-groupes

SECTION 3 : LES MODELES DE MESURE DES CONSTRUIITS

Cette section concerne l'ensemble des analyses factorielles confirmatoires réalisées. Ces analyses sont naturellement réalisées sur l'échantillon final de 368 personnes. Comme rappelé précédemment, les indices d'ajustement peuvent être calculés lorsque le nombre d'indicateurs par construit est supérieur ou égal à trois. Certains de nos construits ayant moins de trois indicateurs, ils sont étudiés par groupe. Les construits étudiés ensemble sont :

¹⁷ Ces personnes sont considérées dans cette recherche comme ayant une orientation télique dominante, conformément à l'opposition générale télique/paratélique (Apter 1989).

- Les variables à expliquer : les stratégies d'approche et d'évitement,
- Les dimensions de changement : précontemplation, contemplation, action et maintien,
- La variable médiatrice : les avantages et les inconvénients de la balance décisionnelle,
- Les variables individuelles : attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique.

Les résultats des analyses confirmatoires sont alors présentés par groupe étudié.

I. Synthèse des analyses factorielles exploratoires

Des analyses factorielles exploratoires ont été menées à la suite des deux études préliminaires. Le tableau 30 récapitule uniquement les items retenus pour chacune des échelles de mesure, la valeur de l'indicateur de fiabilité (alpha de Cronbach) et le pourcentage de variance expliquée totale.

Tableau 30 : Synthèse des items retenus issus des analyses factorielles exploratoires

Echelle Items retenus¹⁸	Nombre d'items retenus	Alpha de cronbach	% de variance expliquée totale
Stratégies de changement Approche GRP1 ; GRP3 ; LPA3 ; REP4 ; CSP4 ----- Evitement CSN3 ; GRN3 ; LPE3 ; REN4 ; CSN4	10	0,834 0,833	58,057%

¹⁸ Intitulés des items visibles en Section 1.

Dimensions de changement			
Précontemplation P1 ; P3 ; P4 ; P5	4	0,762	58,680%
Contemplation C1 ; C2 ; C3 ; C5	4	0,909	78,608%
Action A1 ; A2 ; A3 ; A5	4	0,713	53,964%
Maintien M1 ; M2 ; M3	3	0,901	83,617%
Balance décisionnelle			
Avantages AVANTG1 ; AVANTG2 ; AVANTG3 -----		0,825	
Inconvénients INCONVT1 ; INCONVT2 ; INCONVT3	6	----- 0,738	71,884%
Attitude à l'égard de l'argent AA1 ; AA2 ; AA3	3	0,796	70,998%
Anxiété ANX1 ; ANX2 ; ANX3	3	0,706	63,113%
Orientation motivationnelle paratélique OP1 ; OP2 ; OP3	3	0,727	67,567%
Sentiment d'efficacité personnelle SEP1 ; SEP2 ; SEP3	3	0,895	82,796%

II. Analyses factorielles confirmatoires

1. Les stratégies d'approche et d'évitement

La mesure des stratégies d'approche et d'évitement utilisée pour cette étude principale est

celle déjà développée, validée et utilisée dans l'étude préliminaire¹⁹. Une analyse factorielle confirmatoire commune aux stratégies de changement positives (approche) et stratégies de changement négatives (évitement) a toutefois été refaite sur les données de l'étude finale. La qualité satisfaisante d'ajustement du modèle est à nouveau confirmée comme indiqué ci-après.

Le CMIN/ddl (= 2,747) est compris entre 1 et 3 (Hair et *alii*, 1998). Les indices GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI sont tous supérieurs à la norme académique fixée à 0,9. Enfin, le RMSEA, bien que supérieur à la limite maximale de 0,05, est inférieur à 1 et reste donc acceptable (Browne et Cudeck, 1993).

Tableau 31 : Qualité d'ajustement du modèle des deux dimensions des variables à expliquer « stratégies d'approche et d'évitement »

Indices d'ajustement	Chi2	CMIN/ddl	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Seuil d'acceptation empirique	Chi non significatif	entre 1 et 3 voire 5	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	< 0,05 - 0,08
Modèle testé	Chi2 = 219,752 p = 0,000	2,747	0,944	0,989	0,977	0,964	0,972	0,060

Pour estimer la fiabilité de l'échelle, nous utilisons deux indicateurs : l'alpha de Cronbach et le Rhô de Jöreskog. Ce dernier présente l'avantage d'être moins sensible au nombre d'items (Didellon et Valette-Florence, 1996). L'alpha de Cronbach obtenu est satisfaisant pour les deux dimensions de l'échelle puisqu'il respecte les préconisations de Nunnally (1967). En effet, il est proche ou supérieur à 0,8 en phase confirmatoire. Le Rhô de Joreskög est également au-dessus du seuil recommandé. Dès lors, nous pouvons conclure à la fiabilité de l'instrument de mesure.

¹⁹ Cf. la section 3 du chapitre 2.

**Tableau 32 : Alpha de Cronbach et Rhô de Jöreskog des deux dimensions
de l'échelle stratégies d'approche-évitement**

Variables à expliquer	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog
Stratégies de changement positives (approche)	0,74	0,85
Stratégies de changement négatives (évitement)	0,77	0,89

La validité convergente s'obtient lorsque que le construit partage 50% de sa variance avec ses mesures, et que, par conséquent, la variance ne résulte pas majoritairement du terme d'erreur (Fornell et Larcker, 1981). Pour ce faire, nous utilisons le Rhô de validité convergente. Les résultats nous permettent de conclure à une bonne validité convergente des deux facteurs puisqu'ils surpassent le seuil de 0,5.

**Tableau 33 : Rhô de validité convergente des deux dimensions
de l'échelle stratégies d'approche et d'évitement**

Variables à expliquer	Rhô de validité convergente
Stratégies de changement positives (approche)	0,57
Stratégies de changement négatives (évitement)	0,62

La validité discriminante est évaluée en comparant le Rhô de validité convergente au carré des corrélations entre variables latentes (ou SMC). On considère que si le Rhô est supérieur au carré des corrélations des variables latentes alors la validité discriminante est respectée.

**Tableau 34 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du
Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes**

Dimensions	Rhô validité convergente	SMC des variables latentes
Stratégies positives (approche)	0,57	0,505
Stratégies négatives (évitement)	0,62	0,505

2. Les dimensions de changement

Une analyse factorielle confirmatoire commune aux quatre dimensions de changement (précontemplation, contemplation, action, maintien) est réalisée sur l'ensemble de leurs items sélectionnés à l'issue des analyses factorielles exploratoires. Le tableau 35 montre que la qualité d'ajustement du modèle est satisfaisante. En effet, le CMIN/ddl (= 2,398) est compris entre 1 et 3. Les indices GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI sont tous supérieurs à la norme académique, à savoir 0,9. Enfin le RMSEA est inférieur au seuil d'acceptabilité de 0,08 et se présente ainsi correct (Browne et Cudeck, 1993).

Tableau 35 : Qualité d'ajustement du modèle des dimensions de changement

Indices d'ajustement	Chi2	CMIN/ddl	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Seuil d'acceptation empirique	Chi non significatif	entre 1 et 3 voire 5	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	< 0,05 - 0,08
Modèle testé	Chi2 = 201,473 p = 0,000	2,398	0,934	0,905	0,928	0,945	0,956	0,062

Pour estimer la fiabilité de l'échelle, nous avons utilisé deux indicateurs : l'alpha de Cronbach et le Rhô de Jöreskog. L'alpha de Cronbach obtenu est satisfaisant pour les quatre dimensions de l'échelle puisqu'il respecte les préconisations de Nunnally (1967) en étant supérieur à 0,8 en phase confirmatoire. Le Rhô de Jöreskog est également au-dessus du seuil recommandé. Dès lors, nous pouvons conclure à la fiabilité de l'instrument de mesure.

Tableau 36 : Rhô de Jöreskog pour les dimensions de changement

Dimensions de changement	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog
Précontemplation	0,76	0,76
Contemplation	0,91	0,91
Action	0,71	0,72
Maintien	0,90	0,90

La validité convergente s'obtient lorsque que le construit partage 50% de sa variance avec ses mesures et que, par conséquent, la variance ne résulte pas majoritairement du terme d'erreur (Fornell et Larcker, 1981). Pour ce faire, nous utilisons le Rhô de validité convergente. Les résultats nous permettent de conclure à une bonne validité convergente des quatre facteurs puisqu'ils surpassent le seuil de 0,5.

**Tableau 37 : Rhô de validité convergente des dimensions
de l'échelle des dimensions de changement**

Dimensions de changement	Rhô de validité convergente
Précontemplation	0,58
Contemplation	0,71
Action	0,56
Maintien	0,72

Le Rhô de validité convergente est supérieur au carré des corrélations entre variables latentes (ou SMC), confirmant ainsi la validité discriminante des mesures des dimensions de changement.

**Tableau 38 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du
Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes**

	Précontemplation (P)	Contemplation (C)	Action (A)	Maintien (M)
	0,58	0,71	0,56	0,72
R ² ij P	1			
R ² ij C	0,519	1	0,516	0,551
R ² ij A	0,523	0,516	1	0,537
R ² ij M	0,548	0,551	0,537	1

3. La balance décisionnelle

Le modèle prend en compte les avantages et les inconvénients de bien gérer ses finances, soit les deux dimensions du construit de la balance décisionnelle. Une analyse factorielle confirmatoire commune à ces deux dimensions est réalisée sur l'ensemble de leurs items sélectionnés à l'issue des analyses factorielles exploratoires. Le tableau 39 montre que la qualité d'ajustement du modèle est satisfaisante. En effet, le CMIN/ddl (= 2,276) est compris entre 1 et 3. Les indices GFI, AGFI, NFI, TLI, CFI sont tous supérieurs à la norme académique à savoir 0,9. Enfin le RMSEA est inférieur au seuil d'acceptabilité de 0,08 et est ainsi correct (Browne et Cudeck, 1993).

Tableau 39 : Qualité d'ajustement du modèle de la balance décisionnelle

Indices d'ajustement	Chi2	CMIN/ddl	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Seuil d'acceptation empirique	Chi non significatif	entre 1 et 3 voire 5	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	< 0,05 - 0,08
Modèle testé	Chi2 = 54,621 p = 0,000	2,276	0,970	0,944	0,963	0,968	0,979	0,059

Pour estimer la fiabilité de l'échelle, nous avons utilisé deux indicateurs : l'alpha de Cronbach et le Rhô de Jöreskog. L'alpha de Cronbach obtenu est satisfaisant pour les trois facteurs puisqu'il respecte les préconisations de Nunnally (1967). En effet, il est proche ou supérieur à 0,8 en phase confirmatoire. Le Rhô de Jöreskog est également au-dessus du seuil recommandé. Dès lors, nous pouvons conclure à la fiabilité de l'instrument de mesure.

Tableau 40 : Rhô de Jöreskog pour la balance décisionnelle

Variables médiatrices	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog
Avantages balance décisionnelle	0,83	0,83
Inconvénients balance décisionnelle	0,74	0,76

La validité convergente s'obtient lorsque que le construit partage 50% de sa variance avec ses mesures et que, par conséquent, la variance ne résulte pas majoritairement du terme d'erreur (Fornell et Larcker, 1981). Pour ce faire, nous utilisons le Rhô de validité convergente. Les résultats nous permettent de conclure à une bonne validité convergente des deux facteurs puisqu'ils surpassent le seuil de 0,5.

Tableau 41 : Rhô de validité convergente de l'échelle de la balance décisionnelle

Variables médiatrices	Rhô de validité convergente
Avantages balance décisionnelle	0,69
Inconvénients balance décisionnelle	0,54

Le Rhô de validité convergente est supérieur au carré des corrélations entre variables latentes (ou SMC), ce qui confirme la validité discriminante des mesures.

Tableau 42 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes

Dimensions	Rhô validité convergente	SMC des variables latentes
Avantages balance décisionnelle	0,69	0,528
Inconvénients balance décisionnelle	0,54	0,528

4. L'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique

Une analyse factorielle confirmatoire des variables individuelles est réalisée sur l'ensemble des items sélectionnés issus des analyses factorielles exploratoires. Ce modèle de mesures comprend ainsi l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique. Comme indiqué dans le tableau 43, le modèle testé présente un bon ajustement des mesures. Le CMIN/ddl (= 4,048) est compris entre 1 et 5. Les indices GFI, AGFI, NFI,

TLI, CFI sont tous supérieurs à la norme académique à savoir 0,9. Enfin, le RMSEA, bien que supérieur à la limite maximale de 0,05, est inférieur à 1 et reste donc acceptable (Browne et Cudeck, 1993).

Tableau 43 : Qualité d'ajustement du modèle de l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique

Indices d'ajustement	Chi2	CMIN/ddl	GFI	AGFI	NFI	TLI	CFI	RMSEA
Seuil d'acceptation empirique	Chi non significatif	entre 1 et 3 voire 5	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	< 0,05 - 0,08
Modèle testé	Chi2 = 8,097 p = 0,017	4,048	0,989	0,945	0,993	0,984	0,995	0,091

Pour estimer la fiabilité de l'échelle, nous avons utilisé deux indicateurs : l'alpha de Cronbach et le Rhô de Jöreskog. L'alpha de Cronbach obtenu est satisfaisant puisqu'il respecte les préconisations de Nunnally (1967). En effet, il est proche ou supérieur à 0,8 en phase confirmatoire. Le Rhô de Jöreskog est également au-dessus du seuil recommandé. Dès lors, nous pouvons conclure à la fiabilité de l'instrument de mesure.

Tableau 44 : Rhô de Jöreskog pour l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique

Variables individuelles	α de Cronbach	Rhô de Jöreskog
Attitude à l'égard de l'argent	0,79	0,79
Anxiété (trait)	0,71	0,73
Orientation motivationnelle paratélique	0,73	0,73

La validité convergente s'obtient lorsque que le construit partage 50% de sa variance avec ses mesures et que, par conséquent, la variance ne résulte pas majoritairement du terme d'erreur (Fornell et Larcker, 1981). Pour ce faire, nous utilisons le Rhô de validité convergente. Les

résultats nous permettent de conclure à une bonne validité convergente pour la variable attitude envers le message puisqu'ils dépassent le seuil de 0,5.

Tableau 45 : Rhô de validité convergente de l'échelle de l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait) et l'orientation motivationnelle paratélique

Variables individuelles	Rhô de validité convergente
Attitude à l'égard de l'argent	0,74
Anxiété (trait)	0,59
Orientation motivationnelle paratélique	0,54

Le Rhô de validité convergente est supérieur au carré des corrélations entre variables latentes (ou SMC), ce qui confirme la validité discriminante des mesures.

Tableau 46 : Appréciation de la validité discriminante de l'échelle par comparaison du Rhô de validité convergente et des SMC des variables latentes

	Attitude à l'égard de l'argent	Anxiété (trait)	Orientation paratélique
	0,74	0,59	0,54
R ² ij Attitude à l'égard de l'argent	1		
R ² ij Anxiété (trait)	0,585	1	0,504
R ² ij Orientation paratélique	0,513	0,504	1

* *
*

Ce chapitre a permis de présenter la méthodologie de cette recherche et en particulier la méthode de collecte des données, l'échantillon, les différents instruments de mesure utilisés et les méthodes envisagées pour tester les hypothèses. Les résultats des analyses factorielles exploratoires ont été présentés ainsi que ceux des analyses factorielles confirmatoires. Ces résultats sont satisfaisants et conduisent aux analyses et aux tests d'hypothèses présentés au chapitre suivant.

PREMIERE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES,
MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 1 - COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET
MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

Chapitre 2 - RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT
DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Chapitre 3 – MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS
ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

Chapitre 4 - METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Chapitre 5 - PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 6- DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE
RECHERCHE

CHAPITRE 5

PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

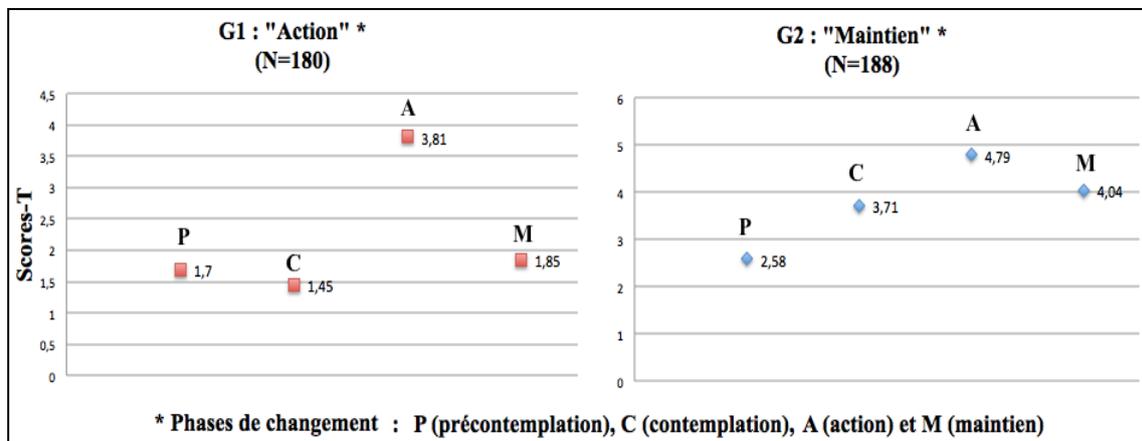
Ce chapitre présente et discute les résultats de la recherche quantitative. Il comprend quatre sections. La première présente les résultats de l'identification des groupes de changement. Construits à partir des dimensions de changement du modèle transthéorique (précontemplation, la contemplation, l'action et le maintien). Dans un second temps, nous examinons la variation des composantes du modèle de changement de comportement et de la variable de contrôle selon les profils obtenus. La modélisation par les équations structurelles des déterminants des stratégies d'approche et d'évitement pour chacun des groupes de changement identifiés. La troisième section présente les résultats, pour chaque groupe de changement, des tests des hypothèses relatives au rôle médiateur de la balance décisionnelle. La quatrième section concerne les résultats des influences du degré d'orientation paratélique et du genre par approche multi-groupes d'équations structurelles.

SECTION 1 : IDENTIFICATION DES GROUPES DE CHANGEMENT

Les groupes de changement ont été identifiés à partir des dimensions de changement en suivant les recommandations des auteurs de l'Université du *Rhode Island* critiquant la rigidité des séquences du modèle transthéorique initial (Brodeur, 2006 ; Sullivan, 1998 ; Prochaska, DiClemente et Norcross, 1992). Conformément à ces recommandations, la technique du regroupement hiérarchique a été retenue pour classer les répondants dans des groupes homogènes (Brodeur, 2006). La typologie des répondants est donc fondée sur la base de leurs réponses aux dimensions de précontemplation, de contemplation, d'action et de maintien. Cette technique est conçue pour classer des objets ayant des propriétés similaires (Everitt, 1993). Elle permet d'abord de regrouper les individus qui partagent les mêmes caractéristiques en mesurant la distance relative qui les sépare les uns des autres. Les groupes ainsi formés sont ensuite fusionnés par étapes successives, le chercheur ayant la tâche de déterminer à quelle étape il veut arrêter le processus de fusion. Dans le cadre de la présente étude, la distance euclidienne au carré a été choisie comme mesure de distance entre les

objets, alors que la méthode de Ward a été employée pour présider à la fusion des groupes. Le dendrogramme montre les différents niveaux de regroupements des répondants selon leur proximité. La lecture de cet arbre hiérarchique met en avant l'existence de deux segments appelés "Action" et "Maintien" sur la base de leur profil. Le groupe "Action" comprend les personnes engagées dans le changement de comportement mais n'ayant pas cessé les dépenses excessives ; le groupe "Maintien" comprend les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts (action). Afin d'évaluer la stabilité des groupes, nous avons procédé à une deuxième analyse typologique à l'aide de la méthode *k-means*. L'indice Rand²⁰ (Youness et Saporta, 2009) est calculé pour chaque groupe : 0,88 pour le premier groupe et 0,85 pour le deuxième, ce qui valide la partition.

Figure 22 : Groupes de changement identifiés



Pour le groupe G2 "Maintien", la dimension maintien est nettement supérieure à celle de l'autre groupe ($M_{MaintienG1} = 1,85 < M_{MaintienG2} = 4,04$; $F = 281,105$; $p < 0,01$). Ce groupe "Maintien" fait davantage d'efforts (action) que le groupe G1 "Action" ($M_{ActionG1} = 3,81 < M_{ActionG2} = 4,79$; $F = 62,107$; $p < 0,01$).

Une fois les groupes de changement identifiés, plusieurs analyses statistiques ont été réalisées pour, d'une part analyser les différences sociodémographiques et, d'autre part, pour étudier la variation des principales composantes du modèle de changement de comportement financier selon les profils obtenus. Ces principales composantes sont les stratégies de changement, la

²⁰ L'indice Rand (1971) mesure la similarité entre deux partitions d'un ensemble. Il prend ses valeurs dans l'intervalle [0;1] et vaut 1 dans le cas de partitions identiques :

$$R = \frac{2 \sum_{u,v} n_{uv}^2 - \sum_u n_u^2 - \sum_v n_v^2 + n^2}{n^2}$$

balance décisionnelle et le sentiment d'efficacité personnelle retenu comme variable de contrôle dans cette recherche. Pour déterminer les caractéristiques sociodémographiques notamment le sexe, la situation familiale, le niveau d'étude et l'âge des répondants des deux groupes de changement, des tests de khi-deux et des analyses de variance sont établis.

Tableau 47 : Tableau croisé

Groupes de changement	Sexe		Situation familiale		Niveau d'étude	
	H	F	Célibataire	En couple	Bac+1/2/3	Bac > 3
G1 : Action	97	88	134	54	51	137
G2 : Maintien	98	85	119	61	42	138
X² de Pearson	0,391 n.s.		1,142 n.s.		0,701 n.s.	

n.s. non significatif

Tableau 48 : ANOVA : Âge

Variable dépendante : Âge			
Test d'égalité des variances des erreurs de Levene			
F = 0,371		P = 0,543 n.s.	
Facteur	ddl	F	P
Groupe de changement (G1 vs G2)	1	0,190	0,663 n.s.

n.s. non significatif

Les résultats des tests de khi-deux et des analyses de variance ne sont pas statistiquement significatifs. Les deux groupes de changement ont les mêmes caractéristiques démographiques. Ainsi, nous pouvons dire que les différences entre les deux segments résident plutôt dans leur habitude de dépenses, leur style de vie et leur positionnement sur la trajectoire du comportement financier et ne dépendent pas de leur profil démographique.

Après avoir regroupé les individus dans des groupes homogènes, des analyses de variance ont été réalisées pour comparer les moyennes entre les deux groupes et les variables stratégies d'approche, stratégies d'évitement, balance décisionnelle et sentiment d'efficacité personnelle (variable de contrôle). Un test de Levene a été effectué avant chaque analyse de manière à s'assurer de l'homogénéité des variances.

Nous procédons, d'abord, à des analyses de variance entre les deux groupes de changement et les stratégies d'approche et d'évitement. Au préalable, nous précisons que les tests d'homogénéité des variances ne sont pas significatifs ce qui remplit les conditions d'utilisation de l'ANOVA.

Tableau 49 : ANOVA : Stratégies de changement négatives (évitement)

Variable dépendante : Stratégies de changement négatives			
Test d'égalité des variances des erreurs de Levene			
F = 3,874		P = 0,050 n.s.	
Facteur	ddl	F	P
Groupe de changement (G1 vs G2)	1	30,641	0,000***

*** $p < 0,01$; n.s. non significatif

Tableau 50 : ANOVA : Stratégies de changement positives (approche)

Variable dépendante : Stratégies de changement positives			
Test d'égalité des variances des erreurs de Levene			
F = 3,593		P = 0,050 n.s.	
Facteur	ddl	F	P
Groupe de changement (G1 vs G2)	1	0,143	0,706 n.s.

n.s. non significatif

Tout d'abord, le test de Levene, dont l'objectif est de tester l'égalité des variances, est correct pour les deux variables dépendantes notamment les stratégies de changement négatives (évitement) et les stratégies de changement positives (approche). En effet, l'égalité des variances peut être retenue si la valeur p renvoyée par le test est supérieure au seuil fixé, soit 0,01 (1%). Etant donné que $p = 0,050$, aussi bien pour les stratégies d'approche que pour les stratégies d'évitement, l'interprétation de l'ANOVA est possible.

La relation entre les deux groupes de changement et les stratégies de changement négatives (évitement) est statistiquement significative à $p < 0,01$. En effet, les deux groupes de changement diffèrent sur le score de maintien où nous pouvons parfaitement constater que le deuxième groupe a un score largement plus élevé sur la dimension de maintien comparé au premier groupe ($MM_{\text{MaintienG1}} = 1,85 < MM_{\text{MaintienG2}} = 4,04$). Les résultats montrent que le

deuxième groupe G2 : "Maintenance" a l'intention d'adopter plus de stratégies de changement négatives (évitement) que le premier groupe G1 : "Action" ($M_{Stratégies\ négatives\ G1} = 3,31 < M_{Stratégies\ négatives\ G2} = 4,04$; $F = 30,641$; $p < 0,01$). En maintien, les individus s'efforcent de continuer à pratiquer les comportements qu'ils ont acquis et se concentrent plus sur les moyens nécessaires afin d'éviter les rechutes en favorisant la mise en place de stratégies négatives, à savoir éviter les achats « coup de cœur ». En revanche, les résultats montrent qu'il existe une relation non significative entre les deux groupes de changement G1 : "Action" ; G2 : "Maintenance" et les stratégies de changement positives (approche). En effet, les deux groupes de changement sont caractérisés tous les deux par un score élevé sur le stade d'action ($M_{Action\ G1} = 3,81$; $M_{Action\ G2} = 4,79$). De ce fait, il n'y a pas de différence significative entre les deux groupes et les stratégies d'approche, à savoir mettre de l'argent de côté de façon régulière.

Des analyses de variance ont ensuite été réalisées entre les deux groupes de changement et les deux dimensions de la balance décisionnelle (les avantages et les inconvénients).

Tableau 51 : ANOVA : Avantages de la balance décisionnelle

Variable dépendante : Avantages de la balance décisionnelle			
Test d'égalité des variances des erreurs de Levene			
F = 0,105		P = 0,747 n.s.	
Facteur	ddl	F	P
Groupe de changement (G1 vs G2)	1	7,069	0,008***

*** $p < 0,01$; n.s. non significatif

Tableau 52 : ANOVA : Inconvénients de la balance décisionnelle

Variable dépendante : Inconvénients de la balance décisionnelle			
Test d'égalité des variances des erreurs de Levene			
F = 0,107		P = 0,744 n.s.	
Facteur	ddl	F	P
Groupe de changement (G1 vs G2)	1	51,573	0,000***

*** $p < 0,01$; n.s. non significatif

Le test de Levene est correct pour les deux variables que sont les avantages et les inconvénients de la balance décisionnelle. En effet, l'égalité des variances peut être retenue si la valeur p renvoyée par le test est supérieure au seuil fixé, soit 0,01 (1%). Etant donné que $p = 0,747$, pour les avantages de la balance décisionnelle et $p = 0,744$, pour les inconvénients de la balance décisionnelle, l'interprétation de l'ANOVA est possible.

Les résultats montrent une relation significative entre les deux groupes de changement et les deux dimensions avantages et inconvénients de la balance décisionnelle. En effet, le deuxième groupe G2 : "Maintenance" perçoit moins les bénéfices de bien gérer ses finances personnelles ($M_{avantagesG1} = 5,71 > M_{avantagesG2} = 5,40$; $F = 7,069$; $p < 0,01$) et se concentre plus sur les coûts de bien gérer ses finances par rapport au premier groupe G1 : "Action" ($M_{inconvénientsG1} = 2,13 < M_{inconvénientsG2} = 3,11$; $F = 51,573$; $p < 0,01$). Cette crainte de rechute éprouvée par le deuxième groupe (ayant un score élevé sur le facteur maintien par rapport au premier groupe) peut s'expliquer par le fait que ce dernier se concentre plus sur les inconvénients de bien gérer son argent plutôt que sur les avantages, contrairement au premier groupe.

Sentiment d'efficacité personnelle (variable de contrôle)

Tout comme la balance décisionnelle, le sentiment d'efficacité personnelle est généralement regardé dans le modèle transthéorique comme une variable intermédiaire garante d'une progression entre les phases. Cette variable avait donc été retenue comme variable de contrôle. Une analyse de variance entre les deux groupes de changement et le sentiment d'efficacité personnelle est réalisée.

Tableau 53 : ANOVA : Sentiment d'efficacité personnelle

Variable dépendante : Sentiment d'efficacité personnelle			
Test d'égalité des variances des erreurs de Levene			
F = 3,899		P = 0,050 n.s.	
Facteur	ddl	F	P
Groupe de changement (G1 vs G2)	1	87,697	0,001***

*** $p < 0,01$; n.s. non significatif

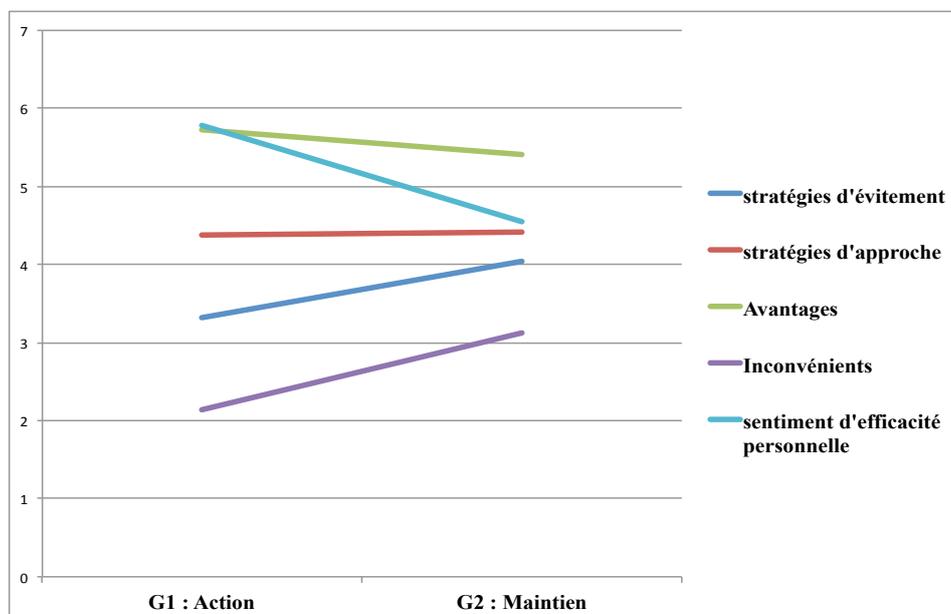
Le test de Levene est correct pour la variable dépendante le sentiment d'efficacité personnelle. En effet, l'égalité des variances peut être retenue si la valeur p renvoyée par le test est supérieure au seuil fixé, soit 0,01 (1%). Etant donné que $p = 0,050$, l'interprétation de l'ANOVA est possible.

Les résultats montrent que le deuxième groupe G2 : "*Maintien*" a un sentiment d'efficacité personnelle plus faible par rapport au premier groupe G1 : "*Action*" ($MSEPG1 = 5,78 > MSEPG2 = 4,54$; $F = 87,697$; $p < 0,01$). En effet, le maintien se caractérise par des tentations persistantes à recourir à leurs anciens comportements et peut les mener à la rechute. Le deuxième groupe dispose d'un score plus élevé sur le facteur maintien que le premier groupe et leur sentiment d'auto-efficacité est plus faible, ce qui est en cohérence avec les résultats des recherches antérieures.

L'ensemble des résultats permet de conclure que :

- Le premier groupe G1 : "*Action*" a un sentiment d'efficacité personnelle plus élevé et perçoit nettement plus les avantages de bien gérer son argent que les inconvénients qui peuvent en résulter. Il a plus tendance à adopter les stratégies de changement positives (approche), notamment mettre de l'argent de côté de façon plus régulière, comparé aux stratégies de changement négatives (évitement) à savoir contrôler les dépenses excessives.
- Pour le deuxième groupe G2 : "*Maintien*", les rechutes sont évitées par utilisation des stratégies négatives (par exemple, évitement des situations à risque de dépenses élevées) et par la focalisation sur les inconvénients plutôt que sur les avantages de bien gérer son argent (balance décisionnelle). Ce maintien entraîne aussi des tentations persistantes de recours aux comportements à risque et le sentiment d'efficacité personnelle est plus faible pour les membres de ce groupe. Ce même groupe dispose également d'une forte intention d'adopter les stratégies de changement positives (approche) car il a aussi un score élevé en action.

Figure 23 : Variation des principales composantes du modèle transthéorique selon les groupes de changement identifiés



SECTION 2 : MODELISATION PAR LES EQUATIONS STRUCTURELLES DES DETERMINANTS DES STRATEGIES D'APPROCHE ET D'EVITEMENT DES GROUPES DE CHANGEMENT (H1, H2, H4 et H5)

Cette section présente et discute les résultats de la modélisation par équations structurelles des déterminants des stratégies d'approche et d'évitement pour chacun des groupes de changement obtenus. Pour rappel, deux groupes de changement ont été identifiés notamment "Action" et "Maintien". Pour chacun de ces groupes, les hypothèses destinées à identifier les antécédents des stratégies d'approche et d'évitement sont ainsi testées et discutées :

- La première hypothèse porte sur la relation balance décisionnelle – stratégies d'approche et d'évitement (hypothèse H1),
- La deuxième hypothèse appréhende l'influence des dimensions caractéristiques du groupe sur la balance décisionnelle (hypothèse H2a) et sur les stratégies d'approche et d'évitement (hypothèse H2b) respectivement,
- La troisième hypothèse considère l'influence de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies d'approche et d'évitement (hypothèse H4),
- La quatrième hypothèse teste l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche et

d'évitement (hypothèse H5).

Cette section se présente en deux parties. Premièrement, le test des modèles de changement intégrant les principaux déterminants des stratégies d'approche et d'évitement est exposé. Au préalable, la normalité des variables est vérifiée. Ensuite, l'analyse de modélisation des équations structurelles des différentes hypothèses H1, H2, H4 et H5 sur les groupes de changement est présentée. Deuxièmement, la discussion des résultats est abordée.

I. Test des modèles de changement de comportement financier

1. La normalité des variables

Pour être applicables, les équations structurelles nécessitent que les données suivent une distribution multi-normale. Ainsi, nous vérifions la distribution normale de chacun des items propres aux différentes variables du modèle. Pour cela, nous procédons en cinq étapes à savoir une première étape consacrée à l'évaluation de la normalité des variables observées propres au concept des stratégies de changement, une seconde étape relative aux dimensions de changement caractéristiques au groupe, une troisième étape destinée à examiner les variables associées à la balance décisionnelle, une quatrième étape liée à la variable attitude à l'égard de l'argent et une cinquième étape associée à la variable anxiété (trait).

1.1 La normalité des variables associées aux stratégies de changement

Les résultats montrent que les coefficients d'asymétrie (Skewness) sont à la fois négatifs et positifs et évoluent entre -1 et 1. L'asymétrie tend aussi bien vers la gauche que vers la droite quels que soient les items. Quant aux coefficients d'aplatissement (Kurtosis), ils varient entre -0,8 et 0,9, c'est-à-dire que selon les items, la distribution est plus aplatie ou plus concentrée que la loi normale.

Tableau 54 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour les dimensions des stratégies de changement

Dimensions	Items	Asymétrie	Aplatissement
Stratégies d'approche	GRP1	-0,447	0,682

	GRP3	0,429	-0,523
	LPA3	-0,507	-0,542
	REP4	-0,141	0,356
	CSP4	-0,761	-0,511
Stratégies d'évitement	CSN3	-0,412	0,966
	GRN3	0,362	-0,813
	LPE3	0,472	-0,411
	REN4	-0,711	0,496
	CSN4	-0,634	0,754

1.2 La normalité des variables associées aux dimensions de changement

Les résultats démontrent que les coefficients d'asymétrie et d'aplatissement présentent essentiellement des valeurs proches de la valeur absolue de 0. Les valeurs d'asymétrie oscillent entre -0,5 et 0,7. Quant aux valeurs d'aplatissement, elles varient entre -0,9 et 0,5 c'est-à-dire que selon les items, la distribution est plus aplatie ou plus pointue que la loi normale.

Tableau 55 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour les dimensions de changement caractéristiques au groupe

Dimensions	Items	Asymétrie	Aplatissement
Action	A1	-0,300	-0,947
	A2	-0,211	-0,797
	A3	-0,567	-0,461
	A5	-0,207	0,531
Maintien	M1	0,450	0,177
	M2	0,724	-0,569
	M3	0,657	-0,643

1.3 La normalité des variables associées à la balance décisionnelle

Les variables observées associées à la balance décisionnelle présentent dans l'ensemble des coefficients d'asymétrie négatifs compris entre 0 et -1. Les distributions s'avèrent ainsi asymétriques vers la gauche. Par contre, les coefficients d'aplatissement présentent la particularité d'être tous positifs et varient entre 0 et 0,9. Les distributions des items sont alors plus concentrées ou plus « pointues » que la loi normale.

Tableau 56 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour les dimensions de la balance décisionnelle

Dimensions	Items	Asymétrie	Aplatissement
Avantages	AVANTG1	-0,776	0,997
	AVANTG2	-0,648	0,399
	AVANTG3	-0,450	0,505
Inconvénients	INCONVT1	-0,978	0,095
	INCONVT2	-0,653	0,969
	INCONVT3	-0,564	0,743

1.4 La normalité de la variable attitude à l'égard de l'argent

Les coefficients d'asymétrie pour l'ensemble des indicateurs de la variable attitude à l'égard de l'argent sont négatifs compris entre 0 et -1. Les distributions s'avèrent ainsi asymétriques vers la gauche. Quant aux indicateurs d'aplatissement, ils varient entre -0,6 et 0,6 c'est-à-dire que, selon les items, la distribution est plus aplatie ou plus concentrée que la loi normale.

Tableau 57 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour l'attitude à l'égard de l'argent

Dimensions	Items	Asymétrie	Aplatissement
Attitude à l'égard de l'argent	AA1	-0,940	0,640
	AA2	-0,514	-0,056
	AA3	-0,234	-0,678

1.5 La normalité de la variable anxiété (trait)

Les indicateurs de la variable anxiété (trait) ont, pour l'ensemble, des coefficients d'asymétrie positifs compris entre 0 et 1. Les distributions s'avèrent ainsi asymétriques vers la droite. Par contre, les coefficients d'aplatissement présentent la particularité d'être tous négatifs et varient entre 0 et -0,9. Les distributions des items sont alors plus aplaties ou plus « écrasées » que la loi normale.

Tableau 58 : Vérification de la normalité des indicateurs observés pour l'anxiété (trait)

Dimensions	Items	Asymétrie	Aplatissement
Anxiété (trait)	ANX1	0,555	-0,627
	ANX2	0,259	-0,948
	ANX3	0,534	-0,720

2. L'analyse de modélisation des équations structurelles sur les groupes de changement

Pour chacun des deux groupes identifiés, une modélisation par équations structurelles (MES) a été réalisée pour tester les hypothèses posées et comparer les résultats pour les groupes. Rappelons que le premier groupe dispose d'un niveau élevé en action et les niveaux des autres dimensions sont faibles. Par conséquent, seule l'action est introduite dans le modèle 1. Le second groupe possède des niveaux élevés en maintien et en action et ces deux variables sont donc intégrées dans le modèle 2. Les indices de qualité de l'ajustement des deux modèles (χ^2 , χ^2 /ddl, GFI, AGFI, NFI, CFI et RMSEA) sont présentés.

Tableau 59 : Qualité d'ajustement des modèles structurels des construits relatifs aux deux groupes identifiés

Indices d'ajustement	Chi2	CMIN/ddl	GFI	AGFI	NFI	CFI	RMSEA
Seuil d'acceptation empirique	Chi non significatif	entre 1 et 3 voire 5	> 0,9	> 0,9	> 0,9	> 0,9	< 0,05 - 0,08

Modèle testé 1 G1 : Action	Chi2 = 819,1 p = 0,000	2,815	0,90	0,85	0,83	0,91	0,075
Modèle testé 2 G2 : Maintien	Chi2 = 830,5 p = 0,000	2,288	0,90	0,90	0,84	0,92	0,063

Leurs tests khi-carré respectifs sont significatifs (χ^2 G1 = 819,1 ; ddl = 291 ; $p < 0,001$ / χ^2 G2 = 830,5 ; ddl = 363 ; $p < 0,001$), ce qui était attendu étant donné la taille de l'échantillon (Anderson et Gerbing, 1988). En revanche, le ratio χ^2 /ddl est de 2,81 pour le modèle 1 et de 2,28 pour le deuxième groupe, ce qui est satisfaisant (Bentler, 1980 ; Byrne, 1994). Les indices d'ajustement GFI et AGFI sont suffisants (GFI G1 = GFI G2 = 0,90 ; AGFI G1 = 0,85 / AGFI G2 = 0,90). Les indices comparatifs (NFI G1 = 0,83 / NFI G2 = 0,84 ; CFI G1 = 0,91 / CFI G2 = 0,92) sont bons et permettent de conclure favorablement à l'ajustement entre l'estimation des deux modèles et leur structure de covariance trouvée dans la matrice des données empiriques (Byrne, 1994 ; Bentler, 2005). Enfin, l'analyse des résidus de covariance montre également que l'approximation de la structure de covariance pour les variables est acceptable (RMSEA G1 = 0,075 / RMSEA G2 = 0,063). Nous pouvons donc conclure favorablement à l'ajustement entre l'estimation des deux modèles et leur structure de covariance trouvée dans la matrice des données (Bentler, 2005). Par conséquent, nous pouvons évaluer les estimations des paramètres afin de vérifier les hypothèses de recherche H1, H2, H4 et H5.

**Tableau 60 : Résultats structurels liés aux hypothèses H1, H2, H4 et H5
pour le modèle 1 (G1 : Action)**

Relations structurelles	Valeur du test T	P	Coefficient standardisé
H1 : Balance décisionnelle-Stratégies de changement			
Avantages → Stratégies d'approche	7.172	P<0.001	0.691
Avantages → Stratégies d'évitement	3.223	P<0.001	0.349
Inconvénients → Stratégies d'approche	-2.621	P<0.001	-0.223
H2a : Dimension(s) de changement-Balance décisionnelle			
Action → Inconvénients	1.688	P<0.1	0.130
H2b : Dimension(s) de changement-Stratégies de changement			
Action → Stratégies d'approche	2.678	P<0.001	0.281
Action → Stratégies d'évitement	1.747	P<0.05	0.193
H4 : Attitude à l'égard de l'argent-Stratégies de changement			
Attitude à l'égard de l'argent → Stratégies d'approche	2.152	P<0.05	0.184
Attitude à l'égard de l'argent → Stratégies d'évitement	2.168	P<0.05	0.199

H5 : Anxiété (trait) - Stratégies de changement			
Anxiété (trait) → Stratégies d'approche	2.999	P<0.001	0.270
Anxiété (trait) → Stratégies d'évitement	2.116	P<0.001	0.258

**Tableau 61 : Résultats structurels liés aux hypothèses H1, H2, H4 et H5
pour le modèle 2 (G2 : Maintien)**

Relations structurelles	Valeur du test T	P	Coefficient standardisé
H1 : Balance décisionnelle-Stratégies de changement			
Avantages → Stratégies d'approche	3.297	P<0.001	0.481
Avantages → Stratégies d'évitement	4.516	P<0.001	0.488
Inconvénients → Stratégies d'approche	-3.910	P<0.001	-0.500
Inconvénients → Stratégies d'évitement	-3.667	P<0.001	-0.392
H2a : Dimension(s) de changement-Balance décisionnelle			
Action → Avantages	3.337	P<0.001	0.381
Action → Inconvénients	3.402	P<0.001	0.376
Maintien → Avantages	1.632	P<0.1	0.155
H2b : Dimension(s) de changement-Stratégies de changement			
Action → Stratégies d'approche	2.178	P<0.001	0.247
Action → Stratégies d'évitement	2.421	P<0.001	0.276
H4 : Attitude à l'égard de l'argent-Stratégies de changement			
Attitude à l'égard de l'argent → Stratégies d'approche	2.866	P<0.05	0.160
Attitude à l'égard de l'argent → Stratégies d'évitement	2.436	P<0.05	0.159
H5 : Anxiété (trait) - Stratégies de changement			
Anxiété (trait) → Stratégies d'approche	2.575	P<0.001	0.288
Anxiété (trait) → Stratégies d'évitement	2.298	P<0.001	0.293

L'hypothèse H1 proposait que la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) influence les intentions d'utiliser les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Les résultats obtenus nous permettent de confirmer cette hypothèse. En effet, plus le premier groupe G1 : "Action" se concentre sur les avantages de bien gérer son argent, plus il a l'intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = 0.691^{***}$) et d'évitement ($\beta = 0.349^{***}$). Plus ce dernier considère les inconvénients de bien gérer son argent moins il a l'intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = -0.223^{***}$). De même, plus le deuxième groupe G2 : "Maintien" considère les avantages de bien gérer son argent, plus ce dernier a l'intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = 0.481^{***}$) et les stratégies d'évitement ($\beta = 0.488^{***}$). Plus celui-ci se focalise sur les inconvénients de bien gérer son argent, moins il a l'intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = -0.500^{***}$) et d'évitement ($\beta = -0.392^{***}$).

L'hypothèse H2(a) considérait que les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent la balance décisionnelle (avantages, inconvénients). Les résultats montrent que l'intensité d'action qui caractérise le profil du premier groupe impacte positivement son évaluation des inconvénients de bien gérer son argent ($\gamma = 0.130^*$). Celle-ci n'est pas significative sur l'évaluation des avantages de bien gérer son argent. Les intensités d'action et de maintien qui caractérisent le profil du deuxième groupe ont un impact significatif sur l'évaluation des avantages de bien gérer son argent successivement ($\gamma = 0.376^{***}$; $\gamma = 0.155^*$). De plus, l'intensité d'action, qui caractérise le profil du deuxième groupe a un effet positif sur l'évaluation des inconvénients de bien gérer son argent ($\gamma = 0.376^{***}$) alors que l'intensité de maintien n'est pas significative. Ainsi, nous pouvons conclure que l'hypothèse H2(a) est confirmée. L'hypothèse H2(b) proposait que les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Il ressort de l'analyse que l'action qui caractérise le profil du premier groupe a une influence significativement positive sur les stratégies d'approche ($\beta = 0.281^{***}$) et d'évitement ($\beta = 0.193^{**}$). L'action qui caractérise le profil du deuxième groupe influence positivement son intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = 0.247^{***}$) et d'évitement ($\beta = 0.276^{***}$) alors que l'effet du maintien n'est pas significatif²¹. En outre, ceci confirme notre hypothèse H2(b).

L'hypothèse H4 postulait que l'attitude à l'égard de l'argent influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Les résultats montrent que plus l'attitude à l'égard de l'argent des personnes appartenant au premier groupe "*Action*" est élevée, plus leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche ($\beta = 184^{**}$) et d'évitement ($\beta = 199^{**}$) est forte. Cette hypothèse est également validée pour les personnes appartenant au deuxième groupe "*Maintien*". En effet, plus leur attitude à l'égard de l'argent est élevée plus ces personnes du groupe "*Maintien*" ont l'intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = 160^{**}$) et d'évitement ($\beta = 159^{**}$).

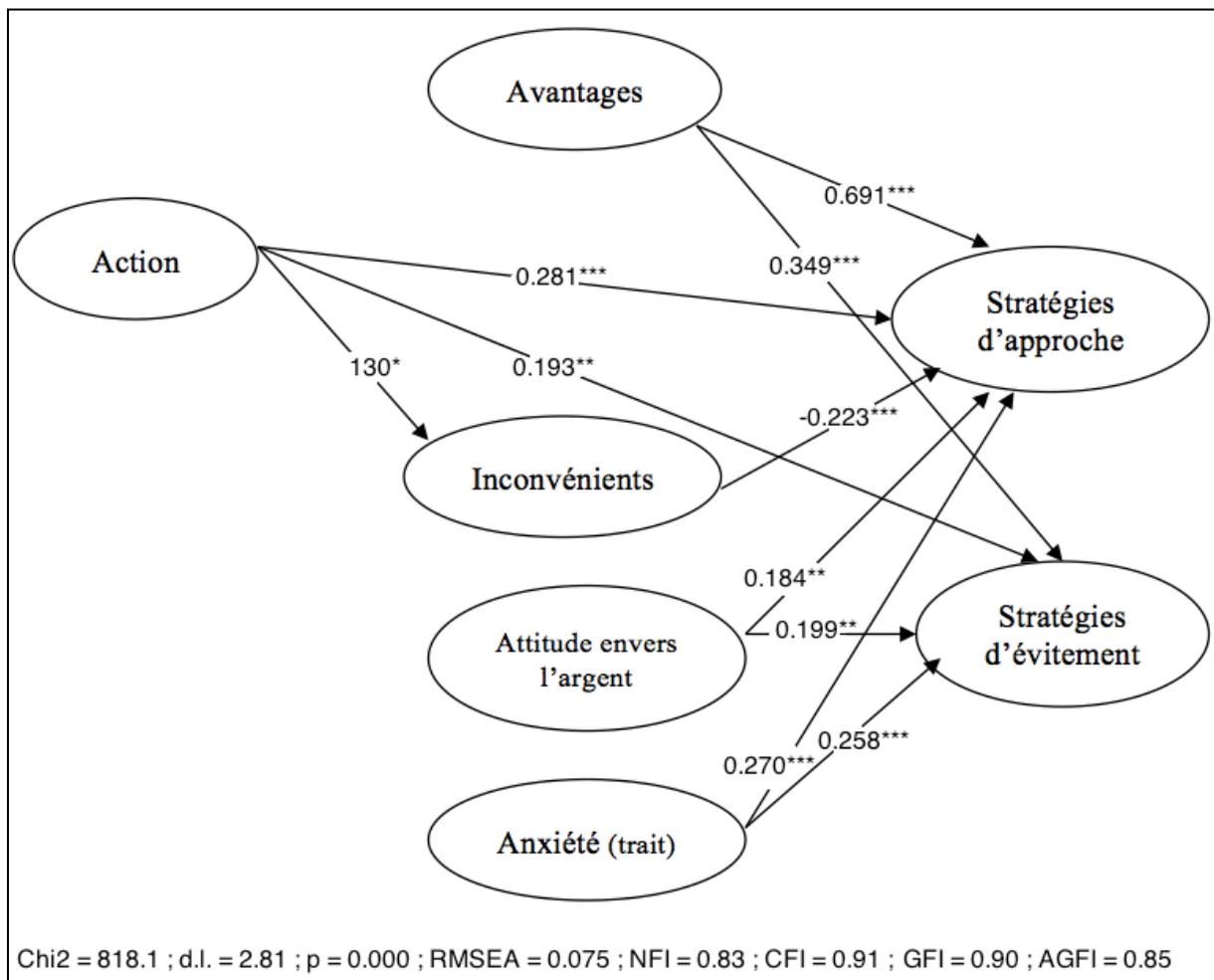
L'hypothèse H5 suggérait que l'anxiété (trait) influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Plus l'intensité d'anxiété (trait) est importante pour les personnes du premier groupe "*Action*" plus celles-ci ont l'intention de

²¹ L'effet du maintien sur les stratégies d'approche-évitement demeure non significatif dans le modèle alternatif où les variables avantages et inconvénients ont été retirées pour mieux contrôler cet effet direct. Ceci confirme l'absence d'effet direct entre le maintien et les stratégies d'approche-évitement.

mettre en place à la fois les stratégies de changement d'approche ($\beta = 0.270^{***}$) et les stratégies de changement d'évitement ($\beta = 0.258^{***}$). Ce résultat est aussi statistiquement significatif pour le deuxième groupe "Maintenance". Leur niveau d'anxiété (trait) agit favorablement sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta = 0.288^{***}$) et d'évitement ($\beta = 0.293^{***}$). Ces résultats nous permettent de valider l'hypothèse H5.

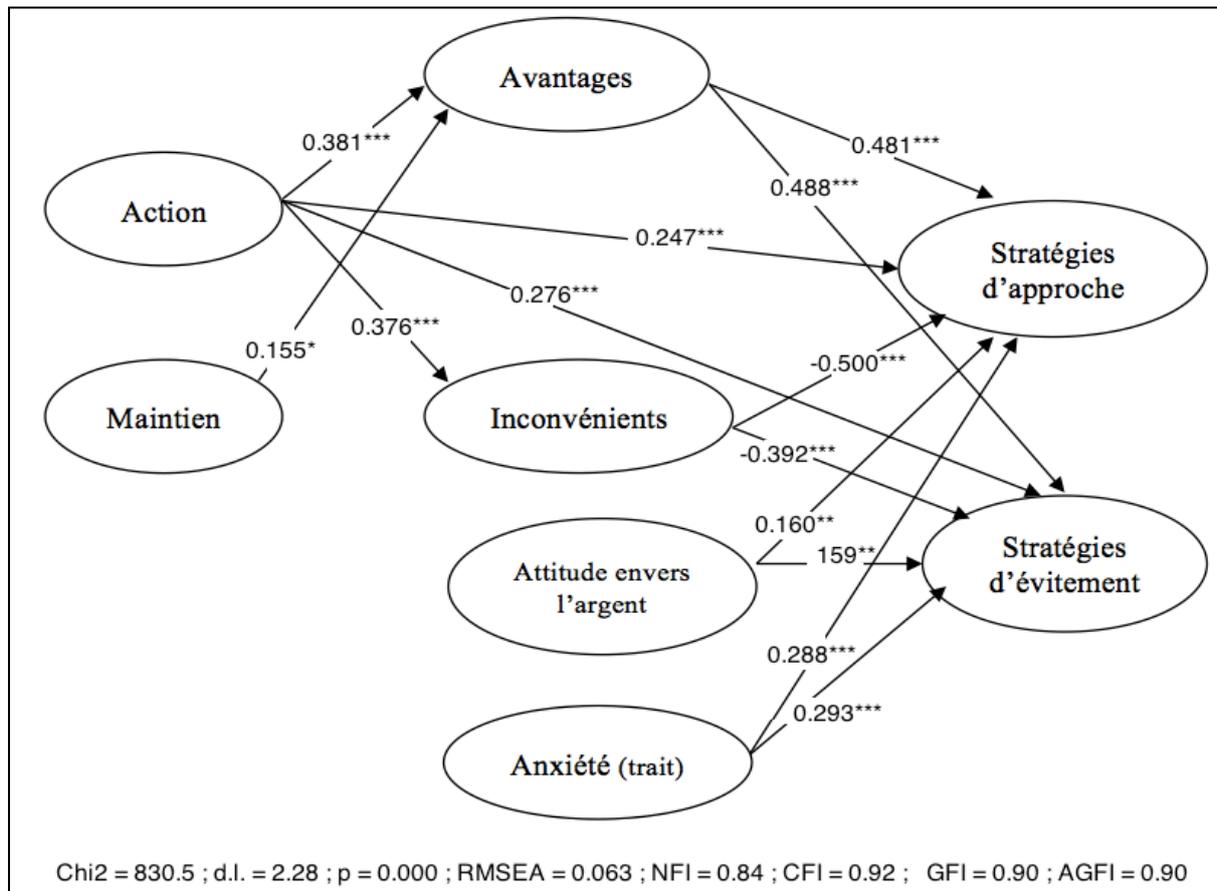
Les résultats standardisés des analyses de modélisation d'équations structurelles sont présentés ci-dessous.

Figure 24 : Résultats standardisés des analyses de modélisation d'équations structurelles sur le groupe 1 : "Action"



*** $P < 0,001$; ** $P < 0,05$; * $P < 0,1$; n.s. non significatif

**Figure 25 : Résultats standardisés des analyses de modélisation
d'équations structurelles sur le groupe 2 : "Maintien"**



*** P<0,001 ; ** P<0,05 ; * P<0,1 ; n.s. non significatif

II. Discussion des résultats des hypothèses H1, H2, H4 et H5

La typologie sur les intensités des dimensions de changement du comportement financier a fait ressortir deux groupes de consommateur, les uns en "Action" et les autres en "Maintien". Pour rappel, le groupe "Action" inclut les personnes engagées dans le changement de comportement alors que le groupe "Maintien" comprend les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant davantage d'efforts (action). Le test du modèle de changement de comportement financier par équations structurelles permet de confirmer les quatre hypothèses de recherche étudiées simultanément.

L'hypothèse H1 teste l'influence directe des deux dimensions de la balance décisionnelle (avantages et inconvénients) sur les deux dimensions des stratégies de changement, à savoir les stratégies de changement d'approche et les stratégies de changement d'évitement. Pour les

deux groupes obtenus, l'évaluation des avantages de bien gérer leur argent influence positivement leur intention d'adopter à la fois les stratégies d'approche (épargner) et d'évitement (contrôler les dépenses excessives). En revanche, l'évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent a un impact statistiquement négatif sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement (excepté la relation inconvénients - stratégies d'évitement pour le groupe "Action"). L'évaluation des avantages de bien gérer ses finances personnelles par les personnes en action influence davantage leur intention d'adopter les stratégies d'approche comparé aux stratégies d'évitement ($\beta_{\text{avantages-approche}} = 0.691^{***} > \beta_{\text{avantages-évitement}} = 0.349^{***}$). En effet, plus les personnes engagées dans le changement considèrent les bienfaits du changement plus elles comptent mettre en place des stratégies positives que des stratégies négatives à savoir faire plus d'efforts pour épargner de façon régulière que de limiter leurs achats « coup de cœur ». Toutefois, ces personnes ne sont pas insensibles aux inconvénients de bien gérer leur argent. Plus celles-ci considèrent les coûts du changement moins elles ont l'intention d'épargner. Cependant, leur évaluation des coûts n'a pas d'influence significative sur leur intention de limiter leurs achats futiles. Leur évaluation des avantages est trois fois plus importante que leur évaluation des inconvénients. Ces personnes engagées dans le changement se forcent en effet à considérer les bienfaits du changement et de moins penser aux coûts dans le but de prendre l'habitude d'épargner de façon plus régulière. Pour ces personnes, les stratégies d'évitement ne sont pas inscrites dans leurs préoccupations du moins pas au même niveau que les stratégies d'approche. Quant aux personnes en maintien, leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent influence positivement leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement dans la même proportion ($\beta_{\text{avantages-approche}} = 0.481^{***} \simeq \beta_{\text{avantages-évitement}} = 0.488^{***}$). Cependant, l'évaluation des inconvénients par ces personnes impacte autant mais négativement leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement ($\beta_{\text{inconvénients-approche}} = -0.500^{***}$; $\beta_{\text{inconvénients-évitement}} = -0.392^{***}$). Celles-ci accordent le même poids pour les bienfaits et les coûts du changement. Ces résultats permettent d'expliquer leurs tentations persistantes à recourir à des dépenses manifestement excessives et la crainte de rechute ressentie par ces personnes en maintien. Pour apporter de plus amples explications, nous avons procédé à des analyses multi-groupes. Le modèle testé retient les variables suivantes : action, maintien, balance décisionnelle (avantages et inconvénients) et stratégies de changement (approche et évitement). Le test du modèle global témoigne de la différence entre les deux groupes. Le modèle contraint est significativement moins performant ($\chi^2 = 1151,7$; ddl = 442 ; $p < 0,001$). Cependant, les influences des avantages et des inconvénients (balance

décisionnelle) sur les stratégies d'approche et d'évitement ne sont pas significatifs (les coefficients β fixés un à un sur la valeur du coefficient non standardisé). Cela amène à conclure que l'effet de la balance décisionnelle sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement est identique pour les groupes. Plus l'individu a conscience des avantages que lui procure une bonne gestion de son argent, plus il a l'intention d'épargner et de faire attention à ses achats. A contrario, plus l'individu se concentre sur les inconvénients de bien gérer son argent, par exemple, le fait de se sentir privé de sorties et de petits plaisirs, moins il est motivé à épargner et à contrôler ses dépenses excessives.

Tableau 62 : résultats de l'analyse multi-groupes path par path

Relations structurelles	Coefficient standardisé G1	Coefficient standardisé G2	Valeur du test T	P
<i>Avantages</i> → <i>Stratégies d'approche</i>	0.453	0.281	1.19	n.s.
<i>Avantages</i> → <i>Stratégies d'évitement</i>	0.288	0.302	0.09	n.s.
<i>Inconvénients</i> → <i>Stratégies d'approche</i>	-0.213	-0.226	0.09	n.s.
Action → Avantages	0.171	0.372	1.41	p<0.1
Action → Inconvénients	0.274	0.358	0.60	n.s.
Maintien → Avantages	-0.209	0.160	2.57	p<0.05
Action → Stratégies d'approche	0.284	0.384	0.73	n.s.
Action → Stratégies d'évitement	0.229	0.443	1.52	p<0.1

L'hypothèse H2(a) pose l'effet direct des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur la balance décisionnelle (avantages et inconvénients). L'intensité des dimensions de changement caractéristiques aux deux groupes identifiés influence positivement l'évaluation des avantages et des inconvénients de bien gérer leur argent (excepté la relation action – inconvénients pour le groupe "Action"). L'intensité d'action pour les deux groupes de changement notamment "Action" et "Maintien" a un effet statistiquement positif sur les avantages de bien gérer leurs finances personnelles. Ainsi, plus l'intensité d'action est élevée plus les personnes ont tendance à évaluer les bienfaits du changement. Les personnes appartenant au groupe "Maintien" font plus d'efforts que celles en "Action" pour considérer les avantages de bien gérer leur argent ($\gamma_{\text{actionG1-avantages}} = 0.130^* < \gamma_{\text{actionG2-avantages}} = 0.376^{***}$). En revanche, l'intensité d'action pour les personnes en maintien influence de la même façon leurs perceptions des coûts du changement. Les effets de l'intensité d'action pour les deux groupes sur les bénéfices et les coûts ont une valeur approximativement égale. Ce

résultat permet d'avancer que les personnes en maintien ont besoin de fournir plus d'efforts et d'engagement pour réussir à maintenir le changement et éviter de retrouver leurs vieilles habitudes. L'hypothèse H2(b) met en valeur l'influence directe des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Les résultats montrent que l'intensité d'action caractéristique aux deux groupes "*Action*" et "*Maintien*" influence conjointement les stratégies d'approche et d'évitement. Ainsi, pour les membres des deux groupes, plus les efforts sont élevés (action), plus les intentions de faire fructifier l'épargne (stratégie d'approche) et de contrôler les dépenses excessives (stratégie d'évitement) sont élevées. De l'analyse complémentaire multi-groupes réalisée précédemment, il ressort que l'intensité des efforts (action) influence davantage l'intention d'adopter les stratégies d'évitement dans le groupe "*Maintien*" que dans le groupe "*Action*" alors que l'effet de l'intensité des efforts sur les stratégies d'approche n'est pas statistiquement différent entre ces deux groupes. En effet, les personnes du groupe "*Maintien*" font plus d'efforts que celles du groupe "*Action*" afin d'éviter la rechute. De plus, les personnes en "*Action*" sont surtout prêtes à s'engager dans une démarche leur permettant d'apprendre à épargner de façon plus régulière et n'ont pas encore cessé les dépenses excessives.

L'hypothèse H4 teste l'influence directe de l'attitude à l'égard de l'argent sur l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Les résultats sont analogues pour les deux groupes de changement notamment "*Action*" et "*Maintien*". Plus la prédisposition des personnes engagées dans le changement (appartenant au premier groupe "*Action*") est favorable à l'argent plus celles-ci ont l'intention de mettre de l'argent de côté (approche) et de faire attention à leurs dépenses (évitement). Il en est de même pour les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts (appartenant au deuxième groupe "*Maintien*"). Plus ces personnes accordent de l'importance à l'argent et considèrent l'argent comme une bonne chose, plus elles cherchent à épargner et à limiter les achats « coup de cœur ». L'effet de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies d'approche a une valeur approximativement égale à son effet sur les stratégies d'évitement. La perception qu'un individu a de l'argent permet donc de prédire ses motivations pour adopter les stratégies d'approche et d'évitement.

L'hypothèse H5 expose l'effet direct de l'anxiété (trait) sur l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. L'objectif de cette hypothèse est de mettre en

avant l'impact de l'intensité d'anxiété de la personne sur son intention à la fois d'épargner (approche) et de contrôler ses dépenses excessives (évitement). Les résultats sont similaires pour les deux groupes de changement "Action" et "Maintien". Plus les personnes engagées dans le changement (en action) ont un niveau d'anxiété élevé et sont de nature à surestimer le danger, plus celles-ci ont l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Pareillement, plus l'intensité d'anxiété (trait) des personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts (en maintien) est forte, plus ces personnes ont l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Par conséquent l'hypothèse H5 est validée.

Comme suit la présentation des résultats des hypothèses de recherche : H1, H2, H4 et H5 :

Tableau 63 : Résultats des hypothèses de recherche H1, H2, H4 et H5

Balance décisionnelle – Stratégies d'approche-évitement (H1)	
H1 : La balance décisionnelle influence les intentions d'utiliser les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Dimensions de changement caractéristiques du groupe – Balance décisionnelle (H2a)	
H2a : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent la balance décisionnelle	
Groupe 1 « Action » :	
Action – Avantages de la balance décisionnelle	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	

Action – Avantages de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Action – Inconvénients de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Maintien – Avantages de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Maintien – Inconvénients de la balance décisionnelle	Hypothèse non validée
Dimensions de changement caractéristiques du groupe - Stratégies d'approche-évitement (H2b)	
H2b : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Action – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Action – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Action – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Action – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Maintien – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Maintien – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'approche-évitement (H4)	
H4 : L'attitude à l'égard de l'argent influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Anxiété (trait) – Stratégies d'approche-évitement (H5)	
H5 : L'anxiété (trait) influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Anxiété (trait) – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Anxiété (trait) – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Anxiété (trait) – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Anxiété (trait) – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée

SECTION 3 : RÔLE MEDIATEUR DE LA BALANCE DECISIONNELLE (H3)

Cette section concerne l'hypothèse de médiation de la balance décisionnelle dans la relation dimensions de changement caractéristiques du groupe – stratégies d'approche et d'évitement. Les relations entre les dimensions de changement caractéristiques du groupe, la balance décisionnelle et les stratégies d'approche et d'évitement ont été examinées et présentées précédemment.

Afin de tester le rôle médiateur de la balance décisionnelle dans la relation dimensions de changement caractéristiques du groupe – stratégies d'approche et d'évitement, le test de bootstrap de l'effet indirect $a \times b$ est utilisé. Il suffit simplement de faire tourner le script de Preacher et Hayes et de générer les « résultats du bootstrap pour les effets indirects », afin de déterminer si l'effet indirect $a \times b$ est significatif. Pour établir l'existence d'une médiation, tout ce qui importe, c'est que l'effet indirect soit significatif. Nous verrons dans un premier temps le rôle médiateur de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation action – stratégies d'approche et d'évitement pour le premier groupe G1 : "*Action*" – et dans un second temps, son rôle médiateur sur la relation action – stratégies d'approche et d'évitement et la relation maintien – stratégies d'approche et d'évitement successivement pour le deuxième groupe G2 : "*Maintien*".

I. Rôle médiateur de la balance décisionnelle dans le premier groupe "*Action*"

Pour tester l'effet médiateur de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation dimensions de changement caractéristiques du groupe – stratégies d'approche et d'évitement, un test de bootstrap implémenté par Preacher et Hayes (2004, 2008) est réalisé. Ce test est réalisé pour chaque dimension de changement caractéristique du groupe notamment la dimension action caractéristique du groupe 1 sur les deux dimensions de la variable dépendante successivement stratégies de changement d'approche (Y1) et stratégies de changement d'évitement (Y2). Pour rappel, le groupe G1 : "*Action*" comprend les personnes engagées dans le changement de comportement.

Tableau 64 : Médiation de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation action (caractéristique du groupe G1 : "Action") - stratégies de changement d'approche ; stratégies de changement d'évitement

Effet indirect (M) x (X)	Variable dépendante (Y)	a x b	Intervalle de confiance de 95%	Type de médiation
Avantages x action	Stratégies d'approche	0,0285 n.s.	(-0,0219, 0,0871)	Non médiation seulement directe
	Stratégies d'évitement	0,0152 n.s.	(-0,0073, 0,0641)	Non médiation sans effet
Inconvénients x action	Stratégies d'approche	-0,0027 n.s.	(-0,0472, 0,041)	Non médiation seulement directe
	Stratégies d'évitement	-0,0023 n.s.	(-0,0536, 0,0266)	Non médiation sans effet

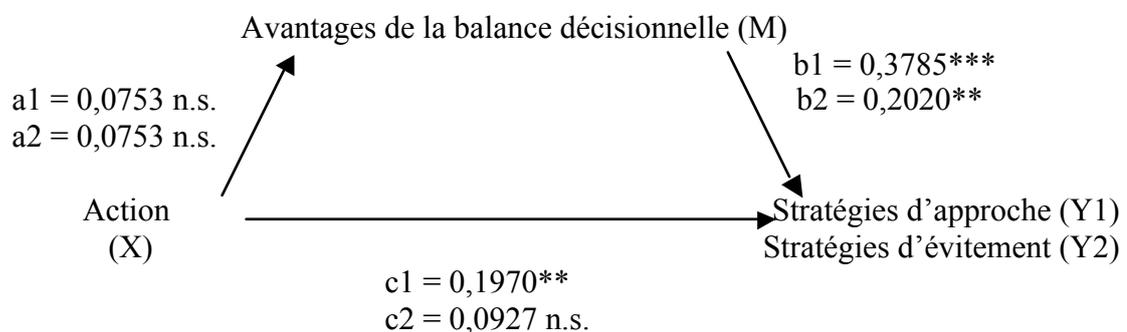
Les résultats de la médiation de la dimension avantages de la balance décisionnelle sur la relation action – stratégies de changement d'approche (Y1) – permettent de constater que l'effet indirect moyen de l'analyse bootstrap n'est pas statistiquement significatif ($a_1 \times b_1 = 0,0285$ n.s.), avec un intervalle de confiance à 95 % qui inclut zéro (-0,0219, 0,0871). Le chemin a_1 (0,0753 n.s.) n'est pas significatif laissant à penser que l'intensité d'efforts (action) des personnes engagées dans le changement ne permet pas d'expliquer leur niveau d'évaluation des avantages de bien gérer leur argent. Le chemin b_1 est positif avec une valeur de 0,3785 du fait que leur perception des avantages de bien gérer leur argent renforce leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche (épargner). En revanche, l'effet direct c_1 (0,1970) est significatif à $p < 0,05$ soulignant l'engagement des personnes en action d'épargner. Puisque l'effet indirect $a_1 \times b_1$ est non significatif et que seul l'effet direct c_1 est significatif, il s'agit d'une non médiation seulement directe. Nous pouvons ainsi conclure que les efforts fournis par les personnes en action pour épargner sont indépendants de leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent.

Concernant la médiation de la dimension avantages de la balance décisionnelle sur la relation action – stratégies de changement d'évitement (Y2) –, les résultats montrent un effet indirect non significatif ($a_2 \times b_2 = 0,0152$ n.s.) avec un intervalle de confiance de (-0,0073, 0,0641).

Le chemin non significatif a2 (0,0753 n.s.) confirme que l'intensité d'efforts (action) des personnes engagées dans le changement ne permet pas d'expliquer leur niveau d'évaluation des avantages de bien gérer leur argent. Le chemin positif b2 (0,3785) permet de constater que leur perception des avantages de bien gérer leur argent augmente leur intention d'adopter les stratégies de changement d'évitement. Comme ni l'effet a2xb2 ni l'effet direct c2 ne sont pas significatifs, il y a une non médiation sans effet. Ce résultat montre que l'intensité d'efforts (action) des personnes en action – engagées dans le changement de comportement mais n'ayant pas cessé les dépenses excessives – n'influence pas leur intention de mettre en place des stratégies d'évitement (ex : contrôler leurs dépenses excessives) à travers leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent.

Les coefficients de régression non standardisés a, b et c sont présentés.

Figure 26 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c



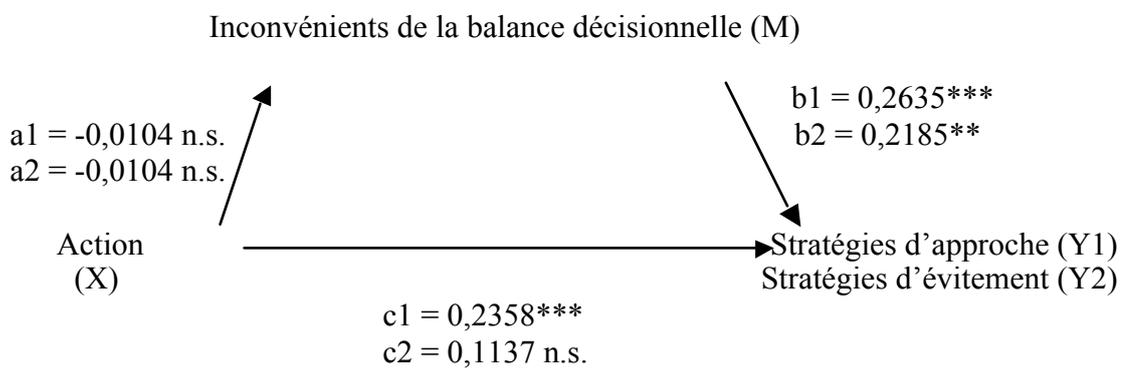
*** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,1$; n.s. non significatif

La dimension de changement caractéristique du premier groupe action a un effet indirect non significatif ($a1 \times b1 = -0,0027$ n.s.) sur l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche (Y1) et un effet indirect non significatif ($a2 \times b2 = -0,0023$ n.s.) sur l'intention d'adopter les stratégies de changement d'évitement (Y2) à travers l'évaluation des inconvénients de bien gérer leurs finances personnelles (M). Le chemin a1 (-0,0104 n.s.) n'est pas significatif aussi bien que le chemin a2 (-0,0104 n.s.) dans la mesure où l'intensité d'efforts (action) ne permet pas d'expliquer leur niveau d'évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent. Les chemins b1 et b2 sont tous les deux positifs avec des valeurs respectives de 0,2635 et 0,2185 du fait que leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent ne réduit pas leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. L'effet direct c1 (0,2358) est significatif ($p < 0,01$) confirmant une non

médiation seulement directe. En effet, l'intensité d'efforts des personnes en action favorise leur intention d'adopter les stratégies d'approche (ex : épargner) indépendamment de leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent. En revanche, l'effet direct c2 est non significatif (0,1137 n.s.). Il s'agit d'une non médiation sans effet. Ce résultat montre que l'intensité d'efforts (action) de ces personnes n'influence pas leur intention de mettre en place des stratégies d'évitement (ex : contrôler leurs dépenses excessives) à travers leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent.

Les coefficients de régression non standardisés a, b et c sont présentés.

Figure 27 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c



*** $p < 0,01$; ** $p < 0,05$; * $p < 0,1$; n.s. non significatif

Les médiations de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation dimension action caractéristique du premier groupe - stratégies d'approche et d'évitement successivement stratégies de changement positives et négatives ne sont pas significatives. En effet, la significativité de leurs effets indirects moyens de l'analyse bootstrap n'est pas statistiquement présente. Cependant, les effets directs de l'action sur les stratégies d'approche sont statistiquement significatifs à $p < 0,01$. Ce résultat confirme que les individus appartenant à ce groupe de changement travaillent déjà activement à modifier leurs comportements et que la simple évaluation des avantages et des inconvénients de bien gérer leur argent n'a pas le moindre effet sur leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

II. Rôle médiateur de la balance décisionnelle dans le deuxième groupe "Maintenance"

Pour tester l'effet médiateur de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation dimensions de changement caractéristiques du deuxième groupe – stratégies d'approche et d'évitement – le même test et procédure ont été appliqués. Ce test est réalisé pour chaque dimension de changement caractéristique de ce groupe notamment la dimension action et la dimension maintien sur les deux dimensions de la variable dépendante successivement stratégies de changement d'approche (Y1) et stratégies de changement d'évitement (Y2). Pour rappel, le groupe "Maintenance" comprend les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts (action).

Tableau 65 : Médiation de la balance décisionnelle (avantages, inconvénients) sur la relation action et maintien (caractéristiques du groupe G2 : "Maintenance") - stratégies de changement d'approche ; stratégies de changement d'évitement

Effet indirect (M) x (X)	Variable dépendante (Y)	a x b	Intervalle de confiance de 95%	Type de médiation
Avantages x action	Stratégies d'approche	0,0384**	(0,0057, 0,1065)	Médiation complémentaire
	Stratégies d'évitement	0,0647**	(0,0210, 0,1364)	Médiation complémentaire
Avantages x Maintien	Stratégies d'approche	0,0313**	(0,0072, 0,0707)	Médiation complémentaire
	Stratégies d'évitement	0,0501**	(0,0170, 0,1002)	Médiation complémentaire
Inconvénients x action	Stratégies d'approche	0,0175 n.s.	(-0,0189, 0,0729)	Non médiation seulement directe
	Stratégies d'évitement	-0,0175 n.s.	(-0,0702, 0,0182)	Non médiation seulement directe
Inconvénients x maintien	Stratégies d'approche	0,0062 n.s.	(-0,0048, 0,0329)	Non médiation seulement directe
	Stratégies d'évitement	-0,0002 n.s.	(-0,0152, 0,0120)	Non médiation seulement directe

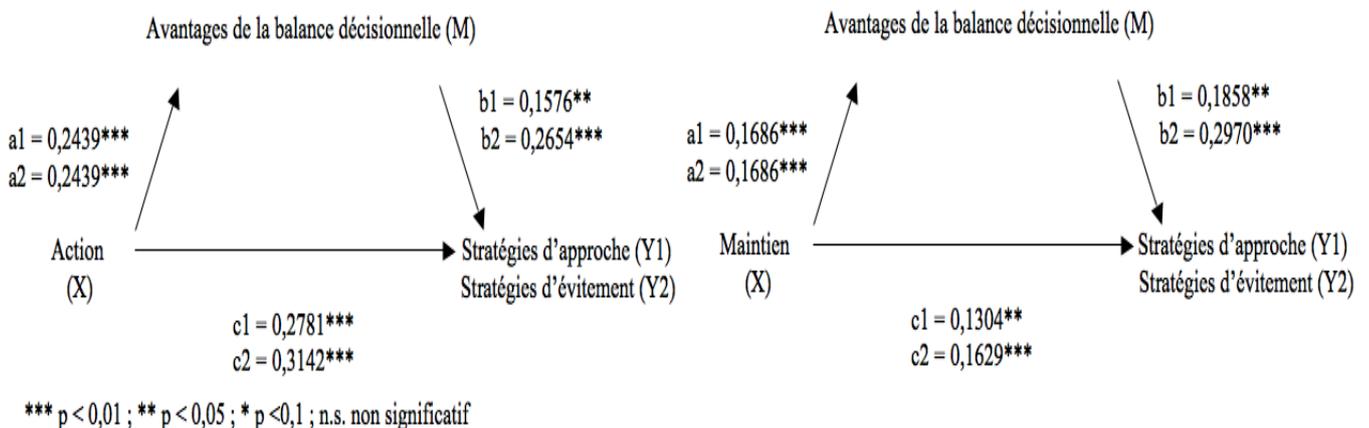
Les résultats de la médiation de la dimension avantages de la balance décisionnelle sur la relation action – stratégies d’approche et sur la relation maintien – stratégies d’approche permettent de constater que leurs effets indirects moyens de l’analyse bootstrap sont positifs ($a_{1\text{action}} \times b_{1\text{action}} = 0,0384$; $a_{1\text{maintien}} \times b_{1\text{maintien}} = 0,0313$) et significatif ($p < 0,05$), avec un intervalle de confiance à 95 % qui exclut zéro (0,0057, 0,1065) et (0,0210, 0,1364) successivement. Ainsi, l’intensité d’efforts (action) et l’intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) des personnes craignant la rechute ont un effet indirect positif sur leur intention d’adopter les stratégies d’approche à travers leur faible évaluation des avantages de bien gérer leur argent (M). Puisque leurs effets indirects $a_1 \times b_1$ et leurs effets directs c_1 sont tous significatifs et que leurs produits respectifs $a_1 \times b_1 \times c_1$ sont positifs, il y a une médiation complémentaire. Leurs chemins positifs $a_{1\text{action}}$ (0,2439) et $a_{1\text{maintien}}$ (0,1686) montrent que leur intensité d’efforts (action) et leur intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) agissent favorablement sur leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent. Leurs chemins b_1 sont aussi positifs ($b_{1\text{action}} = 0,1576$; $b_{1\text{maintien}} = 0,1858$) et font valoir que plus ces personnes évaluent les avantages de bien gérer leur argent plus celles-ci ont l’intention d’adopter les stratégies d’approche et de ce fait prendre l’habitude d’épargner de manière régulière. Leurs effets directs sont positifs avec des valeurs respectives $c_{1\text{action}}$ (0,2781) et $c_{1\text{maintien}}$ (0,1304) confirmant que l’intensité d’efforts (action) et l’intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) influencent positivement leur intention d’adopter les stratégies d’approche (épargner).

De plus, les résultats de la médiation de la dimension avantages de la balance décisionnelle sur la relation action - stratégies d’évitement et sur le relation maintien - stratégies d’évitement montrent des effets indirects positifs ($a_{2\text{action}} \times b_{2\text{action}} = 0,0647$; $a_{2\text{maintien}} \times b_{2\text{maintien}} = 0,0501$) et significatif à ($p < 0,05$) avec un intervalle de confiance (0,0210, 0,1364) et (0,0170, 0,1002). Par conséquent, l’intensité d’efforts (action) et l’intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) des personnes craignant la rechute ont également un effet indirect positif sur leur intention d’adopter les stratégies d’évitement à travers leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent (M). Comme les effets $a_{2\text{action}} \times b_{2\text{action}}$ et $a_{2\text{maintien}} \times b_{2\text{maintien}}$ et les effets $c_{2\text{action}}$ et $c_{2\text{maintien}}$ sont tous significatifs et que leurs produits $a_2 \times b_2 \times c_2$ sont positifs, il s’agit d’une médiation complémentaire. Leurs chemins positifs $a_{2\text{action}}$ (0,2439) et $a_{2\text{maintien}}$ (0,1686) réaffirment que leur intensité d’efforts

(action) et leur intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) influencent positivement leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent. Quant à leurs chemins b2, ils sont également positifs ($b2_{action} = 0,2654$; $b2_{maintien} = 0,2970$) et témoignent que plus ces personnes évaluent les avantages de bien gérer leur argent plus ces dernières ont l'intention d'adopter les stratégies d'évitement à savoir limiter leurs achats « coup de cœur ». Leurs effets directs positifs notamment $c2_{action}$ (0,3142) et $c2_{maintien}$ (0,1629) démontrent que l'intensité d'efforts (action) et l'intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) ont un impact positif sur leur intention d'adopter les stratégies d'évitement (contrôle des dépenses excessives).

Les coefficients de régression non standardisés a, b et c sont présentés.

Figure 28 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c



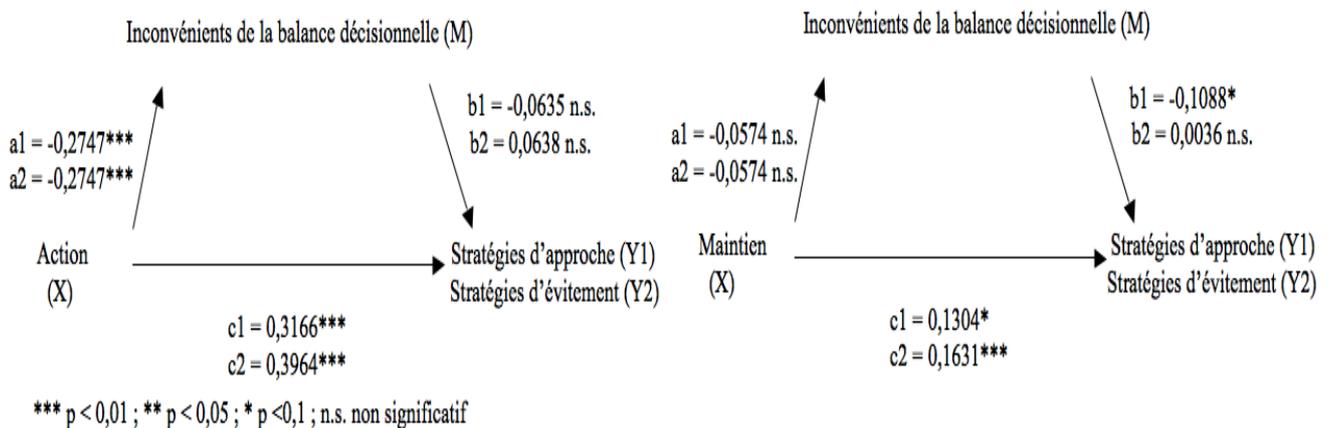
Par ailleurs, les résultats de la médiation de la dimension inconvénients de la balance décisionnelle sur la relation action – stratégies d'approche et sur la relation maintien – stratégies d'approche permettent de constater que les effets indirects moyens de l'analyse bootstrap ne sont pas statistiquement significatifs ($a1_{action} \times b1_{action} = 0,0175$ n.s. ; $a1_{maintien} \times b1_{maintien} = 0,0062$ n.s.), avec un intervalle de confiance à 95 % qui inclut zéro (-0,0189, 0,0729) et (-0,0048, 0,0329). Le chemin négatif $a1_{action}$ (-0,2747) montre que l'intensité d'efforts (action) des personnes craignant la rechute réduit leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent. Tandis que, le chemin $a1_{maintien}$ (-0,0574) n'est pas significatif laissant à penser que leur intention de préserver les nouveaux acquis (maintien) ne permet pas

d'expliquer leur niveau d'évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent. Le chemin $b_{1action}$ est non significatif alors que le chemin $b_{1maintien}$ est négatif avec une valeur de $-0,1088$ du fait que leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent amoindrit faiblement leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche (épargner). En revanche, les effets directs $c_{1action}$ ($0,3166$) et $c_{1maintien}$ ($0,1304$) sont positivement significatifs soulignant l'effort et la persévérance des personnes en maintien d'épargner. Puisque les effets indirects $a_{1action} \times b_{1action}$ et $a_{1maintien} \times b_{1maintien}$ sont non significatifs et que seuls les effets directs $c_{1action}$ et $c_{1maintien}$ sont significatifs, il s'agit d'une non médiation seulement directe. Nous pouvons ainsi conclure que l'effort et la persévérance des personnes en maintien d'épargner sont indépendants de leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent (M).

Concernant la médiation de la dimension inconvénients de la balance décisionnelle sur la relation action – stratégies d'évitement et sur la relation maintien – stratégies d'évitement, les résultats montrent un effet indirect non significatif ($a_{2action} \times b_{2action} = -0,0175$ n.s. ; $a_{2maintien} \times b_{2maintien} = -0,0175$ n.s.) avec un intervalle de confiance de $(-0,0702, 0,0182)$ et $(-0,0152, 0,0120)$. Le chemin négatif $a_{2action}$ ($-0,2747$) réaffirme que l'intensité d'efforts (action) des personnes craignant la rechute diminue leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent. En revanche, le chemin non significatif $a_{2maintien}$ ($0,0574$ n.s.) montre que leur intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) ne permet pas d'expliquer leur niveau d'évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent. Leurs chemins non significatifs $b_{2action} = 0,0638$ n.s. et $b_{2maintien} = 0,0036$ n.s. soulignent que leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent n'a aucun effet sur leur intention d'adopter les stratégies de changement d'évitement. Comme les effets $a_{2action} \times b_{2action}$ et $a_{2maintien} \times b_{2maintien}$ ne sont pas significatifs et que seuls les effets directs $c_{2action}$ et $c_{2maintien}$ sont positivement significatifs, il y a une non médiation seulement directe. Ce résultat montre que l'intensité d'efforts (action) et l'intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) des personnes en maintien – craignant la rechute et faisant des efforts – influencent leur intention de mettre en place des stratégies d'évitement (ex : contrôler leurs dépenses excessives) mais non pas à travers leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent (M).

Les coefficients de régression non standardisés a, b et c sont présentés.

Figure 29 : Présentation des coefficients de régression non standardisés a, b et c



Les médiations des avantages de la balance décisionnelle sur la relation dimensions action et maintien caractéristiques du deuxième groupe successivement – stratégies d’approche et stratégies d’évitement – sont significatives. En effet, la significativité de leurs effets indirects moyens de l’analyse bootstrap est statistiquement présente. Ce résultat fait valoir que l’intensité d’efforts et l’intensité de préserver les nouveaux acquis par les personnes appartenant au groupe "Maintien" renforcent leur intention d’adopter les stratégies d’approche et d’évitement à travers une plus forte évaluation des avantages de bien gérer leur argent. En revanche, les médiations des inconvénients de la balance décisionnelle sur la relation dimensions action et maintien caractéristiques du deuxième groupe successivement – stratégies d’approche et stratégies d’évitement – ne sont pas significatives. Cependant, leurs effets directs notamment de l’action et du maintien sur les stratégies d’approche et d’évitement sont statistiquement significatifs. Ceci montre que les individus appartenant à ce groupe de changement travaillent déjà activement à modifier leurs comportements et à préserver les nouveaux acquis et que la simple évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent n’a pas le moindre effet sur leur intention d’adopter les stratégies de changement d’approche et d’évitement.

III. Discussion des résultats de l’hypothèse H3

Le tableau suivant (tableau 66) présente l’hypothèse de médiation testée. Nous rappelons que la balance décisionnelle est composée de deux dimensions. De plus, la variable explicative, en

l'occurrence les dimensions de changement caractéristiques du groupe, est constituée d'une seule dimension pour le groupe "*Action*" et de deux dimensions pour le groupe "*Maintien*". La variable à expliquer quant à elle est formée de deux dimensions. Par conséquent, plusieurs tests de bootstrap, implémentés par Preacher et Hayes (2004, 2008), ont été nécessaires pour vérifier la globalité de cette hypothèse.

Les résultats des différentes étapes menées pour tester l'ensemble de cette hypothèse de médiation nous amènent à une première distinction. Au vu des résultats, nous constatons dans un premier temps que la balance décisionnelle n'occupe pas un rôle médiateur significatif dans la relation entre la dimension de changement caractéristique du premier groupe notamment action et les stratégies de changement d'approche et d'évitement. A l'inverse, la dimension avantages de la balance décisionnelle possède un rôle médiateur significatif dans la relation entre les dimensions caractéristiques du deuxième groupe à savoir action et maintien et les stratégies de changement d'approche et d'évitement. En revanche, la significativité de la dimension inconvénients n'est pas statistiquement présente dans cette dernière relation. Les deux groupes "*Action*" et "*Maintien*" s'opposent ainsi sur le rôle de médiateur de la dimension avantages de la balance décisionnelle.

Dans un second temps, l'effet direct de l'intensité d'efforts des personnes en action du modèle de médiation de la balance décisionnelle a une influence positive sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche. En effet, plus l'intensité d'efforts des personnes engagées dans le changement est élevée plus celles-ci envisagent de prendre l'habitude d'épargner une somme d'argent de façon plus régulière. De surcroît, l'intensité d'efforts de ces personnes agit favorablement sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche (épargner) indépendamment de leur niveau d'évaluation des avantages et des inconvénients de bien gérer leur argent. Même si leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent renforce leur intention d'épargner et que leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent ne freine pas leur intention d'épargner. Toutefois, l'effet direct d'efforts des personnes en action du modèle de médiation de la balance décisionnelle n'est pas statistiquement significatif sur leur intention d'adopter les stratégies d'évitement. L'intensité d'efforts de ces personnes – engagées dans le changement et n'ayant pas cessé les dépenses excessives – n'a pas d'effet sur leur intention de limiter leurs achats « coup de cœur ». De plus, leur intensité d'efforts demeure non significative sur leur intention d'adopter les stratégies d'évitement (contrôle des dépenses excessives) à travers leur évaluation des avantages et des inconvénients de bien

gérer leur argent. Même si leur évaluation des avantages de bien gérer leur argent renforce leur intention de limiter leurs dépenses futiles et que leur évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent ne freine pas leur intention de limiter leurs dépenses futiles.

Par ailleurs, les résultats témoignent du rôle médiateur des avantages de la balance décisionnelle dans la relation entre les dimensions caractéristiques du deuxième groupe à savoir action et maintien et les stratégies de changement d'approche et d'évitement. L'intensité d'efforts (action) et l'intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) des personnes craignant la rechute influencent positivement leur intention d'adopter à la fois les stratégies d'approche et d'évitement à travers une plus forte évaluation des avantages de bien gérer leur argent. En revanche, leur intensité d'efforts (action) et leur intensité de préserver les nouveaux acquis ont un effet positif sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement en faisant abstraction des inconvénients de bien gérer leur argent. Les individus appartenant au groupe de changement "*Maintien*" travaillent déjà activement à modifier leurs comportements et à préserver leur nouveaux acquis. Ainsi, la simple évaluation des inconvénients de bien gérer leur argent n'a pas le moindre effet sur leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Tableau 66 : Résultat de l'hypothèse H3

Dimensions de changement caractéristiques du groupe – Balance décisionnelle – Stratégies d'approche et d'évitement (H3)	
H3 : La balance décisionnelle médiate la relation entre les dimensions de changement caractéristiques du groupe et les stratégies d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Action – Avantages – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Action – Avantages – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Action – Avantages – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Action – Avantages – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Maintien – Avantages – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Maintien – Avantages – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée

Action – Inconvénients – Stratégies d’approche	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients – Stratégies d’évitement	Hypothèse non validée
Maintien – Inconvénients – Stratégies d’approche	Hypothèse non validée
Maintien – Inconvénients – Stratégies d’évitement	Hypothèse non validée

SECTION 4 : LES DIFFERENCES DE L’ORIENTATION PARATÉLIQUE ET DU
GENRE PAR APPROCHE MULTI-GROUPES D’EQUATIONS STRUCTURELLES
(H6 et H7)

Afin de tester les hypothèses de recherche H6 et H7, des analyses de cheminement (*path analysis*) multi-groupes fondées sur la modélisation par équations structurelles ont été utilisées. L’hypothèse H6 teste les différences des liens du modèle de changement de comportement selon l’orientation motivationnelle paratélique des personnes. Deux échantillons sont constitués en dichotomisant la variable mesurant l’orientation motivationnelle paratélique au niveau de la médiane dans chaque groupe de changement obtenu. Le premier groupe comprend les personnes ayant une forte orientation paratélique. Ces personnes ont en effet une orientation paratélique dominante. Le deuxième groupe inclut les personnes ayant une faible orientation paratélique que nous considérons comme des personnes avec une orientation télique dominante. L’hypothèse H7 concerne les différences des liens du modèle de changement selon le genre notamment entre les femmes et les hommes. Une série d’analyses d’acheminement multi-groupes est d’abord effectuée pour les différences de l’orientation paratélique au sein des deux groupes de changement "*Action*" et "*Maintien*". La même série d’analyses est ensuite reproduite pour les différences de genre au sein de ces groupes de changement. Le nombre d’observations selon l’orientation paratélique et le genre dans chaque groupe de changement est présenté.

**Tableau 67 : Nombre d'observations selon l'orientation paratélique
et le genre dans chaque groupe de changement**

	Groupe 1 "Action"		Groupe 2 "Maintien"	
	Orientation paratélique dominante	Orientation télélique dominante	Orientation paratélique dominante	Orientation télélique dominante
Nombre d'observations	75	105	118	70
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Nombre d'observations	88	97	85	98

I. Analyses multi-groupes pour les différences de l'orientation paratélique

1. Analyses multi-groupes pour les différences de l'orientation paratélique dans le premier groupe de changement "Action"

Dans le but de tester les différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique dans le groupe de changement "Action", une série d'analyses multi-groupes a été réalisée. Dans un premier temps, un modèle exploratoire, avec tous les coefficients de stabilité et toutes les relations bidirectionnelles possibles a été testé séparément pour les personnes ayant une forte orientation paratélique (avec une orientation paratélique dominante) et les personnes ayant une orientation paratélique faible (avec orientation une télélique dominante). Ces modèles ont permis d'éliminer l'ensemble des coefficients qui n'étaient pas significatifs et d'identifier les coefficients qui étaient communs aux personnes avec une orientation paratélique dominante et aux personnes avec une orientation télélique dominante, de même que ceux qui étaient uniques aux personnes avec une orientation paratélique dominante et aux personnes avec une orientation télélique dominante respectivement. Deuxièmement, un modèle constitué essentiellement en analyses multi-groupes uniques a été conduit séparément pour les personnes avec une orientation paratélique dominante et les personnes avec une orientation télélique dominante respectivement. Ce modèle a permis d'identifier les indices d'adéquation pour le modèle de base, qui sert de talon de comparaison avec les autres modèles. Enfin, les relations bidirectionnelles communes aux

personnes avec une orientation paratélique dominante et aux personnes avec une orientation télique dominante ont été contraintes à l'égalité. Les résultats des analyses menées avec ajustement libre et ajustement contraint sont présentés dans le tableau suivant.

Tableau 68 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles

Ajustement	χ^2	ddl	χ^2/ddl	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
Modèle libre	1095.7	534	2.052	0.90	0.85	0.90	0.077
Modèle contraint	1153.1	560	2.059	0.90	0.85	0.90	0.076

Les tests khi-carré respectifs sont significatifs (χ^2 libre = 1095.7 ; ddl = 534 ; $p < 0,001$ / χ^2 contraint = 1153.1 ; ddl = 560 ; $p < 0,001$). Cependant, le ratio χ^2 /ddl est de 2,05 pour le modèle libre et de 2,06 pour le modèle contraint, ce qui est satisfaisant (Bentler, 1980 ; Byrne, 1994). Les indices d'ajustement GFI et AGFI sont suffisants (GFI libre = GFI contraint = 0,90 ; AGFI libre = AGFI contraint = 0,85). L'indice comparatif (CFI libre = CFI contraint = 0,90) est bon. L'analyse des résidus de covariance montre également que l'approximation de la structure de covariance pour les variables est acceptable (RMSEA libre = 0,077 / RMSEA contraint = 0,076). Ces résultats permettent de conclure favorablement à l'ajustement entre l'estimation des différents modèles. Nous testons l'hypothèse d'égalité des coefficients structurels dans les deux modèles.

χ^2 calculé = 1153.1 - 1095.7 = 57.4, avec ddl = 560 - 534 = 26

χ^2 théorique = 38.89 avec 26 degrés de liberté

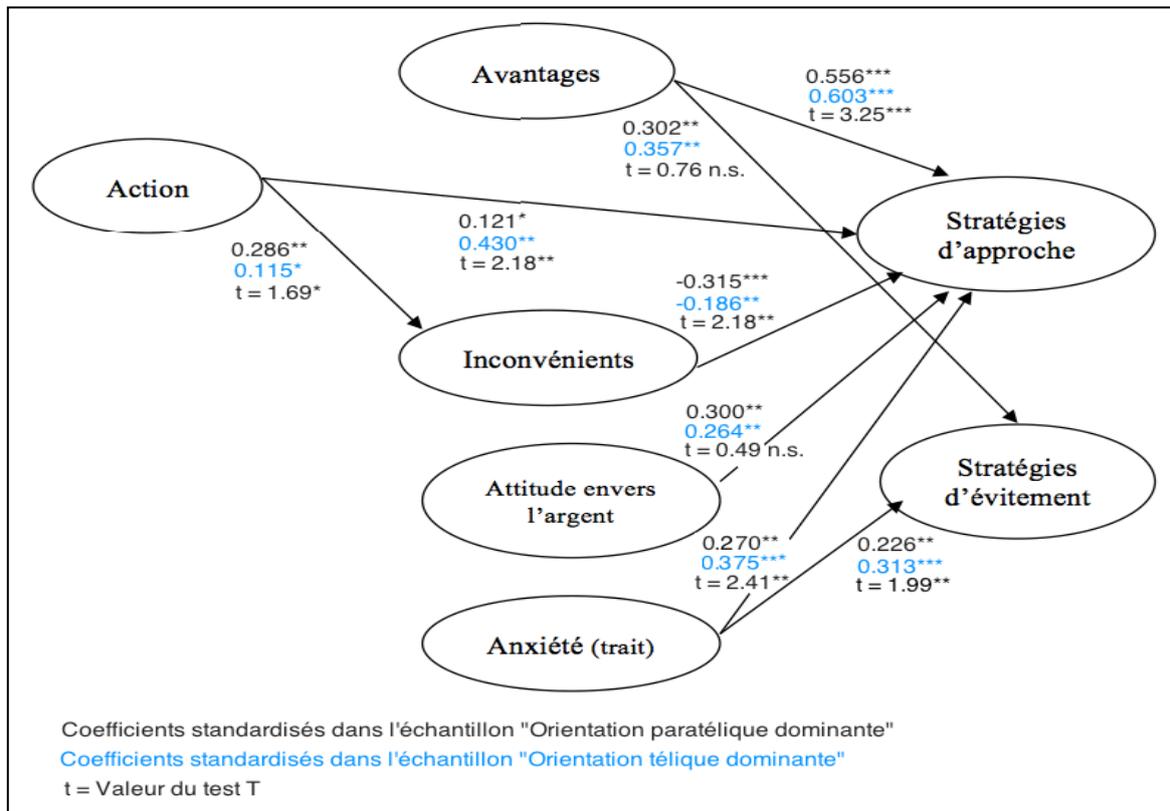
χ^2 calculé > χ^2 théorique

→ L'hypothèse d'égalité des paramètres dans l'échantillon « orientation paratélique dominante » et dans l'échantillon « orientation télique dominante » est rejetée.

Les modèles ajustés librement pour les personnes avec une orientation paratélique dominante et les personnes avec une orientation télique dominante sont significativement différents. Le modèle contraint est significativement moins performant. Le modèle où les paramètres sont contraints à être égaux est globalement distinct des modèles ajustés librement et permet

d'observer les différences des coefficients structurels entre les variables.

Figure 30 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique des personnes en « Action »



Les résultats permettent de mettre en évidence les différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique des personnes en « Action ». Rappelons que les personnes appartenant au groupe de changement "Action" sont engagées dans le changement mais n'ayant pas cessé les dépenses excessives. Ce groupe est segmenté en deux échantillons : un premier échantillon regroupant les personnes avec une orientation paratélique dominante et un deuxième échantillon comprenant les personnes avec une orientation téléquie dominante. Ces deux échantillons présentent plusieurs différences. Premièrement, le lien entre la dimension avantages de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche est statistiquement plus faible pour les personnes avec une orientation paratélique dominante comparé aux personnes ayant une orientation téléquie dominante ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.556 < \beta_{\text{téléquie}} = 0.603$; $t = 3.249$; $p < 0.001$). Le lien entre la dimension avantages de la balance décisionnelle et les stratégies d'évitement n'est pas significativement différent entre les deux échantillons ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.302 < \beta_{\text{téléquie}} = 0.357$; $t = 0.761$ n.s.). En revanche, le

lien entre la dimension inconvénients de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche est supérieur pour les individus avec une orientation paratélique dominante ($\beta_{\text{paratélique}} = -0.315 > \beta_{\text{télique}} = -0.186$; $t = 2.167$; $p < 0.05$). En effet, les personnes avec une orientation paratélique dominante considèrent moins que les autres les avantages de bien gérer leur argent ainsi, leur intention d'adopter les stratégies d'approche est plus faible. De plus, ces personnes se focalisent davantage sur les inconvénients de bien gérer leur argent ce qui réduit leur intention d'adopter les stratégies d'approche par rapport aux personnes avec une orientation télique dominante. Deuxièmement, la relation entre l'intensité d'efforts (action) et la dimension des inconvénients de la balance décisionnelle est plus forte dans l'échantillon des personnes avec une orientation paratélique dominante ($\gamma_{\text{paratélique}} = 0.286 < \gamma_{\text{télique}} = 0.115$; $t = 2.668$; $p < 0.1$). Cependant, l'influence de l'intensité d'efforts (action) sur les stratégies d'approche est beaucoup plus faible pour les personnes avec une orientation paratélique dominante comparé aux personnes ayant une orientation télique dominante ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.121 < \beta_{\text{télique}} = 0.430$; $t = 2.147$; $p < 0.05$). En effet, la littérature s'accorde sur le constat théorique stipulant qu'une plus grande orientation télique est observée dans des situations nécessitant des efforts. Ces résultats sont concordants avec la littérature sur ce point. Les personnes avec une orientation paratélique dominante fournissent moins d'efforts que les personnes avec une orientation télique dominante et de ce fait ont une plus faible intention d'adopter les stratégies d'approche. De surcroît, l'intensité d'efforts accomplis s'accompagne par une plus forte concentration sur les inconvénients de bien gérer leur argent pour ces personnes. Par ailleurs, les liens entre l'attitude à l'égard de l'argent et l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement ne sont pas statistiquement différents entre les deux échantillons. L'effet de l'importance accordée à l'argent sur l'intention d'épargner est invariant selon l'orientation motivationnelle paratélique ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.300 < \beta_{\text{télique}} = 0.264$; $t = 0.498$ n.s.). Troisièmement, les liens de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.270 < \beta_{\text{télique}} = 0.375$; $t = 2.411$; $p < 0.05$) et d'évitement ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.226 < \beta_{\text{télique}} = 0.313$; $t = 1.998$; $p < 0.05$) sont significativement plus faibles pour les personnes avec une orientation paratélique dominante comparé à celles avec une orientation télique dominante. Effectivement, les personnes avec une orientation télique dominante sont de nature plus anxieuse. La moindre contrariété est source d'anxiété. À l'inverse, les personnes avec une orientation paratélique dominante cherchent à atteindre leurs objectifs de façon plus agréable. Ces résultats sont conformes aux constats théoriques. En effet, les personnes avec une orientation paratélique dominante disposent d'un plus faible niveau d'anxiété (trait) par rapport aux autres ce qui amoindrit leur intention d'adopter les

stratégies d'approche et d'évitement. De plus, l'objectif premier de ce groupe est de mettre en place les stratégies d'approche (épargner). C'est pourquoi l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche est supérieure à son influence sur les stratégies d'évitement.

2. Analyses multi-groupes pour les différences de l'orientation paratélique dans le deuxième groupe de changement "Maintien"

Afin de tester les différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique dans le deuxième groupe de changement "Maintien", une série d'analyses multi-groupes a été réalisée. D'abord, un modèle exploratoire, avec les coefficients de stabilité et les relations bidirectionnelles a été testé séparément pour les personnes ayant une forte orientation paratélique (avec une orientation paratélique dominante) et les personnes ayant une orientation paratélique faible (avec une orientation télique dominante). Ces modèles ont permis d'éliminer l'ensemble des coefficients qui n'étaient pas significatifs et d'identifier les coefficients qui étaient communs aux personnes avec une orientation paratélique dominante et aux personnes avec une orientation télique dominante, de même que ceux qui étaient uniques aux personnes avec une orientation paratélique dominante et aux personnes avec une orientation télique dominante respectivement. Ensuite, un modèle constitué essentiellement en analyses multi-groupes uniques a été conduit séparément pour les personnes avec une orientation paratélique dominante et les personnes avec une orientation télique dominante respectivement. Ce modèle a permis d'identifier les indices d'adéquation pour le modèle de base. Enfin, les relations bidirectionnelles communes aux personnes avec une orientation paratélique dominante et aux personnes avec une orientation télique dominante ont été contraintes à l'égalité. Les résultats des analyses menées avec ajustement libre et ajustement contraint sont présentés dans le tableau suivant.

Tableau 69 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles

Ajustement	χ^2	ddl	χ^2/ddl	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
Modèle libre	1154.3	672	1.718	0.90	0.90	0.91	0.065
Modèle contraint	1210.4	705	1.717	0.90	0.90	0.91	0.066

Les tests khi-carré respectifs sont significatifs (χ^2 libre = 1154,3 ; ddl = 672 ; $p < 0,001$ / χ^2 contraint = 1210,4 ; ddl = 705 ; $p < 0,001$). Le ratio χ^2 /ddl est de 1,72 pour le modèle libre ainsi que pour le modèle contraint, ce qui est très satisfaisant (Bentler, 1980 ; Byrne, 1994). Les indices d'ajustement GFI et AGFI sont suffisants (GFI libre = GFI contraint = 0,90 ; AGFI libre = AGFI contraint = 0,90). L'indice comparatif (CFI libre = CFI contraint = 0,91) est bon. L'analyse des résidus de covariance montre également que l'approximation de la structure de covariance pour les variables est acceptable (RMSEA libre = 0,065 / RMSEA contraint = 0,066). Ces résultats permettent de conclure favorablement à l'ajustement entre l'estimation des différents modèles. Nous testons l'hypothèse d'égalité des coefficients structurels dans les deux modèles.

$$\chi^2 \text{ calculé} = 1210.4 - 1154.3 = 56.1, \text{ avec ddl} = 705 - 672 = 33$$

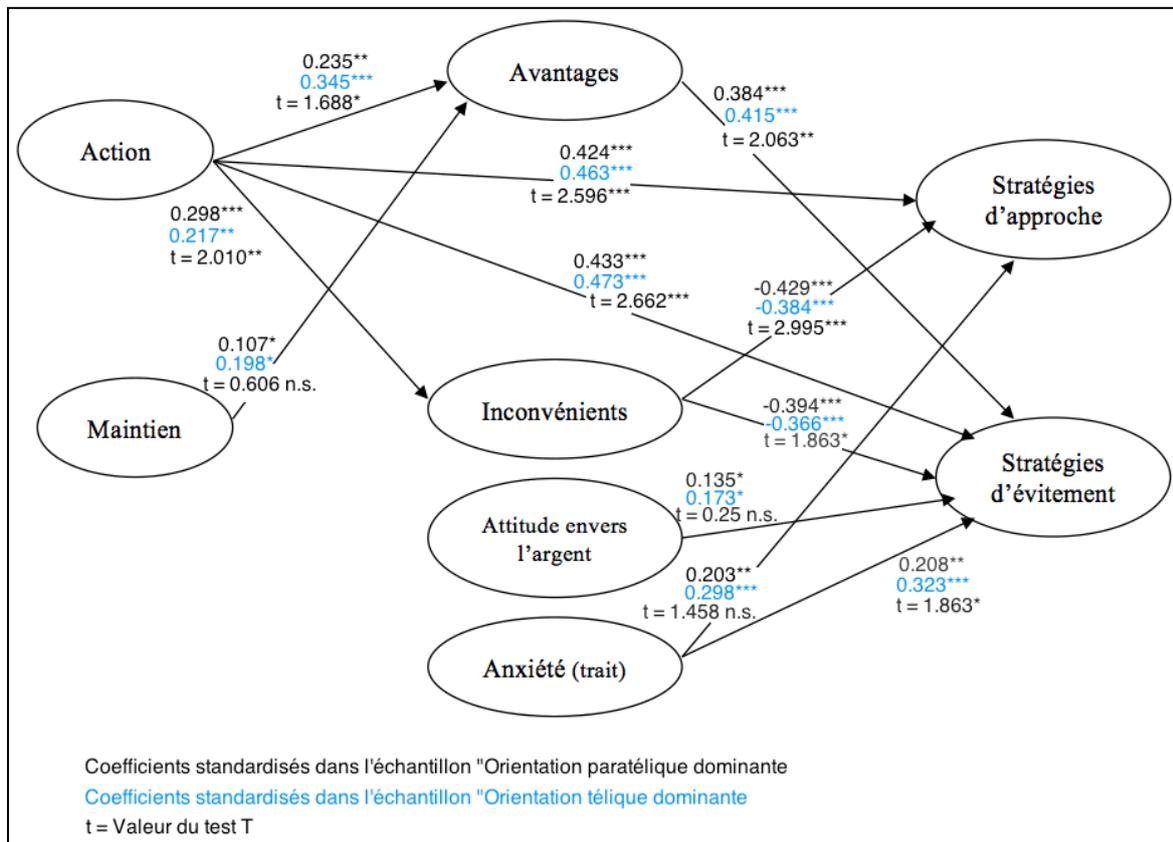
$$\chi^2 \text{ théorique} = 47.40 \text{ avec } 33 \text{ degrés de liberté}$$

$$\chi^2 \text{ calculé} > \chi^2 \text{ théorique}$$

→ L'hypothèse d'égalité des paramètres dans l'échantillon « orientation paratélique dominante » et dans l'échantillon « orientation télélique dominante » est rejetée.

Les modèles ajustés librement pour les personnes avec une orientation paratélique dominante et les personnes avec une orientation télélique dominante sont significativement différents. Le modèle contraint est significativement moins performant. Le modèle où les paramètres sont contraints à être égaux est globalement distinct aux modèles ajustés librement et permet d'observer les différences des coefficients structurels entre les variables.

Figure 31 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique des personnes en « Maintien »



Les résultats montrent que les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon l'orientation paratélique des personnes en « Maintien ». Pour rappel, le groupe de changement "Maintien" comprend les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts (action). Ce groupe est segmenté en deux échantillons : un premier échantillon regroupant les personnes avec une orientation paratélique dominante et un deuxième échantillon comprenant les personnes avec une orientation téléquique dominante. Plusieurs différences sont observées entre les deux échantillons. Dans un premier temps, l'influence de la dimension avantages de la balance décisionnelle sur les stratégies d'évitement est statistiquement plus faible pour les personnes avec une orientation paratélique dominante comparé aux personnes avec une orientation téléquique dominante ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.384 < \beta_{\text{téléquique}} = 0.415$; $t = 2.063$; $p < 0.05$). Toutefois, l'effet négatif de la dimension inconvénients de la balance décisionnelle sur les stratégies d'approche ($\beta_{\text{paratélique}} = -0.429 < \beta_{\text{téléquique}} = -0.384$; $t = 2.995$; $p < 0.001$) ainsi que son effet

négatif sur les stratégies d'évitement ($\beta_{\text{paratélique}} = -0.394 < \beta_{\text{télique}} = -0.366$; $t = 1.863$; $p < 0.1$) successivement sont plus importants pour les personnes avec une orientation paratélique dominante par rapport aux autres. En effet, les personnes avec une orientation paratélique dominante considèrent moins que les autres les avantages de bien gérer leur argent ce qui amoindrit leur intention d'adopter les stratégies d'évitement. En revanche, ces personnes se concentrent davantage sur les inconvénients de bien gérer leur argent et de ce fait leur intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement est nettement plus faible comparé aux personnes avec une orientation télique dominante. Par ailleurs, l'influence de l'évaluation des inconvénients du changement sur les stratégies d'évitement est plus importante que l'influence de l'évaluation des avantages du changement pour les individus avec une orientation paratélique dominante. Dans un second temps, l'influence de l'intensité d'efforts (action) sur la dimension des avantages de la balance décisionnelle est plus faible pour les personnes avec une orientation paratélique dominante ($\gamma_{\text{paratélique}} = 0.235 < \gamma_{\text{télique}} = 0.345$; $t = 1.688$; $p < 0.1$). Cependant, l'influence de l'intensité d'efforts (action) sur la dimension des inconvénients de la balance décisionnelle est plus élevée pour ces mêmes personnes ($\gamma_{\text{paratélique}} = 0.298 < \gamma_{\text{télique}} = 0.217$; $t = 2.010$; $p < 0.05$). L'influence de l'intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) n'est pas statistiquement différente entre les deux échantillons ($\gamma_{\text{paratélique}} = 0.107 < \gamma_{\text{télique}} = 0.198$; $t = 0.606$ n.s.). Ces résultats permettent de constater que l'effort fourni par les personnes avec une orientation paratélique dominante s'accompagne d'une faible considération des avantages de bien gérer leur argent et d'une plus forte concentration sur les inconvénients. De plus, l'intensité d'efforts sur les stratégies d'approche ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.463 < \beta_{\text{télique}} = 0.424$; $t = 2.596$; $p < 0.01$) et sur les stratégies d'évitement ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.473 < \beta_{\text{télique}} = 0.433$; $t = 2.662$; $p < 0.01$) est significativement plus faible dans l'échantillon des personnes avec une orientation paratélique dominante. En effet, les personnes avec une orientation paratélique dominante fournissent moins d'efforts que les personnes avec une orientation télique dominante et de ce fait ont une plus faible intention d'adopter à la fois les stratégies d'approche et les stratégies d'évitement. D'autre part, l'effet de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies d'évitement n'est pas significativement différent entre les deux échantillons. L'influence de l'importance accordée à l'argent sur l'intention de contrôler les dépenses excessives est invariant selon l'orientation motivationnelle paratélique ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.135 < \beta_{\text{télique}} = 0.173$; $t = 0.253$ n.s.). Pareillement, l'effet de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche n'est pas statistiquement différent entre les personnes avec une orientation paratélique dominante et les personnes avec une orientation télique dominante ($\beta_{\text{paratélique}} = 0.203 <$

$\beta_{\text{télique}} = 0.298$; $t = 1.458$ n.s.). Toutefois, l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'évitement est significativement plus faible pour les personnes avec une orientation paratélique dominante. En effet, les personnes avec une orientation paratélique dominante disposent d'un plus faible niveau d'anxiété (trait) par rapport aux personnes avec une orientation télique ce qui diminue leur intention d'adopter les stratégies d'évitement.

3. Discussion des résultats de l'hypothèse H6

L'hypothèse H6 teste les différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation motivationnelle paratélique des personnes au sein des deux groupes de changement "*Action*" et "*Maintien*". Chaque groupe de changement est dichotomisé en deux échantillons notamment les personnes avec une orientation paratélique dominante et les personnes avec une orientation télique dominante. Plusieurs différences sont constatées entre ces deux échantillons pour chaque groupe de changement.

D'abord, les liens entre la dimension avantages de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche et d'évitement sont statistiquement plus faibles pour les personnes avec une orientation paratélique dominante comparé aux personnes avec une orientation télique dominante (excepté le lien entre les avantages et les stratégies d'évitement dans le groupe "*Action*" et le lien entre les avantages et les stratégies d'approche dans le groupe "*Maintien*"). Toutefois, les liens entre la dimension inconvénients de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche et d'évitement sont significativement plus élevés dans l'échantillon des personnes avec orientation paratélique dominante (excepté le lien entre les inconvénients et les stratégies d'évitement dans le groupe "*Action*"). Ces résultats permettent de constater que les personnes avec une orientation paratélique dominante considèrent moins que les autres les avantages de bien gérer leur argent et se concentrent davantage sur les inconvénients ce qui réduit leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement.

Ensuite, la relation entre l'intensité d'efforts et la dimension avantages de la balance décisionnelle est nettement inférieure pour les personnes avec une orientation paratélique dominante par rapport à celles avec une orientation télique dominante (excepté la relation entre l'intensité d'efforts et les avantages dans le groupe "*Action*"). Cependant, la relation entre l'intensité d'efforts et la dimension inconvénients de la balance décisionnelle est significativement supérieure pour les personnes avec une orientation paratélique dominante.

En effet, les efforts fournis par les personnes avec une orientation paratélique dominante s'accompagnent par une plus faible évaluation des avantages de bien gérer leur argent et une plus forte focalisation sur les inconvénients. De plus, les liens entre l'intensité d'efforts sur les stratégies d'approche et d'évitement sont statistiquement plus faibles dans l'échantillon des personnes avec une orientation paratélique dominante (excepté le lien entre l'intensité d'efforts et les stratégies d'évitement dans le groupe "*Action*"). Les personnes avec une orientation paratélique dominante fournissent moins d'efforts comparé aux personnes avec une orientation télélique dominante ce qui amoindrit leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Ce résultat est en accord avec les travaux de recherche et selon Cox (2005, p.189) une plus grande orientation télélique est observée dans des situations nécessitant des efforts.

En revanche, l'effet de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies d'approche et d'évitement n'est pas significativement différent entre les deux échantillons. L'effet de l'importance accordée à l'argent sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche et les stratégies d'évitement est invariant selon l'orientation motivationnelle des personnes. En d'autres termes, cette importance accordée à l'argent agit de la même façon sur l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement auprès des personnes avec une orientation paratélique dominante et des personnes avec une orientation télélique dominante.

D'autre part, l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche et d'évitement est significativement plus faible pour les personnes avec une orientation paratélique dominante par rapport aux personnes avec une orientation télélique dominante (excepté l'influence de l'anxiété sur les stratégies d'approche dans le groupe "*Maintien*"). Les personnes avec une orientation paratélique dominante ont un faible niveau d'anxiété par rapport aux autres ce qui amoindrit leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Effectivement, la littérature témoigne que les personnes avec une orientation télélique dominante sont de nature plus anxieuse (Loonis et *alii*, 2000). A l'inverse, les personnes en état paratélique dont la valeur est le plaisir ont plutôt un esprit enjoué et la tendance de faible intention (Viallard, 2011).

Les résultats permettent de constater que les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon l'orientation motivationnelle paratélique des personnes au sein des deux groupes de changement et de valider l'hypothèse H6.

Tableau 70 : Résultat de l'hypothèse H6

Différences des liens du modèle de changement de comportement selon l'orientation paratélique	
H6 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le degré orientation motivationnelle paratélique.	Hypothèse validée

II. Analyses multi-groupes pour les différences du genre

1. Analyses multi-groupes pour les différences du genre dans le premier groupe de changement "Action"

Les mêmes démarches et séries d'analyses multi-groupes ont été reproduite pour tester les différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre dans le groupe de changement "Action". Dans un premier temps, un modèle exploratoire, avec tous les coefficients de stabilité et toutes les relations bidirectionnelles possibles a été testé séparément pour les femmes et les hommes. Ces modèles ont permis d'éliminer les coefficients qui n'étaient pas significatifs et d'identifier les coefficients qui étaient communs aux femmes et aux hommes, de même que ceux qui étaient uniques aux femmes et aux hommes respectivement. Deuxièmement, un modèle constitué essentiellement en analyses multi-groupes uniques a été conduit séparément pour les femmes et les hommes. Ce modèle a permis d'identifier les indices d'adéquation pour le modèle de base. Enfin, les relations bidirectionnelles communes aux femmes et aux hommes ont été contraintes à l'égalité. Les résultats des analyses menées avec ajustement libre et ajustement contraint sont présentés dans le tableau suivant.

Tableau 71 : Résumés des indices d'adéquation des différents modèles d'équations structurelles

Ajustement	χ^2	ddl	χ^2/ddl	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
Modèle libre	1101.8	530	2.078	0.90	0.85	0.90	0.078

Modèle contraint	1115.8	558	2.000	0.90	0.85	0.90	0.075
-----------------------------	--------	-----	-------	------	------	------	-------

Les tests khi-carré respectifs sont significatifs (χ^2 libre = 1101.8 ; ddl = 530 ; $p < 0,001$ / χ^2 contraint = 1115.8 ; ddl = 558 ; $p < 0,001$). Cependant, le ratio χ^2 /ddl est de 2,08 pour le modèle libre et de 2,00 pour le modèle contraint, ce qui est satisfaisant (Bentler, 1980 ; Byrne, 1994). Les indices d'ajustement GFI et AGFI sont aussi suffisants (GFI libre = GFI contraint = 0,90 ; AGFI libre = AGFI contraint = 0,85). L'indice comparatif (CFI libre = CFI contraint = 0,90) est bon. L'analyse des résidus de covariance montre également que l'approximation de la structure de covariance pour les variables est acceptable (RMSEA libre = 0,078 / RMSEA contraint = 0,075). Ces résultats permettent de conclure favorablement à l'ajustement entre l'estimation des différents modèles. Nous testons l'hypothèse d'égalité des coefficients structurels dans les deux modèles.

$$\chi^2 \text{ calculé} = 1115.8 - 1101.8 = 14, \text{ avec ddl} = 558 - 530 = 28$$

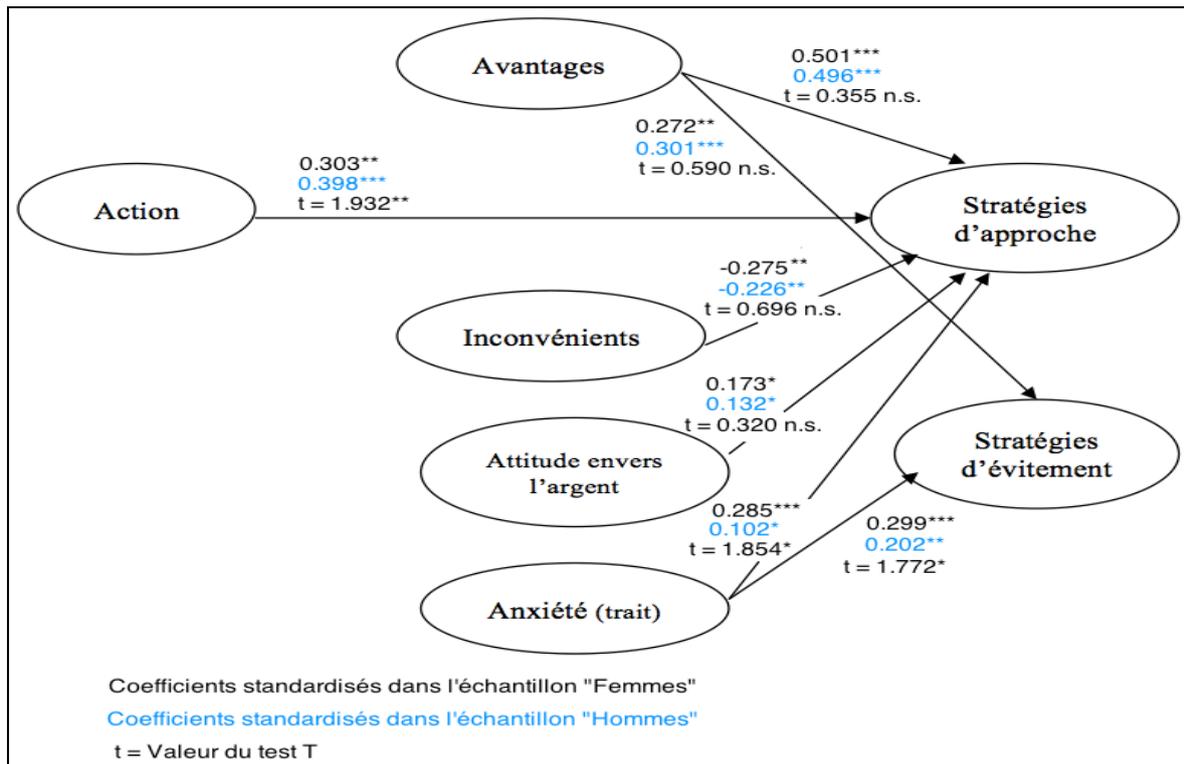
$$\chi^2 \text{ théorique} = 41.34 \text{ avec } 28 \text{ degrés de liberté}$$

$$\chi^2 \text{ calculé} < \chi^2 \text{ théorique}$$

→ L'hypothèse d'égalité des paramètres dans l'échantillon « femmes » et dans l'échantillon « hommes » n'est pas rejetée.

Les modèles ajustés librement pour les femmes et les hommes ne sont pas significativement différents. En effet, le modèle où les paramètres sont contraints à être égaux est globalement similaire aux modèles ajustés librement. En revanche, quelques différences des coefficients structurels entre les variables des deux échantillons sont observées.

Figure 32 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre dans le groupe « Action »



Etant donné que le test global du modèle de changement de comportement selon les différences du genre n'est pas statistiquement significatif, la plupart des liens sont identiques pour les femmes et les hommes. Les liens entre la dimension avantages de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche ($\beta_{\text{femmes}} = 0.501 > \beta_{\text{hommes}} = 0.496$; $t = 0.355$ n.s.) et d'évitement ($\beta_{\text{femmes}} = 0.272 < \beta_{\text{hommes}} = 0.301$; $t = 0.590$ n.s.) ne sont pas significativement différents entre les deux échantillons. La considération des femmes et des hommes des avantages de bien gérer leur argent influence dans la même proportion leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. De plus, la significativité du lien entre la dimension inconvénients de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche n'est pas présente ($\beta_{\text{femmes}} = -0.275 < \beta_{\text{hommes}} = -0.226$; $t = 0.696$ n.s.). En effet, la focalisation des femmes et des hommes sur les inconvénients de bien gérer leur argent agit de la même façon sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche. Toutefois, la relation entre l'intensité d'efforts sur les stratégies d'approche est statistiquement supérieure pour les hommes comparé aux femmes ($\beta_{\text{femmes}} = 0.303 < \beta_{\text{hommes}} = 0.398$; $t = 1.932$; $p < 0.05$). Les efforts fournis dans le changement par les hommes sont plus importants que les efforts fournis par les femmes ce qui renforce leur intention de mettre en place les stratégies d'approche. Par

ailleurs, l'effet de l'attitude envers l'argent sur les stratégies d'approche n'est pas significativement différent entre les deux échantillons ($\beta_{\text{femmes}} = 0.173 < \beta_{\text{hommes}} = 0.173$; $t = 0.132$ n.s.). Ainsi, l'importance accordée à l'argent par les femmes ainsi que par les hommes a le même effet sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche. En revanche, l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche ($\beta_{\text{femmes}} = 0.285 < \beta_{\text{hommes}} = 0.102$; $t = 1.854$; $p < 0.1$) et d'évitement ($\beta_{\text{femmes}} = 0.299 < \beta_{\text{hommes}} = 0.202$; $t = 1.772$; $p < 0.1$) est statistiquement supérieure pour les femmes comparé aux hommes. Le niveau d'anxiété (trait) est plus intense chez les femmes par rapport aux hommes ce qui les motive davantage à adopter les stratégies d'approche et d'évitement. D'ailleurs, les travaux de recherche dans divers domaines (éducation, sport, utilisation de nouvelles technologies) associent souvent l'anxiété au sexe féminin (Kumar et Prakash, 2014 ; Agnetha Broos, 2005 ; Bitsika, Sharpley et Melhem, 2010). Cette forte intensité d'anxiété (trait) est finalement considérée comme un moteur pour agir et pour se protéger du danger.

2. Analyses multi-groupes pour les différences du genre dans le deuxième groupe de changement "*Maintien*"

Pour tester les différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre dans le groupe de changement "*Maintien*", Une série d'analyses multi-groupes a été réalisée. D'abord, un modèle exploratoire, avec tous les coefficients de stabilité et toutes les relations bidirectionnelles a été testé séparément pour les femmes et les hommes. Ces modèles ont permis d'éliminer les coefficients qui n'étaient pas significatifs et d'identifier les coefficients qui étaient communs aux femmes et aux hommes, de même que ceux qui étaient uniques aux femmes et aux hommes respectivement. Ensuite, un modèle constitué essentiellement en analyses multi-groupes uniques a été conduit séparément pour les femmes et les hommes. Ce modèle a permis d'identifier les indices d'adéquation pour le modèle de base. Enfin, les relations bidirectionnelles communes aux femmes et aux hommes ont été contraintes à l'égalité. Les résultats des analyses menées avec ajustement libre et ajustement contraint sont présentés dans le tableau suivant.

**Tableau 72 : Résumés des indices d'adéquation des différents
modèles d'équations structurelles**

Ajustement	χ^2	ddl	χ^2/ddl	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
Modèle libre	1288.7	672	1.918	0.90	0.90	0.91	0.070
Modèle contraint	1335.4	705	1.894	0.90	0.90	0.91	0.069

Les tests khi-carré respectifs sont significatifs (χ^2 libre = 1288.7 ; ddl = 672 ; $p < 0,001$ / χ^2 contraint = 1335.4 ; ddl = 705 ; $p < 0,001$). Cependant, le ratio χ^2 / ddl est de 1,92 pour le modèle libre et de 1,89 pour le modèle contraint, ce qui est très satisfaisant (Bentler, 1980 ; Byrne, 1994). Les indices d'ajustement GFI et AGFI sont suffisants (GFI libre = GFI contraint = 0,90 ; AGFI libre = AGFI contraint = 0,90). L'indice comparatif (CFI libre = CFI contraint = 0,91) est bon. L'analyse des résidus de covariance montre également que l'approximation de la structure de covariance pour les variables est acceptable (RMSEA libre = 0,070 / RMSEA contraint = 0,069). Ces résultats permettent de conclure favorablement à l'ajustement entre l'estimation des différents modèles. Nous testons l'hypothèse d'égalité des coefficients structurels dans les deux modèles.

$$\chi^2 \text{ calculé} = 1335.4 - 1288.7 = 46.7 \text{ avec ddl} = 705 - 672 = 33$$

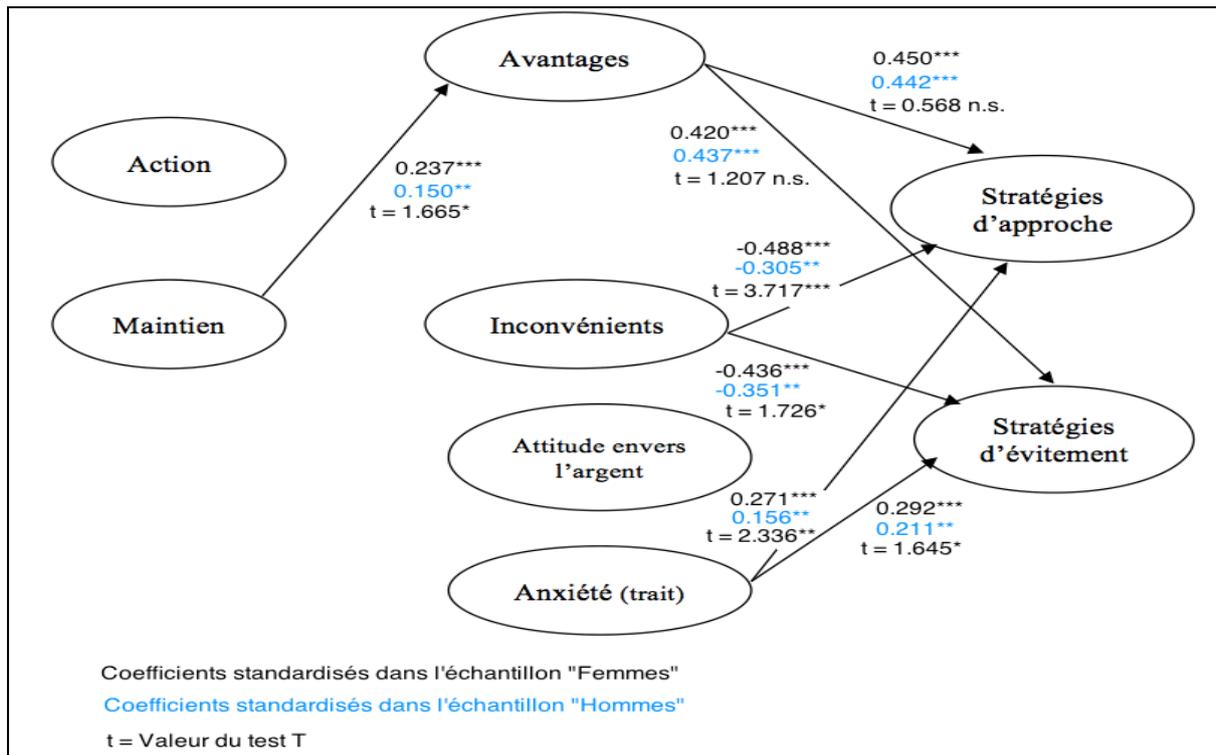
$$\chi^2 \text{ théorique} = 47.4 \text{ avec } 33 \text{ degrés de liberté}$$

$$\chi^2 \text{ calculé} < \chi^2 \text{ théorique}$$

→ L'hypothèse d'égalité des paramètres dans l'échantillon « femmes » et dans l'échantillon « hommes » n'est pas rejetée.

La significativité des modèles ajustés librement pour les femmes et les hommes n'est pas significativement présente. En effet, le modèle où les paramètres sont contraints à être égaux est globalement similaire aux modèles ajustés librement. En revanche, quelques différences des coefficients structurels entre les variables des deux échantillons sont observées.

Figure 33 : Résultats des différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre dans le groupe « Maintien »



Les résultats permettent de constater que certains liens du modèle de changement de comportement financier sont similaires entre les femmes et les hommes alors que d'autres sont significativement différents. L'effet de la dimension avantages de la balance décisionnelle sur les stratégies d'approche ($\beta_{\text{femmes}} = 0.450 < \beta_{\text{hommes}} = 0.442$; $t = 0.568$ n.s.) et d'évitement ($\beta_{\text{femmes}} = 0.420 > \beta_{\text{hommes}} = 0.437$; $t = 1.207$ n.s.) n'est pas statistiquement différent entre les femmes et les hommes. L'influence de l'évaluation des femmes et des hommes des avantages de bien gérer leur argent agit de la même façon sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche ($\beta_{\text{femmes}} = -0.488 < \beta_{\text{hommes}} = -0.305$; $t = 3.717$; $p < 0.01$) et d'évitement ($\beta_{\text{femmes}} = -0.436 < \beta_{\text{hommes}} = -0.351$; $t = 1.726$; $p < 0.1$). En revanche, l'effet de la dimension inconvénients de la balance décisionnelle sur les stratégies d'approche et d'évitement est significativement plus important pour les femmes comparé aux hommes. Les femmes se focalisent plus que les hommes sur les inconvénients de bien gérer leur argent ce qui amoindrit leur intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement par rapport à ces derniers. La relation entre l'intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) et la dimension avantages de la balance décisionnelle est également statistiquement distincte entre les femmes et les hommes ($\gamma_{\text{femmes}} = 0.237 >$

$\gamma_{\text{hommes}} = 0.150$; $t = 1.665$; $p < 0.01$). En effet, l'intensité de préserver les nouveaux acquis en matière de gestion financière par les femmes s'accompagne d'une plus forte considération des avantages de bien gérer leur argent comparé aux hommes. De surcroît, l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche ($\beta_{\text{femmes}} = 0.271 < \beta_{\text{hommes}} = 0.156$; $t = 2.336$; $p < 0.05$) et d'évitement ($\beta_{\text{femmes}} = 0.292 < \beta_{\text{hommes}} = 0.211$; $t = 1.645$; $p < 0.1$) est strictement supérieure chez les femmes en comparaison aux hommes. L'intensité de l'anxiété (trait) est plus forte dans le sexe féminin par rapport au sexe masculin ce qui renforce leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement.

3. Discussion des résultats de l'hypothèse H7

L'hypothèse H7 teste les différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre au sein de chaque groupe de changement notamment "*Action*" et "*Maintien*". Le teste du modèle global ne témoigne pas de la différence entre les deux sexes. Néanmoins, quelques liens du modèle de changement de comportement s'avèrent significativement différents entre ces deux échantillons dans chaque groupe de changement.

Dans le premier groupe "*Action*", l'effet de l'intensité d'efforts (action) sur les stratégies d'approche est statistiquement supérieur pour les hommes comparé aux femmes. Ce résultat souligne que les hommes fournissent plus d'efforts que les femmes ce qui agit favorablement sur leur intention d'adopter les stratégies d'approche. Cependant, l'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche et d'évitement est plus forte chez les femmes par rapport aux hommes. En effet, l'intensité d'anxiété est plus élevée chez les femmes et de ce fait leur intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement est plus importante comparé aux hommes.

Dans le deuxième groupe "*Maintien*", la relation entre la dimension inconvénients de la balance décisionnelle et les stratégies d'approche et d'évitement est significativement plus importante pour les femmes en comparaison aux hommes. Les femmes perçoivent plus que les hommes les inconvénients de bien gérer leur argent ce qui diminue leur intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement. De surcroît, l'influence de l'intensité de préserver les nouveaux acquis (maintien) sur la dimension avantages de la balance décisionnelle est plus élevée chez les femmes par rapport aux hommes. En effet, les femmes cherchent plus que les hommes à préserver les nouveaux acquis et à éviter les tentations

durant le processus de changement et ce par une plus forte concentration sur les avantages de bien gérer leur argent. D'autre part, le lien entre l'anxiété (trait) et les stratégies d'approche et d'évitement est supérieur pour les femmes. L'intensité de l'anxiété (trait) est plus forte dans le sexe féminin par rapport au sexe masculin et de ce fait leur intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement est plus élevée.

Seul le lien entre l'anxiété (trait) et les stratégies d'approche et d'évitement est statistiquement différent pour les hommes et les femmes dans les deux groupes de changement notamment "*Action*" et "*Maintien*". La littérature s'accorde en effet sur l'idée que les femmes sont de nature plus anxieuse que les hommes. En revanche, certains auteurs trouvent que l'anxiété est un moteur pour agir alors que d'autres y voient un frein pour la performance (Lemeau-Koehl, 2009). Dans notre recherche, cette forte intensité d'anxiété (trait) est finalement considérée comme un moteur pour agir et pour se protéger du danger en consolidant les intentions de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement.

Tableau 73 : Résultat de l'hypothèse H7

Différences des liens du modèle de changement de comportement selon le genre	
H7 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le genre.	Hypothèse non validée

* *
*

Ce chapitre a permis de mettre en évidence les résultats de notre étude finale. Les groupes de changement obtenus sur la base des dimensions de changement du modèle transthéorique (précontemplation, contemplation, action et maintien) ont été présentés. Les hypothèses relatives aux déterminants des stratégies de changement ont ensuite été testées dans chacun de ces groupes de personnes en situations similaires sur la trajectoire de changement de comportement. Plus spécifiquement, les hypothèses ont d'abord été testées pour les influences directes de la balance décisionnelle sur les stratégies d'approche et d'évitement (H1) ainsi que sur les influences des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur la balance décisionnelle et sur les stratégies d'approche et d'évitement (H2a et b). Les résultats ont également montré les influences directes de l'attitude à l'égard de l'argent et de l'anxiété

(trait) sur ces stratégies d’approche et d’évitement (H4). Les résultats montrent aussi que, dans la relation dimensions de changement caractéristiques du groupe – stratégies d’approche et d’évitement (H3), la médiation de la balance décisionnelle se vérifie pour certains liens pour le groupe maintien mais pas pour le groupe action. Enfin et pour chaque groupe de changement, les relations du modèle de changement diffèrent selon le degré d’orientation motivationnelle paratélique et selon le genre des personnes appartenant (H6) mais pas selon le genre (H7). Les deux séries de tableaux suivantes résument les résultats relatifs à la validation de l’ensemble des hypothèses de recherche.

Première série : Les déterminants des stratégies d’approche et d’évitement

Tableau 74 : Récapitulatif des résultats d’hypothèses d’influence de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement d’approche et d’évitement

H1 : La balance décisionnelle influence les intentions d’utiliser les stratégies de changement d’approche et d’évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d’approche	Hypothèse validée
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d’évitement	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d’approche	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d’évitement	Hypothèse non validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d’approche	Hypothèse validée
Avantages de la balance décisionnelle – Stratégies d’évitement	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d’approche	Hypothèse validée
Inconvénients de la balance décisionnelle – Stratégies d’évitement	Hypothèse validée

Tableau 75 : Récapitulatif des résultats d’hypothèses d’influence des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur la balance décisionnelle et les stratégies d’approche et d’évitement

H2a : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent la balance décisionnelle	
Groupe 1 « Action » :	

Action – Avantages de la balance décisionnelle	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Action – Avantages de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Action – Inconvénients de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Maintien – Avantages de la balance décisionnelle	Hypothèse validée
Maintien – Inconvénients de la balance décisionnelle	Hypothèse non validée
H2b : Les dimensions de changement caractéristiques du groupe influencent l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Action – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Action – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Action – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Action – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Maintien – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Maintien – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée

Tableau 76 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses d'influence de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies d'approche et d'évitement

H4 : L'attitude à l'égard de l'argent influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Attitude à l'égard de l'argent – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée

Tableau 77 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses d'influence de l'anxiété (trait) sur les stratégies d'approche et d'évitement

H5 : L'anxiété (trait) influence positivement l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Anxiété (trait) – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Anxiété (trait) – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Anxiété (trait) – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Anxiété (trait) – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée

Deuxième série : Médiations de la balance décisionnelle

Tableau 78 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses de médiation de la balance décisionnelle dans la relation dimensions de changement caractéristiques du groupe - stratégies d'approche et d'évitement

H3 : La balance décisionnelle médiatise la relation entre les dimensions de changement caractéristiques du groupe et les stratégies d'approche et d'évitement	
Groupe 1 « Action » :	
Action – Avantages – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Action – Avantages – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Groupe 2 « Maintien » :	
Action – Avantages – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Action – Avantages – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Maintien – Avantages – Stratégies d'approche	Hypothèse validée
Maintien – Avantages – Stratégies d'évitement	Hypothèse validée
Action – Inconvénients – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Action – Inconvénients – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée
Maintien – Inconvénients – Stratégies d'approche	Hypothèse non validée
Maintien – Inconvénients – Stratégies d'évitement	Hypothèse non validée

Troisième série : Les différences de l'orientation paratélique et du genre

Tableau 79 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses des différences
selon l'orientation motivationnelle paratélique

H6 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le degré orientation motivationnelle paratélique.	Hypothèse validée
--	-------------------

Tableau 80 : Récapitulatif des résultats d'hypothèses des différences selon le genre

H7 : Les liens du modèle de changement de comportement sont différents selon le genre.	Hypothèse non validée
--	-----------------------

PREMIERE PARTIE

REVUE DE LA LITTÉRATURE, RECHERCHES PRELIMINAIRES,
MODELE ET HYPOTHESES

Chapitre 1 - COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR ET
MODELES DE CHANGEMENT : REVUE DE LA LITTERATURE

Chapitre 2 - RECHERCHES PRELIMINAIRES SUR LE CHANGEMENT
DE COMPORTEMENT FINANCIER DU CONSOMMATEUR

Chapitre 3 – MODELE ET HYPOTHESES DE RECHERCHE

DEUXIEME PARTIE

DEVELOPPEMENT DE LA METHODOLOGIE, RÉSULTATS
ET IMPLICATIONS DE LA RECHERCHE

Chapitre 4 - METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Chapitre 5 - PRESENTATION DES RESULTATS ET DISCUSSION

Chapitre 6- DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE
RECHERCHE

CHAPITRE 6

DISCUSSION GENERALE, LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE

Bien que le modèle transthéorique de changement (MTT) jouisse d'une grande popularité et fasse l'objet d'un ensemble important de recherches et de publications, plusieurs auteurs s'accordent pour souligner la nécessité d'approfondir les recherches relatives à la trajectoire et aux stratégies de changement du comportement financier (Ozmete et Hira, 2011 ; Xiao et alii, 2004). Notre recherche a suivi ces recommandations en partant de la problématique suivante : *En considérant la progression du consommateur vers des comportements financiers améliorés, quelles sont les stratégies de changement qu'il utilise dans cette progression et quels sont les déterminants de ces stratégies ?* La première section de ce chapitre rappelle les objectifs, la démarche et les principaux résultats de la recherche réalisée pour contribuer à répondre à cette problématique. Les contributions académiques ainsi que les recommandations pour les conseillers, les éducateurs financiers et les programmes de marketing social sont présentées dans la deuxième section. Les limites du travail empirique et les voies de développement de nouvelles recherches sont précisées en troisième section.

SECTION 1 : RAPPEL DES OBJECTIFS, DE LA DEMARCHE ET DES RESULTATS DE LA RECHERCHE

Cette recherche a adopté la perspective des travaux existants qui montrent la nécessité de considérer la progression du consommateur vers des comportements financiers améliorés. Elle a ensuite pris en considération les voies de recherche préconisées pour progresser dans l'analyse des stratégies de changement de comportement adoptées par le consommateur ainsi que pour éviter une vision séquentielle rigide des phases de progression du consommateur sur sa trajectoire de changement. Elle a également considéré le rôle de la balance décisionnelle dans la détermination des stratégies de changement.

Le premier objectif était par conséquent d'étudier les stratégies de changement de comportement financier du consommateur et, en particulier, d'examiner la pertinence de la dichotomisation approche-évitement de ces stratégies telle que suggérée par certains auteurs.

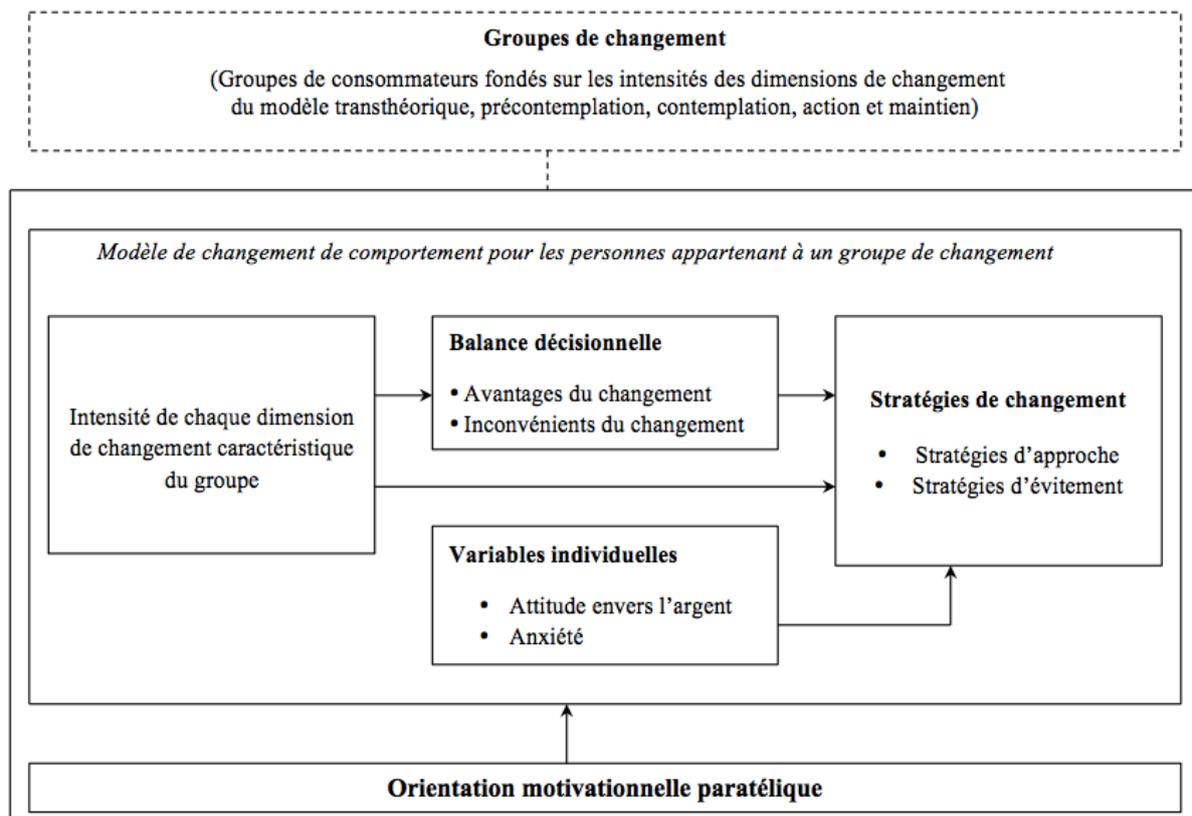
Le deuxième objectif était d'étudier le rôle de la balance décisionnelle sur les stratégies de changement pour des consommateurs se situant à un même niveau de progression, c'est-à-dire appartenant à un même groupe de changement construit à partir des états de précontemplation, contemplation, action et maintien. Le troisième objectif était d'étudier, pour ces mêmes consommateurs, les influences de plusieurs variables individuelles sur les stratégies de changement ou sur leurs déterminants (attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété-trait, orientation paratélique, genre). Le dernier objectif était de comparer les influences des déterminants des stratégies de changement pour des consommateurs se situant à des niveaux de progression différents, c'est-à-dire appartenant à des groupes de changement distincts.

Partant des critiques adressées au modèle transthéorique, les deux études préliminaires réalisées ont contribué à construire un modèle de changement de comportement adapté au contexte financier. La première de ces études préliminaire, de nature qualitative, a aussi suggéré d'apparier les réponses comportementales sur la base du principe approche-évitement, socle sur lequel repose l'ensemble des classifications motivationnelles (Gomez, 2009). Elle a également confirmé l'intérêt de classer les personnes dans des groupes de changement plutôt que dans des phases séquentielles trop rigides ou arbitraires. Plusieurs variables individuelles importantes pour comprendre les antécédents du changement de comportement financier du consommateur ont aussi été mises en évidence. La deuxième étude préliminaire, de nature quantitative, s'est centrée sur les stratégies de changement et a réaffirmé la pertinence de la distinction entre les stratégies d'approche et d'évitement.

Ces deux recherches exploratoires ont permis le développement de notre modèle de recherche. Ce modèle, rappelé en Figure 34, vise à expliquer les stratégies de changement de comportement financier adoptées par un consommateur situé à un endroit de la trajectoire vers le comportement souhaité. La première différence avec le modèle transthéorique est que ces stratégies sont définies en termes d'approche et d'évitement plutôt que selon la dichotomisation en stratégies expérientielles vs comportementales. La seconde différence est que la situation sur la trajectoire de changement est définie par son profil sur les dimensions de changement plutôt que par un stade dans une séquence d'évolution strictement séquentielle ; les consommateurs ayant un même profil étant regroupés par analyse typologique. Pour chaque groupe, le modèle considère les influences s'exerçant sur les l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement : les influences directes des intensités des dimensions de changement caractéristiques du groupe ; les influences indirectes

de ces intensités via chacune des dimensions de la balance décisionnelle ; les influences directes des variables individuelles que sont l'attitude de la personne à l'égard de l'argent, l'anxiété-trait. Les différences des relations entre les variables du modèle pour les personnes classées selon leur niveau orientation paratélique (fort, faible) et selon le genre sont également analysées.

Figure 34 : Présentation générale du modèle de recherche (Rappel)



Le premier groupe de changement, appelé *Action*, comprend les personnes engagées dans le changement de comportement financier mais n'ayant pas cessé les dépenses excessives. Le deuxième groupe, baptisé *Maintien*, inclut les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts. Certains déterminants des stratégies de changement d'approche et d'évitement sont communs aux deux groupes alors que d'autres sont spécifiques à chacun. Les principaux résultats et apports théoriques sont résumés dans le tableau 81. La section suivante développe ces apports en insistant plus généralement sur les contributions académiques, puis sur les recommandations managériales.

Tableau 81 : Récapitulatif des principaux résultats de la recherche

Les déterminants des stratégies de changement d'approche et d'évitement	
L'effet des dimensions de changement caractéristiques du groupe	<p>Résultats communs : quel que soit le groupe de changement, la (les) dimension(s) qui le caractérise(nt) a(ont) un effet direct sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement.</p> <p>Résultats spécifiques au groupe "Action" : la dimension caractéristique de ce groupe n'a pas d'effet indirect sur les stratégies d'approche et d'évitement à travers la balance décisionnelle.</p> <p>Résultats spécifiques au groupe "Maintien" : les dimensions caractéristiques de ce groupe ont un effet indirect sur les stratégies d'approche et d'évitement à travers seulement les avantages de la balance décisionnelle.</p> <p>Apports théoriques : les études montrent la progression de la balance décisionnelle selon les phases de changement et supposent qu'un individu s'engage dans le changement si les bénéfices surpassent les coûts. Nos résultats viennent enrichir ces constatations en montrant que les efforts fournis dans la mise en place des stratégies d'approche et d'évitement ne dépendent pas toujours de cette balance même si les bénéfices surpassent les coûts.</p>
L'effet de la balance décisionnelle	<p>Résultats communs : quel que soit le groupe, la balance décisionnelle influence les stratégies d'approche et d'évitement (excepté la relation inconvénients-stratégies d'évitement pour le groupe « Action »).</p> <p>Résultats spécifiques au groupe "Action" : les avantages de la balance décisionnelle ont une influence directe sur les stratégies d'approche nettement supérieure aux inconvénients sur ces stratégies.</p> <p>Résultats spécifiques au groupe "Maintien" : les avantages de la balance décisionnelle ont une influence directe sur les stratégies d'approche et</p>

	<p>d'évitement proche de l'influence des inconvénients sur ces stratégies.</p> <p><i>Apports théoriques</i> : La balance décisionnelle est un déterminant aux stratégies d'approche-évitement qui est à prendre avec beaucoup de considération étant donné que l'amélioration de celui-ci tend à favoriser ou à défavoriser l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement.</p>
L'effet de l'attitude à l'égard de l'argent	<p>Résultats communs : quel que soit le groupe, l'attitude à l'égard de l'argent a un effet positif sur les stratégies d'approche et d'évitement.</p> <p><i>Apports théoriques</i> : Le comportement financier des gens diffère selon l'importance qu'ils attachent à l'argent. Notre recherche révèle une influence directe de l'attitude à l'égard de l'argent sur les stratégies de changement positives (approche) et sur les stratégies de changement négatives (évitement). Cette relation significative permet d'avancer que plus la personne perçoit l'argent comme une chose importante, bonne et attirante plus elle a l'intention d'épargner une certaine somme d'argent tous les mois et de contrôler ses dépenses excessives.</p>
L'effet de l'anxiété	<p>Résultats communs : quel que soit le groupe, le niveau d'anxiété (trait) a un effet positif sur les stratégies s'approche et d'évitement.</p> <p><i>Apports théoriques</i> : La littérature n'est pas claire sur l'effet de l'anxiété sur la performance et les comportements. Certains auteurs trouvent que l'anxiété est un moteur de motivation. Alors que d'autres confirment le contraire et constatent que l'anxiété est un frein pour la performance (Lemeau-Koehl, 2009). Dans le contexte financier, les travaux montrent que l'anxiété (état) est positivement associée aux comportements financiers indésirables. Cette recherche considère l'anxiété-trait et souligne que plus les individus ciblés disposent d'une forte anxiété (trait), plus l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement est améliorée.</p>
Les différences selon l'orientation paratélique	<p>Résultats communs : quel que soit le groupe, les avantages de la balance décisionnelle ont un effet positif plus faible sur les stratégies d'approche et d'évitement pour les personnes orientées paratélique par rapport aux personnes orientées télélique. Alors que les inconvénients ont un effet négatif</p>

	<p>plus élevé sur ces stratégies. De plus, la (les) dimension(s) qui caractérise(nt) le groupe a(ont) un effet direct plus faible sur ces stratégies. L'effet de l'attitude à l'égard de l'argent ne diffère pas selon l'orientation paratélique et ce au sein des deux groupes. Toutefois, le niveau d'anxiété (trait) a un effet plus faible sur les stratégies d'approche et d'évitement pour les personnes orientées paratélique comparé aux autres.</p> <p><i>Apports théoriques</i> : La distinction paratélique/télique bien que fondamentale, elle n'est pas encore utilisée par les travaux de recherche sur le changement de comportement financier du consommateur. Cette étude met en valeur le rôle de l'orientation motivationnelle paratélique pour expliquer les différences cognitives et comportementales pour les personnes se trouvant en situations proches sur la trajectoire du changement de comportement financier.</p>
Les différences selon le genre	<p>Résultats communs : quel que soit le groupe, le modèle de changement de comportement financier n'est pas différent selon le genre. En revanche, l'anxiété-trait a un effet plus élevé sur les stratégies d'approche et d'évitement auprès des femmes.</p> <p>Résultats spécifiques au groupe "Action" : la dimension caractéristique de ce groupe a une influence supérieure sur les stratégies d'approche pour les femmes comparé aux hommes.</p> <p>Résultats spécifiques au groupe "Maintien" : les inconvénients de la balance décisionnelle ont un effet négatif plus fort sur les stratégies d'approche et d'évitement auprès des femmes.</p> <p><i>Apports théoriques</i> : Cette recherche permet de constater que le critère du sexe est loin de constituer une variable de segmentation très pertinente.</p>

SECTION 2 : CONTRIBUTIONS DE LA RECHERCHE

Cette section développe dans un premier temps les apports théoriques synthétisés au tableau 81 puis les contributions au plan méthodologique. Les implications managériales de la recherche sont considérées dans un troisième temps.

I. Contributions théoriques

La littérature relative au comportement financier du consommateur s'est principalement intéressée aux réponses cognitives et comportementales des individus à l'éducation financière et, plus précisément aux effets sur le bien-être financier du consommateur. La revue de littérature a permis de mettre en évidence deux courants de recherche dont le premier est axé sur l'éducation financière et la formation du comportement financier du consommateur. Le deuxième courant traite plus spécifiquement du changement de comportement financier du consommateur. Il distingue les modèles statiques de changement et les modèles dynamiques de changement de comportement financier. Les modèles statiques permettent de prédire le changement de comportement financier à un instant donné. Les modèles dynamiques de changement, dont le modèle transthéorique, considèrent la progression du changement de comportement financier du consommateur.

L'application de l'approche transthéorique au contexte financier a semblé pertinente en raison de quelques recherches antérieures (Shockey et Seiling, 2004 ; Seiling et Shockey, 2006 ; Xiao et *alii*, 2001 ; Xiao et *alii*, 2004) mais plusieurs limites à son utilisation ont été identifiées. Notre modèle conceptuel développé suite à des études préliminaires vient ainsi enrichir les apports des modèles dynamiques de changement.

Tout d'abord, la dichotomisation des stratégies de changement en fonction du principe approche-évitement socle sur lequel repose l'ensemble des classifications motivationnelles (Gomez, 2009) n'avait pas encore fait l'objet de recherche dans ce domaine. Notre modèle conceptuel permet d'établir les premières conclusions d'une étude empirique sur les déterminants des stratégies d'approche et d'évitement (stratégies de changement positives et stratégies de changement négatives) dans le domaine du comportement financier auprès des jeunes adultes français.

Ensuite, notre travail de recherche montre que les consommateurs peuvent être regroupés selon leurs situations dans l'évolution vers les comportements souhaités. Le modèle conceptuel proposé est ainsi appliqué à chacun des groupes de personnes identifiés en situations similaires sur la trajectoire de changement de comportement. Cette approche par des groupes construits à partir des intensités des dimensions de changement (précontemplation, contemplation, action, maintien) suit les recommandations des auteurs critiquant la rigidité des séquences du modèle transthéorique initial (Brodeur, 2006 ; Sullivan, 1998 ; Prochaska, DiClemente et Norcross, 1992). Chacun des groupes ainsi formés comprend des personnes ayant une ou quelques dimensions dont les intensités sont très élevées (relativement aux autres groupes) et qui contribuent à caractériser le groupe. Au sein d'un groupe, les intensités de cette (ces) dimension(s) les plus élevée(s) peuvent toutefois varier.

D'autre part, notre recherche montre que l'influence de l'intensité de cette (ces) dimension(s) caractéristique(s) d'un groupe (par exemple intensité de l'engagement pour les individus du groupe « Action ») sur les stratégies de type approche et de type évitement a plutôt tendance à être directe. Prochaska et *alii* (1988) ont déjà mis en évidence la variation des phases de changement en fonction des stratégies expérientielles-comportementales. En revanche, cette relation a été remise en question par deux méta-analyses récentes (Marshall et Biddle, 2001; Rosen, 2000). Notre recherche permet d'avancer dans cette perspective de recherche sur le lien entre les phases de changement et les stratégies de changement ; cela en étudiant plutôt l'effet des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur les stratégies de changement à la fois positives (approche) et négatives (évitement).

De plus, cette étude met aussi en évidence le rôle médiateur de la balance décisionnelle dans la relation entre les dimensions de changement de comportement caractéristiques du groupe et les intentions d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Les études empiriques antérieures témoignent de la progression de la balance décisionnelle entre les phases de changement (Prochaska, Johnson et Lee, 1998). Néanmoins, très peu de recherches intègrent la balance décisionnelle en tant qu'antécédent des stratégies de changement et aucune en tant qu'antécédent des stratégies d'approche et d'évitement. Ce travail de recherche analyse ces relations dans un même modèle de recherche appliqué à chaque groupe de changement identifié. Alors que les recherches antérieures qui considèrent la balance décisionnelle procèdent à des analyses de variance comparatives du niveau de ses composantes (avantages,

inconvenients) entre les premières phases (précontemplation, contemplation et préparation) et les phases les plus avancées (action et maintien), aucune étude n'avait étudié le rôle médiateur de la balance décisionnelle dans la relation phases de changement – stratégies de changement. Notre modèle de recherche a permis d'étudier l'influence directe de la balance décisionnelle sur les stratégies d'approche et d'évitement et son rôle médiateur entre les intensités des dimensions de changement caractéristiques du groupe de changement et les intentions d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement.

Cette recherche a aussi mis en évidence l'influence de l'attitude à l'égard de l'argent et de l'anxiété-trait sur ces mêmes intentions. La littérature existante fait valoir le lien direct entre les attitudes financières et les comportements financiers (Shim et alii, 2009). L'effet de l'attitude à l'égard de l'argent (importance de l'argent dans cette recherche) sur les comportements financiers notamment la réduction des dépenses et l'accroissement de l'épargne est très peu étudié. La littérature reconnaît par contre que l'anxiété joue un rôle important dans des décisions de finances personnelles (Sages, Britt et Cumbie, 2013). Cette recherche montre que l'anxiété-trait motive les personnes à se protéger du danger en adoptant les stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Notre recherche s'est également intéressée aux conséquences de l'orientation motivationnelle paratélique et du genre. De nombreuses études ont montré les liens entre les difficultés à planifier l'avenir et à se fixer des buts à poursuivre (Brown, 1993) en rapport avec les défauts de mentalisation (Bergeret, 1982) et les comportements problématiques (ex : addictions). Alors que la caractéristique centrale des personnes ayant une orientation motivationnelle téléologique est l'accomplissement des buts et des objectifs à atteindre, les personnes ayant une orientation paratélique considère que c'est le comportement en cours qui est primordial et que les objectifs sont peu importants. Le sujet paratélique peut être considéré comme quelqu'un d'enjoué qui considère l'ennui comme désagréable et l'excitation comme agréable. La valeur centrale est l'amusement. Cela a suggéré que l'orientation paratélique était un critère de segmentation pertinent pour décrire les différences dans la motivation des personnes à mettre en place des comportements bien spécifiques. Les travaux de recherche disponibles sur le comportement financier n'avaient pas encore pris en compte l'orientation motivationnelle paratélique des personnes. Notre étude est la première, à notre connaissance, à retenir ce critère de segmentation dans le contexte financier. Elle montre que les personnes avec une orientation paratélique dominante ont une évaluation des inconvenients de bien gérer leur

argent qui a un effet négatif plus élevé sur leur intention d'adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Les personnes paratéliques ont aussi besoin de fournir un plus grand effort pour atteindre le même niveau de prise de conscience des avantages de bien gérer leur argent que les personnes téliques.

Cette recherche ne permet toutefois pas de différencier le modèle de changement de comportement financier selon le genre. La littérature montre souvent que les hommes et les femmes sont différents au plan attitudinal et comportemental face à l'argent. Les résultats obtenus des analyses multi-groupes ne sont pas significatifs. Ce résultat conduit à s'interroger sur la pertinence de ce critère de segmentation pour comprendre les déterminants des stratégies de changement, tout au moins chez les jeunes adultes étudiants.

II. Contributions méthodologiques

La méthodologie développée pour atteindre les objectifs de cette recherche permet d'identifier certaines contributions méthodologiques. Elle correspond au développement ou à l'adaptation des instruments de mesure de plusieurs construits. Les principaux apports sont les suivants :

- (A) Construction d'instrument de mesure originale : stratégies de changement d'approche et d'évitement,
- (B) Développement d'instrument de mesure de nouveaux construits : balance décisionnelle,
- (C) Adaptations d'échelles au contexte français : sentiment d'efficacité personnelle, orientation motivationnelle paratélique,
- (D) Développement d'instruments de mesure à partir d'échelles de mesure existantes : dimensions de changement, anxiété-trait, attitude à l'égard de l'argent.

(A) Le principal apport méthodologique est le développement d'une échelle de mesure des stratégies d'approche et d'évitement. L'échelle a été construite à partir de la revue de littérature, notamment de l'adaptation d'items issus de multiples échelles connexes, et d'une étude qualitative exploratoire. L'une des règles suivies a été de produire les items autour des facettes positives et négatives des stratégies de changement.

(B) L'échelle de mesure de la balance décisionnelle a été développée à partir du modèle du conflit décisionnel décrit à l'origine par Janis et Mann (1977).

(C) L'instrument de mesure du sentiment d'efficacité personnelle a été traduit et adapté à notre contexte d'étude à partir de l'échelle proposée par Lown (2011). L'échelle de mesure de l'orientation motivationnelle paratélique est issue de l'échelle « Paratelic Dominance Scale (PDS) » de Cook et Gerkovich (1993) dont quatre des dix items de la dimension enjoué ont été traduits et adaptés à notre recherche.

(D) Les échelles de mesure des dimensions de changement intègre et adapte à notre contexte d'étude vingt items issus des travaux de Brodeur (2006) et de Rondeau et *alii* (2006) réalisés dans le contexte français. L'échelle d'anxiété-trait s'inspire du questionnaire de Lemeau-Koehl (2009). L'échelle « attitude à l'égard de l'argent » intègre trois items des travaux de Urbain (2000), elle-même basée sur l'échelle « MES 30 » de Tang (1992).

Ces différentes échelles validées dans un contexte français à l'issue de nos pré-tests et de notre étude finale, peuvent être utilisées dans les recherches futures.

III. Implications managériales

L'intérêt de changer de comportement financier est de développer des capacités pour mieux gérer son argent et des attitudes permettant à une personne ou une famille d'atteindre les objectifs de la vie (Ozmete et Hira, 2011). La gestion financière est une série complexe de comportements et de décisions qui varie selon leur importance et leur facilité de mise en œuvre en fonction des besoins, des priorités et des compétences d'une personne ou d'une famille. Une personne ou une famille doit être prête et capable de changer certains comportements à différents moments et pour différentes raisons (Prochaska-Cue, 1993 ; Shockey et Seiling, 2004). Pourquoi certaines personnes changent-elles de comportement avec succès et d'autres non ? Cette recherche identifie plusieurs leviers individuels permettant de comprendre les processus de changement de comportement financier et plusieurs recommandations peuvent être proposées pour favoriser ce changement dans les programmes de conseil ou de marketing social : (1) segmentation en groupes de changement, (2) utilisation du sentiment d'efficacité personnelle comme variable d'évaluation de cette segmentation, (3) utilisation du conflit décisionnel avantages/inconvénients pour faciliter le changement de

comportement financier, (4) amélioration de l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement en fonction du degré d'orientation motivationnelle paratélique, (5) prudence dans l'utilisation d'une segmentation par le genre.

Segmentation en groupes de changement

Les résultats de notre recherche démontrent que les groupes de changement construits à partir des intensités des dimensions de changement (précontemplation, contemplation, action, maintien) représentent une variable pertinente à intégrer dans les programmes de segmentation des professionnels. L'opérationnalisation de cette variable à l'aide de l'URICA (instrument de mesure des phases de changement développé aux Etats-Unis par le laboratoire de l'Université de Rhode Island) donne naissance à des individus regroupés sur base de la façon dont ils perçoivent leur comportement et l'intérêt à changer. L'analyse typologique réalisée révèle deux groupes de profil distincts. Les deux groupes sont appelés sur la base de leur profil successivement : "*Action*" et "*Maintien*" (Berriche-Harzallah, 2013). Le premier se caractérise par le score élevé de ces répondants sur seulement l'échelle d'action alors que le deuxième regroupe ceux ayant un score élevé aux échelles d'action et de maintien. Ainsi, le groupe "*Action*" comprend les personnes engagées dans le changement de comportement mais n'ayant pas cessé les dépenses excessives et le groupe "*Maintien*" comprend les personnes ayant cessé les dépenses excessives mais craignant la rechute et faisant des efforts (action). Les résultats des analyses de variance réalisées sur les groupes d'appartenance sont convergents avec les résultats théoriques obtenus sur les phases de changement. Prochaska, DiClemente et Norcross (2003) s'étaient déjà intéressés à l'influence des phases sur les stratégies de changement, affirmant leur progression selon les phases dans le but de modifier un comportement. Pour les personnes se trouvant en situations proches sur la trajectoire du changement (appartenant à un même groupe de changement), nous pouvons confirmer ces conclusions sur les stratégies d'approche et d'évitement socle sur lequel repose l'ensemble des classifications motivationnelles (Gomez, 2009) En effet, les deux groupes s'engagent fortement et de la même façon à épargner (stratégies de changement d'approche) vu leur score élevé sur l'échelle d'action alors que le deuxième groupe s'engage plus que le premier à limiter ses dépenses futiles (stratégies de changement d'évitement) comme il dispose d'un score nettement plus élevé sur l'échelle de maintien. Les individus en action emploient le plus de stratégies de changement. En maintien, les individus s'efforcent de continuer à pratiquer les comportements qu'ils ont acquis et cherchent surtout à éviter les rechutes. Ils cherchent à

s'engager dans des stratégies de changement négatives notamment contrôler leur achats « coup de cœur » plus que dans des stratégies de changement positives (épargner)

En utilisant les groupes plutôt que les phases de changement, cette recherche apporte des résultats plus riches et différentes relations sont vérifiées pour chacun des groupes de changement. L'analyse et la discussion des résultats (chapitre 5 et 6) permettent d'avancer que l'intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement dépend de plusieurs variables et plus particulièrement des dimensions de changement caractéristiques du groupe. En effet, l'influence de l'intensité de la dimension action, caractéristique du premier groupe de changement, est plus élevée sur les stratégies de changement d'approche que sur les stratégies d'évitement. Ces personnes sont en mesure d'éliminer complètement le comportement problématique ou de démontrer l'acquisition du comportement désiré pendant une période de temps significative. Ce résultat permet d'expliquer l'intention des personnes engagées dans le changement (en action) de mettre en place essentiellement les stratégies d'approche, telles que les motivations d'épargner une somme d'argent tous les mois. A l'inverse, l'effet de l'intensité de la dimension action sur les stratégies d'approche est plus faible pour le deuxième groupe de changement. En effet, malgré les progrès réalisés, les individus peuvent avoir des tentations persistantes à recourir à leurs anciens comportements, ce qui demande plutôt la mise en place des stratégies d'évitement à savoir le contrôle des achats « coup de cœur ». Par conséquent, l'intensité d'efforts fournis (action) influence différemment les stratégies d'approche et d'évitement selon le groupe de changement auquel appartient la personne.

La méthode et les instruments de mesure développés peuvent être utilisés par des professionnels du marketing social pour classer les individus en fonction de leur positionnement sur la trajectoire du comportement pour, par exemple, favoriser les stratégies de changement positives (approche) ou négatives (évitement) appropriées à la situation de chaque personne. Cette distinction des stratégies d'approche et d'évitement est probablement plus facile à considérer pour l'action que la liste des stratégies du modèle transthéorique initial.

De plus, le repérage du groupe d'appartenance et des relations mises en évidence permet de préparer des actions de communication adaptées aux groupes et de développer des modes d'action plus personnalisés, en face à face ou en ligne ; par exemple : « l'épargne, des petites

économies pour aller loin » vs « apprenez à respecter votre budget ». Sur les sites Web ou avec les applications pour mobile, des programmes peuvent être développés pour favoriser la personnalisation des conseils apportés en situation d'auto-apprentissage. Les items de mesure des dimensions de changement utilisés dans cette recherche sont en effet opérationnels pour identifier le profil d'un consommateur et le groupe auquel il appartient. Les messages et contenus adaptés peuvent ensuite infléchir sa balance décisionnelle et favoriser l'utilisation des stratégies de changement pour progresser vers le comportement désiré et sa stabilisation.

Le sentiment d'efficacité personnelle comme variable de contrôle de la segmentation en groupes de changement

Le sentiment d'efficacité personnelle, une composante de la théorie sociale cognitive de Bandura, renvoie aux jugements que les personnes font à propos de leur capacité à organiser et à réaliser des ensembles d'actions requises pour atteindre des types de performances attendues (Bandura, 1986). L'analyse et la discussion des résultats (chapitre 5) ont permis de mettre en évidence le rôle du sentiment d'efficacité personnelle comme variable de contrôle des groupes de changement. Les résultats permettent de constater que les personnes engagées dans le changement (en action) ont un sentiment d'efficacité personnelle plus élevé que les personnes craignant la rechute (en maintien). En effet, les recherches disponibles dans le contexte financier s'accordent sur le fait que les participants ayant une plus grande confiance en leur capacité à gérer leur argent sont plus susceptibles de changer de comportement et de passer aux phases d'action et de maintien (Xiao et alii, 2004 ; Seiling et Shockey, 2006). Au début, les individus ont peu confiance en leur capacité à modifier leur comportement. Plus tard, lorsqu'il y a engagement et effort pour changer (action), ils ont une plus grande confiance en leur capacité d'adoption du comportement financier désirable (Prochaska, Johnson et Lee, 1998). Dans les recherches menées pour différents changements de comportement (santé, addictions, comportement financier, etc.) le sentiment d'efficacité personnelle est le plus élevé lorsque la personne se trouve en action. Les professionnels peuvent donc se servir du sentiment d'efficacité personnelle comme moyen de contrôle pratique des groupes de changement.

Les concepteurs du modèle transthéorique mesurent le sentiment d'efficacité personnelle de deux façons, soit en demandant directement aux individus d'indiquer leur degré de confiance en leur capacité de maintenir le comportement désirable ou, au contraire, en leur demandant

dans quelle mesure ils seraient tentés de recourir au comportement indésirable lors de situations difficiles. Notre recherche s'appuie sur la première méthode de mesure notamment en demandant directement aux individus d'indiquer leur niveau de confiance et de compétence en leur capacité de gérer leur argent, de planifier leurs dépenses, de contrôler leur budget et de prévoir les urgences financières. Ces éléments peuvent être utilisés par les professionnels afin de tester le niveau de confiance de leurs clients en matière de gestion de leurs finances personnelles pour s'assurer de leur positionnement sur la trajectoire du changement. Les personnes ayant un faible niveau d'efficacité personnelle et donc une faible autonomie financière ont besoin d'une aide supplémentaire qui peut prendre la forme d'une assistance, de rappels des objectifs à atteindre par mails et/ou SMS sur leur mobile ou encore pour certains cas la présence d'un modèle de rôle pour l'apprentissage. Cette cible exige généralement plus de temps et d'attention que les personnes avec un fort sentiment d'efficacité personnelle (plus élevé que la moyenne) dans l'accomplissement des tâches financières convenues. D'autre part, ces éléments peuvent également être utilisés par les conseillers financiers lors des séances d'entretien dans le but d'observer les réactions de leurs clients lorsque ces questions sont posées. Ainsi, ces informations serviront d'indicateur de progrès du changement de comportement dans le sens positif.

L'utilisation du conflit décisionnel avantages/inconvénients pour faciliter le changement de comportement financier

La balance décisionnelle renvoie à l'importance de la perception des avantages et des inconvénients du changement. Les études réalisées à propos de la balance décisionnelle font valoir que le changement de comportement implique une évaluation systématique des aspects positifs et des aspects négatifs du nouveau comportement (Prochaska, 1994 ; Prochaska et alii, 1994). Ainsi, toute personne qui envisage de modifier intentionnellement son comportement se livre essentiellement à une analyse minutieuse des effets probables de ce changement. Dans un premier temps, notre étude met en évidence, pour chacun des groupes de changement (action, maintien), l'effet direct de la balance décisionnelle sur les stratégies d'approche et d'évitement. Pour les deux groupes, l'évaluation des avantages et des inconvénients de bien gérer ses finances personnelles agit ainsi sur les intentions d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Plus la personne se concentre sur les avantages de mieux gérer ses finances personnelles plus elle a l'intention de mettre de l'argent de côté de façon plus régulière et de contrôler ses achats « coup de cœur ». A l'inverse, plus la personne se

concentre sur les inconvénients liés à mieux gérer ses finances personnelles, moins elle a l'intention de fructifier son épargne et d'éviter les dépenses futiles.

Les résultats montrent aussi que les personnes en action travaillent activement à modifier leurs comportements financiers. Leurs efforts fournis pour épargner et pour contrôler les dépenses excessives sont indépendants de l'intensité de l'évaluation des avantages et des inconvénients de bien gérer leur argent (balance décisionnelle). Toutefois, l'intensité d'efforts et l'intensité de préserver les nouveaux acquis par les personnes appartenant au groupe "*Maintien*" renforcent leurs intentions d'épargner et de contrôler leurs « achats coup de cœur », à travers l'évaluation des avantages de bien gérer son argent. Une plus forte perception des avantages de bien gérer son argent augmente les intentions de faire fructifier et de limiter les dépenses futiles.

Du point de vue des actions marketing, ces résultats permettent principalement aux professionnels de comprendre comment des individus, regroupés selon leur position sur une trajectoire de changement, ont une balance décisionnelle qui influence les stratégies de changement qu'ils adoptent afin de continuer à progresser ou pour maintenir les comportements financiers désirés. Notre recherche recommande ainsi de sensibiliser les personnes, en tenant compte de leur situation sur la trajectoire du changement, aux avantages de bien gérer son argent et de minimiser leur perception des inconvénients de bien gérer son argent, voire même proposer des alternatives pour que les personnes ne se sentent pas privées de sorties et de petits plaisirs, pour améliorer leur intention d'épargner et limiter les achats futiles.

Les conseillers peuvent chercher à identifier les aspects positifs et négatifs les plus pertinents pour les membres d'un même groupe de changement. Ils peuvent ensuite utiliser cette information pour aider à adopter ou à maintenir le comportement financier souhaité. De même, ils peuvent déterminer les aspects qui préoccupent les membres de ce groupe et proposer des solutions pour réduire leur réticence envers le changement de comportement. Par exemple, si les personnes appartenant à un même groupe de changement ne sont pas motivées à changer de comportement parce qu'elles trouvent que mieux gérer leur argent limite leurs activités, le conseiller peut leur proposer des solutions moins coûteuses pour maintenir leurs activités et ainsi les aider à contrôler leur budget. Les avantages et les inconvénients peuvent

alors servir d'indicateur de la progression vers le changement de comportement lorsque celui-ci prend du temps.

L'importance de l'attitude à l'égard de l'argent et de l'anxiété-trait pour le développement des programmes de changement

Les résultats montrent que l'attitude à l'égard de l'argent ainsi que l'anxiété (trait) influencent positivement l'intention des personnes en action ainsi que celles des personnes en maintien à mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement. L'argent est une question importante non seulement comme produit utilitaire mais aussi comme représentation de significations symboliques (Engelberg et Sjoberg, 2006 ; Mitchell et Mickel, 1999). La littérature associe souvent l'attitude à l'égard de l'argent à des comportements financiers indésirables (Sohn et alii, 2012) tels que les achats compulsifs (Hong, 2005 ; Kim 2003 ; Roberts et Jones, 2001). D'autres études montrent que les personnes qui perçoivent l'argent comme bon ou comme une récompense de leurs efforts déclarent avoir des niveaux de connaissances financières élevés (Sohn et alii, 2012). Notre recherche montre que la dimension « importance accordée à l'argent » a un effet positif sur les motivations pour adopter les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Ainsi, plus la personne considère l'argent comme une chose importante, bonne et attirante plus elle est motivée à mettre en place les stratégies d'épargne et les stratégies de contrôle des dépenses excessives. Les éducateurs et conseillers financiers doivent donc prendre en considération les significations qui peuvent être attribuées à l'argent parce qu'elles peuvent conduire à divers types de comportements de changement. Une attitude négative envers l'argent peut affaiblir les capacités à atteindre les objectifs financiers en termes d'indépendance et de sécurité financière. Les éducateurs doivent comprendre que l'attitude à l'égard de l'argent constitue un élément essentiel de la maîtrise du processus de changement de comportement financier du consommateur et intégrer cette variable dans leurs programmes d'éducation financière.

D'autre part, l'anxiété-trait conduit à des différences de résultats dans le changement de comportement financier du consommateur. Une personne ayant une forte anxiété peut être plus exigeante avec elle-même et se montrer plus motivée à mettre en place les stratégies de changement d'approche et d'évitement dans le but de prévenir les imprévus financiers et de se protéger des risques de mal gérer. Jusqu'à présent, les travaux de recherche se sont intéressés uniquement à la relation positive entre l'anxiété (état) et les comportements financiers

négatifs (Sages, Britt et Cumbie, 2013 ; Roberts et *alii*, 2000). L'anxiété (état) est identifiée à l'aide d'un ensemble de symptômes comme la difficulté de dormir, la capacité à se concentrer à l'école ou au travail, le niveau d'irritabilité, le niveau de fatigue et la difficulté à se contrôler. Les résultats de ces travaux montrent que l'anxiété-état est positivement liée à des situations financières défavorables tels que dépenser au-delà de ses ressources, difficulté à payer ses factures ou atteinte de la limite maximale de la carte de crédit (Sages, Britt et Cumbie, 2013). Notre recherche est la première à étudier l'effet de l'anxiété (trait) sur les motivations du consommateur à changer de comportement financier. Les résultats montrent que, contrairement à l'anxiété-état, l'anxiété-trait agit favorablement sur les comportements financiers désirables à savoir l'accroissement de l'épargne et la réduction des dépenses. Ainsi, il est important pour les professionnels de faire attention à bien distinguer la forme d'anxiété des personnes (état *vs* trait) puisque ces deux formes influencent différemment les comportements financiers. Les professionnels peuvent être plus optimistes pour contribuer à changer le comportement lorsqu'un niveau élevé d'anxiété-trait est observé. Ce type d'anxiété fait plus facilement évoluer vers le changement. Par contre, les efforts doivent être plus importants lorsqu'ils d'agit d'amener le changement de comportement financier chez des personnes dont l'anxiété-trait est faible.

Amélioration de l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement selon le degré d'orientation motivationnelle paratélique

La paire télélique/paratélique est sans conteste la plus célèbre et la plus étudiée des états métamotivationnels. Elle apparaît comme une technique de segmentation robuste dans la littérature sur les problématiques de prévention et de soin (Loonis et Fernandez, 2004). Des recherches ont conclu à l'importance de la dominance statistique selon les différentes polarités métamotivationnelles afin d'améliorer les efforts de prévention et les opérations thérapeutiques habituelles (Apter, 2001 ; Apter, Fontana et Murgatroyd, 1985 ; Apter, Kerr et Cowles, 1988 ; Apter et Svebak, 1992 ; Kerr, Murgatroyd et Apter, 1993). Il pourrait donc être pertinent de repérer les stratégies appropriées selon l'orientation dominante de la personne. Toutefois, notre étude met en exergue les différences du modèle de changement de comportement financier du consommateur selon l'orientation motivationnelle paratélique dominante pour un groupe de changement. Il en ressort que les déterminants d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement varient selon l'orientation motivationnelle paratélique dominante des personnes se trouvant en situations similaires sur la trajectoire du changement

de comportement financier. En effet, les personnes avec une orientation paratélique dominante ont besoin de se concentrer davantage sur les avantages de bien gérer leur argent comme être à l'abri des mauvaises surprises pour avoir la même motivation pour mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement que les personnes avec une orientation télélique dominante. Ces dernières se focalisent désormais plus fortement sur les inconvénients de bien gérer leur argent comme se priver des petits plaisirs ce qui amoindrit leurs performances par rapport aux autres. Les résultats montrent également que les personnes orientées paratélique doivent produire un plus grand effort pour atteindre le même niveau de prise de conscience des avantages de bien gérer leur argent ainsi que pour réduire leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent au même niveau que les personnes orientées télélique. De surcroît, les personnes avec une orientation paratélique dominante doivent fournir plus d'efforts pour atteindre le même niveau d'intention de mettre en place les stratégies d'épargne et les stratégies de contrôler les dépenses excessives. D'autre part, les personnes en état paratélique sont de nature moins anxieuse que les personnes en état télélique ce qui agit défavorablement sur leur intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement. Afin de se protéger du danger et d'éviter l'anxiété, les personnes avec une orientation télélique dominante disposent d'une motivation plus élevée à adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Ces résultats sont conformes aux conclusions d'Apter (2003) affirmant que la paire d'états métamotivationnels comprend deux façons opposées de faire l'expérience des moyens et des buts. L'état télélique tend à conduire à la planification dans le cadre d'un état d'esprit sérieux, tandis que l'état paratélique est davantage du côté de la spontanéité, avec un état d'esprit enjoué. Les hauts niveaux d'activation physiologique (excitation) sont vécus de façon anxieuse dans l'état télélique, mais de façon enjouée et ludique dans l'état paratélique. L'état paratélique est caractérisé par la présence d'un cadre psychologique protecteur et l'état télélique par l'absence d'un tel cadre.

Comme nous l'avons déjà précisé, les professionnels ont besoin de comprendre que le changement de comportement est un processus qui passe par une série d'étapes. En effet, à chacun des groupes de changement identifiés, des styles motivationnels peuvent être mis en exergue et ainsi les déterminants des stratégies de changement d'approche et d'évitement peuvent être adaptés selon l'état motivationnel dominant de la personne afin d'engendrer un meilleur impact sur le changement de comportement attendu. Auprès des personnes avec une orientation paratélique dominante, les professionnels doivent ajuster les efforts de prévention comme le contenu des messages ou des campagnes à leurs styles motivationnels ou encore

développer d'autres méthodes de sensibilisation. La thérapie proposée aux personnes avec une orientation paratélique dominante doit être différente de celle proposée aux individus avec une orientation télélique dominante tout en tenant compte évidemment de leur positionnement sur la trajectoire du changement de comportement financier. Par exemple : lors des séances d'entretien, les conseillers financiers doivent faire preuve de patience et d'accompagnement jusqu'à ce que les personnes en état paratélique atteignent réellement le niveau de prise de conscience attendu de l'impact et des conséquences que pourraient engendrer une bonne gestion d'argent. Les professionnels doivent donc tenir compte de l'importance de l'orientation motivationnelle paratélique des personnes d'un même groupe de changement et leur adapter les techniques et stratégies proposées pour maximiser leur intention de changer de comportement. De même, dans la mesure où l'orientation paratélique est plus profitable aux individus, il pourrait être opportun de modifier leur orientation motivationnelle à l'aide de leviers situationnels qui va consister à manipuler le contexte environnemental (par exemple se retrouver vulnérable sous l'effet d'imprévus financiers). Ainsi, ils pourraient prendre conscience que les objectifs financiers qu'ils poursuivent peuvent être vécus de façon anxieuse et les amener également à chercher à se protéger d'une situation financière indésirable.

Limites de la segmentation par le genre

L'étude qualitative exploratoire menée en chapitre 2 a permis de mettre en évidence les limites dont souffre la segmentation sociodémographique. D'autre part, l'étude quantitative empirique permet d'appuyer ces dires. Les résultats de l'analyse multi-groupes des différences du modèle de changement de comportement financier selon le genre pour un même groupe de changement ne sont pas significatifs. En effet, les hommes et les femmes sont identiques sur le plan cognitif et comportemental dans le contexte de changement de comportement financier. En revanche, certains liens semblent différents entre les deux sexes selon leur positionnement sur la trajectoire du changement de comportement. Les relations entre l'anxiété (trait) et l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement sont les seules à être statistiquement différentes selon le genre dans les deux groupes de changement identifiés. Effectivement, les travaux de recherche associent souvent l'anxiété au sexe féminin dans divers domaines tels que l'éducation, le sport, l'apprentissage... (Kumar et Prakash, 2014 ; Agnetha Broos, 2005 ; Bitsika, Sharpley et Melhem, 2010). Ainsi, il apparaît clair que l'intensité d'anxiété (trait) est plus forte dans le sexe féminin par rapport au sexe masculin ; ce

qui renforce leur intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement. Cette étude montre les limites de la segmentation selon le genre. Cette méthode de segmentation intra-groupe est simple à mettre en œuvre. Cependant, elle est basée sur des critères objectifs, stables dans le temps et accessibles. Ainsi plutôt que d'utiliser la segmentation classique par le sexe, les professionnels peuvent pratiquer une segmentation multicritères (un croisement de plusieurs critères) et de ce fait obtenir une description qualitative du segment, encore plus riche et plus pertinente (Delacroix, Debenedetti et Sabri, 2014).

SECTION 3 : LIMITES ET VOIES DE RECHERCHE

Cette section met en évidence les limites de cette étude et les voies de recherche qui en résultent. Ces limites et voies de recherche peuvent être examinées en perspective méthodologique et en perspective théorique.

L'étude finale a été réalisée sur une période relativement courte (de fin décembre à fin février 2013), ce qui limite mais n'élimine pas d'éventuels effets de facteurs extérieurs à l'étude. Elle a utilisé un questionnaire en ligne et le répondant pouvait être influencé par une ou plusieurs tierces personnes ; cela est difficilement contrôlable dans ce type de recueil de données. Cette recherche évalue le comportement des répondants à un instant T unique et sans pouvoir suivre l'évolution de leur intention de changer de comportement. Le caractère statique de l'étude conduit donc à une interprétation prudente des résultats et il serait alors intéressant de mettre en place d'autres recherches de nature longitudinale permettant de confirmer les résultats.

D'autre part, bien que l'échantillon de l'étude finale soit de taille importante, celle-ci a été réalisée auprès de personnes situées dans une tranche d'âge à laquelle les acteurs publics ou privés sont particulièrement attentifs mais cela limite néanmoins la portée des résultats. De ce fait, les résultats doivent être extrapolés avec précaution pour d'autres populations.

Les groupes de changement obtenus ne couvrent pas les personnes situées dans les premières phases de changement (précontemplation et contemplation). Les groupes obtenus sont des consommateurs pour la majorité en action (engagement, efforts) ou en maintien (changement réalisé mais risque de rechute et donc engagement et efforts qui persistent). Il conviendrait de tester le modèle proposé sur des personnes moins concernées ou moins avancées dans le

processus de changement. Il conviendrait aussi de mener d'autres recherches sur les populations endettées n'arrivant pas à équilibrer son budget. Il serait également intéressant d'élargir ces recherches auprès de la gestion de tâches financières plus complexes (crédit revolving, placements d'argent).

Le modèle de recherche proposé est testé pour des groupes de personnes se trouvant en situations proches sur la trajectoire de changement de comportement financier. Ce modèle s'articule autour de plusieurs composantes théoriques dont la plupart sont originaires de l'approche transthéorique : les dimensions de changement caractéristiques du groupe, la balance décisionnelle (avantages/inconvénients), l'attitude à l'égard de l'argent, l'anxiété (trait), l'orientation motivationnelle paratélique et les stratégies de changement d'approche et d'évitement (positives/négatives). Cependant, la littérature sur le changement de comportement présente d'autres approches possibles susceptibles d'être associées au modèle.

Le modèle proposé pourrait ainsi être combiné avec ces différentes approches théoriques du changement de comportement telles que la théorie de l'action raisonnée (Fishbein et Ajzen, 1975) et la théorie de l'action planifiée (Ajzen 1991). Cela conduit par exemple à proposer d'étudier le rôle que peuvent jouer les *croyances normatives* (croyances relatives à la façon selon laquelle mes proches vont réagir à mon changement de comportement) selon la situation des consommateurs sur leur trajectoire de changement de comportement financier, c'est-à-dire pour les différents groupes construits sur la base des dimensions de changement. Une voie de recherche complémentaire est d'analyser le rôle joué par le contrôle perçu par le consommateur, à différents moments de l'évolution vers le comportement souhaité ; en d'autres termes à intégrer les *croyances de contrôle du consommateur*, c'est-à-dire, les croyances relatives aux facteurs pouvant favoriser ou freiner le changement de comportement. Dans le domaine étudié, ces facteurs peuvent comprendre les habitudes de dépenses des personnes avec qui l'on vit ou l'accès aux facilités bancaires. De surcroît, les modèles/théories proposés pourraient également être appliqués individuellement au changement de comportement financier et mériteraient de faire l'objet de recherches futures en vue de comparer les résultats obtenus.

Une limite est aussi liée à la théorie des niveaux de représentation (Liberman et Trope, 1998 ; Trope et Liberman, 2003 ; Audrezet et Caffier de Kerviler, 2011) qui stipule que la distance perçue avec un objet diminue l'intensité des réponses d'ordre affectif. Elle ajoute également

que tout ce qui n'est pas dans une expérience directe de la réalité est considéré comme psychologiquement distant, le niveau d'abstraction des représentations de la situation renforçant cette distance. Par exemple, pour une population de jeunes telle que celle étudiée ici, la focalisation sur les questions les plus présentes et donc psychologiquement proches (dépenses de sorties, de loisirs) et une plus faible considération d'aspects plus lointains (économies, épargne de précaution) peut avoir des incidences sur les résultats. De même, la perspective temporelle (changer de comportement à brève échéance, d'ici quelques mois ou quelques années) joue sur le type de croyances comportementales saillantes et l'individu.

Ensuite, l'étude des antécédents des stratégies d'approche et d'évitement prend en compte les dimensions de changement caractéristiques du groupe, la balance décisionnelle (avantages et inconvénients), l'attitude à l'égard de l'argent et l'anxiété (trait). Cette recherche ne considère donc qu'un nombre limité d'antécédents des stratégies d'approche et d'évitement. Il serait intéressant d'étudier d'autres facteurs pouvant influencer ces stratégies du consommateur. D'autres variables individuelles pourraient ainsi faire l'objet de recherches futures. Par exemple, l'évaluation du risque perçu (gravité/vulnérabilité), principalement par les individus les moins motivés à mieux contrôler leurs dépenses, pourrait être intégrée au modèle de recherche pour expliquer la motivation à mettre en place des stratégies d'approche ou d'évitement.

L'étude du risque perçu est de première importance pour comprendre ce qui freine ou motive les individus à adopter des comportements (Menon, Raghubir et Agrawal, 2008). De plus, le risque perçu est au cœur de nombreux modèles cognitifs de comportements : modèle des croyances de santé de Rosenstock (1974) ; théorie de la motivation à la protection de Rogers, (1975) ; théorie du processus du comportement de santé de Schwarzer (1992). Ces théories considèrent que l'évaluation de la gravité et de la vulnérabilité au risque sont des prédicteurs des comportements. De nombreuses recherches se sont penchées sur le lien entre le risque perçu et les comportements financiers (Byrne, 2005 ; Diacon et Ennew, 2001 ; Ricciardi, 2004). Toutefois, de nouvelles orientations sont possibles en favorisant le risque perçu comme un nouvel antécédent à la dichotomisation des motivations d'approche-évitement, tout en demeurant sur le même modèle de recherche.

Enfin, cette étude ne considère pas toutes les stratégies de changement dans le développement des outils de mesure des stratégies d'approche et d'évitement. Nous nous sommes focalisés sur seulement quatre d'entre-elles : la réévaluation de l'environnement (réévaluation des

impacts positifs et négatifs du comportement sur son environnement et ses valeurs), à ne pas confondre avec les avantages et les inconvénients liés au comportement qui sont eux aussi intégrés à notre étude ; le contrôle des stimuli (éviter les négatifs et favoriser les positifs) ; la gestion des renforcements (récompenses/punitions) et la libération personnelle (engagement d'approche/évitement). Il pourrait être utile de refaire les analyses en respectant les mêmes procédures et en mobilisant les autres stratégies de changement.

L'étude qualitative exploratoire réalisée fait aussi ressortir de nouvelles pistes de recherche. L'apport des agents de socialisation (ex : les effets du transfert intergénérationnel de connaissances financières (reproduction vs rejet) ; le rôle de l'école (significatif vs non significatif) ou encore l'apprentissage des expériences (positives vs négatives)) a été évoqué lors des entretiens. Mais les objectifs du guide d'entretien de l'étude exploratoire étaient généraux et les résultats de l'analyse de contenu insistaient plutôt sur le changement de comportement. Ceux-ci mériteraient donc davantage de précisions grâce à de nouveaux entretiens et ces aspects pourraient être associés aux recherches sur les stratégies de changement. Enfin, parmi les variables individuelles, le rôle de l'orientation régulatrice (promotion vs prévention) des consommateurs sur les stratégies d'approche et d'évitement qu'ils adoptent pour changer de comportement financier.

* *
*

Ce chapitre a présenté et discuté les résultats de la recherche ainsi que les implications académiques et l'aide au changement de comportement financier du consommateur susceptible d'être apportée par des conseillers et par des programmes de marketing social à développer dans ce but. Les limites du travail ainsi que les voies de nouvelles recherches ont également été présentées et développées.

SYNTHESE ET CONCLUSION GENERALE

L'éducation financière du consommateur est encore peu étudiée en marketing. La plupart des recherches se sont intéressées à l'étude de l'efficacité de l'éducation financière plutôt qu'aux déterminants des changements de comportements du consommateur. Cette recherche a d'abord développé une étude qualitative sur le changement de comportement financier puis une étude quantitative préliminaire centrée sur les stratégies de changement de comportement et la pertinence de la dichotomisation approche-évitement de ces stratégies (objectif 1). Cette distinction avait été suggérée par quelques auteurs mais n'avait pas été confirmée empiriquement. Une analyse préliminaire, distincte de la proposition et du test du modèle conceptuel, a donc été réalisée pour étudier la pertinence de cette distinction. Les résultats de cette première recherche exploratoire ont permis d'avancer dans la construction du modèle et de cette recherche.

Ce modèle a permis d'étudier (objectif 2) les déterminants de ces stratégies et mis en évidence les influences de la balance décisionnelle et des intensités des dimensions de changement caractérisant la situation du consommateur sur sa trajectoire de changement. Cette situation a été définie à partir des états de précontemplation, de contemplation, d'action et de maintien, étant dans la même situation, ont été regroupés en groupes de changement.

L'analyse des influences de variables individuelles (attitude à l'égard de l'argent, anxieté-trait, orientation paratélique, genre) faisait aussi partie des objectifs de cette recherche (objectif 3). Le quatrième objectif était de comparer les influences des déterminants des stratégies de changement pour les personnes appartenant aux groupes de changement identifiés empiriquement : groupe des personnes en Action et groupe de personnes en Maintien. L'étude finale a porté sur un échantillon de 368 répondants.

Cette conclusion générale rappelle successivement les principaux résultats de cette recherche, les contributions académiques et les recommandations pour les conseillers et les programmes de marketing social destinés à changer les comportements dans ce domaine. Les voies de recherches futures sont aussi résumées.

❖ Principaux résultats de la recherche

Cette recherche a d'abord permis de valider et de confirmer la pertinence de l'appariement des stratégies de changement du comportement financier du consommateur suivant le principe approche-évitement. L'analyse des déterminants des stratégies de changement positives (approche) et des stratégies de changement négatives (évitement) a ensuite été réalisée pour chacun des groupes identifiés (Action, Maintien). Certains déterminants ressortent comme communs aux deux groupes et d'autres sont spécifiques à chacun. En résumé :

- Pour les deux groupes de changement (Action, Maintien), la balance décisionnelle (avantages et inconvénients) se présente comme l'un des principaux antécédents de l'intention de mettre en place des stratégies d'approche et d'évitement. L'évaluation des avantages de bien gérer ses finances influence positivement l'adoption des stratégies de changement d'approche (l'épargne) et l'adoption des stratégies de changement d'évitement (contrôle des dépenses) ; cela, quel que soit le groupe de changement. L'évaluation des inconvénients a par contre un effet négatif sur ces stratégies. D'autre part, pour le groupe Action, l'influence de l'évaluation des avantages de bien gérer ses finances personnelles sur les stratégies de changement d'approche est supérieure à l'influence de l'évaluation des inconvénients sur ces mêmes stratégies. Pour le groupe Maintien, l'influence de l'évaluation des avantages de bien gérer ses finances personnelles sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement ainsi que l'influence de l'évaluation des inconvénients sur ces dernières stratégies se valent.
- L'intensité des dimensions de changement caractéristiques des groupes représente une autre explication de l'intention de mettre en place les stratégies de changement d'approche et d'évitement. Rappelons que le premier groupe de changement se caractérise par une seule dimension, à savoir l'action, et que le deuxième groupe se distingue par deux dimensions, l'action et le maintien. L'influence de la dimension action sur les stratégies de changement d'approche et d'évitement est significative pour les deux groupes de changement. Ainsi, plus l'intensité d'efforts fournis par la personne est élevée, plus celle-ci a l'intention de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement. Par ailleurs, pour les personnes du groupe Action, l'influence de l'intensité d'efforts sur les stratégies d'approche est supérieure à son

influence sur les stratégies d'évitement. A l'inverse, pour les personnes appartenant au groupe Maintien, l'influence de l'intensité des efforts (action) sur les stratégies d'approche est inférieure à son influence sur les stratégies d'évitement. Les personnes en action sont ainsi en mesure d'éliminer complètement le comportement problématique ou de démontrer l'acquisition du comportement désiré à savoir s'appliquer à épargner une somme d'argent tous les mois. En revanche, le défi pour les personnes en maintien consiste à préserver leurs nouveaux acquis à long terme et donc à prévenir davantage la rechute par le contrôle des dépenses excessives.

- Les résultats de cette étude portent aussi sur l'existence ou non des effets indirects sur les stratégies, des dimensions de changement caractéristiques du groupe *via* la balance décisionnelle. La balance décisionnelle n'a pas de rôle médiateur dans la relation entre l'intensité de l'action (dimension caractéristique du groupe de changement Action) et les stratégies d'approche et d'évitement. Par contre, pour le groupe de changement Maintien, la dimension « avantages » de la balance décisionnelle a un rôle médiateur dans les relations entre les intensités des dimensions action ou maintien et les stratégies d'approche et d'évitement. Dans ces mêmes relations, le rôle médiateur de la dimension « inconvénients » de la balance décisionnelle n'est toutefois pas significatif. Pour chacun des groupes de changement Action et Maintien, on constate que les avantages de bien gérer son argent jouent un rôle majeur par leurs influences directes sur les stratégies d'approche (épargne) ; et que les inconvénients de bien gérer son argent jouent un rôle majeur par leurs influences directes sur les stratégies d'évitement (contrôle des dépenses). Pour le groupe Maintien, les avantages de bien gérer son argent médiatisent les relations entre l'intensité de l'action ou l'intensité du maintien et les stratégies d'approche et d'évitement.
- Les variables individuelles telles que l'attitude à l'égard de l'argent et l'anxiété (trait) permettent également d'influencer les intentions de mettre en place les stratégies d'approche et d'évitement, pour chacun des groupes de changement. Dans les deux groupes de changement (Action, Maintien), les résultats obtenus sont identiques pour les deux variables dépendantes que constituent les stratégies d'approche et les stratégies d'évitement. Plus les personnes engagées dans le changement (en action) et celles craignant la rechute (en maintien) accordent de l'importance à l'argent, plus elles ont l'intention d'adopter les stratégies de changement d'approche (épargner) et

les stratégies de changement d'évitement (contrôler les dépenses). De même, plus ces personnes sont de nature anxieuse, plus elles se protègent en ayant les bons gestes pour bien gérer leur argent par les stratégies d'approche (épargner) et les stratégies d'évitement (contrôle des dépenses).

- Les résultats de cette recherche mettent aussi en évidence les différences d'intensité des liens du modèle selon l'orientation motivationnelle paratélique et selon le genre, cela pour chacun des groupes de changement Action et Maintien. Comparé aux individus à faible orientation paratélique, les personnes à forte orientation paratélique considèrent plus les avantages de bien gérer leur argent et se focalisent moins sur les inconvénients pour atteindre le même niveau d'intention de faire fructifier leur argent (stratégies d'approche) ou de limiter leurs dépenses futiles (stratégies d'évitement). Ils doivent produire un plus grand effort que les personnes faiblement paratéliques (téliques) pour atteindre la même intensité de prise de conscience des avantages de bien gérer leur argent à savoir être à l'abri des imprévus et des mauvaises surprises. Les personnes orientées paratélique doivent également fournir plus d'efforts pour réduire leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent notamment se priver des sorties et des petits plaisirs au même niveau que les personnes orientées télique. De plus, ces personnes ont besoin de produire un plus grand effort pour avoir la même motivation de mettre en place les stratégies d'épargne (approche) et les stratégies de contrôler les dépenses excessives (évitement). Enfin, les personnes avec une orientation paratélique dominante sont de nature moins anxieuse que les personnes avec une orientation télique dominante ce qui amoindrit leur intention de fructifier leur argent (épargne) et de réduire leurs achats « coup de cœur » (évitement). Ainsi, les personnes se trouvant en situations proches sur la trajectoire du changement peuvent présenter quelques différences intra-groupes selon leur orientation motivationnelle paratélique dominante. En revanche, les résultats de cette recherche permettent de constater que le critère de segmentation classique à savoir le genre de la personne n'est pas pertinent. Toutefois, les relations entre l'anxiété (trait) et l'intention d'adopter les stratégies d'approche et d'évitement sont les seules à être statistiquement différentes selon le genre dans les deux groupes de changement identifiés notamment Action et Maintien. Effectivement, l'intensité d'anxiété (trait) est plus forte pour les femmes que pour les hommes, ce qui renforce leur intention d'adopter les stratégies d'approche (épargner) et d'évitement (contrôler les dépenses excessives).

❖ Principaux apports théoriques

Cette recherche se différencie des contributions précédentes et montre que les stratégies de changement utilisées par les consommateurs sont fondamentalement de type approche-évitement. Ces consommateurs sont situés dans le processus de changement en utilisant l'approche des groupes de changement construits à partir des intensités des dimensions de changement du modèle transthéorique notamment la précontemplation, la contemplation, l'action et le maintien. Cette recherche permet de confirmer le bienfondé de cette approche vis-à-vis des approches traditionnelles. L'étude des influences directes des dimensions de changement caractéristiques du groupe sur les stratégies de type approche et de type évitement ainsi que ses influences indirectes à travers la balance décisionnelle (évaluation des avantages et des inconvénients de bien gérer ses finances personnelles) apporte une meilleure compréhension du comportement financier du consommateur. Rappelons que les recherches antérieures se limitent à la progression des stratégies de changement et de la balance décisionnelle selon les phases de changement uniquement. La prise en compte d'autres variables individuelles telles que l'attitude envers l'argent et l'anxiété (trait) vient également enrichir la littérature sur la compréhension du changement de comportement. La comparaison des résultats entre différents segments fondés sur l'orientation motivationnelle paratélique et sur le genre fait aussi partie des apports théoriques de cette recherche.

❖ Synthèse des implications pour les actions de conseil et de marketing social

Le cadre général et les résultats de cette recherche peuvent guider les professionnels en leur permettant de développer une approche globale dans le but d'améliorer le processus qui conduit les consommateurs au changement de comportement financier. Dans l'ensemble, les résultats amènent à préconiser l'utilisation du modèle général proposé et à accorder une attention toute particulière aux déterminants individuels des stratégies de changement d'approche et d'évitement. Plusieurs des variables étudiées sont à valoriser : les dimensions de changement conduisant à la conception des groupes de changement, la balance décisionnelle, le sentiment d'efficacité personnelle, l'attitude à l'égard de l'argent et l'anxiété (trait), les orientations motivationnelles dominantes des individus. Ces facteurs peuvent

permettre d'améliorer les intentions d'adopter les stratégies de changement de comportement d'approche et d'évitement. En résumé, les recommandations susceptibles d'être proposées aux conseillers, aux éducateurs financiers et aux responsables de programmes et de campagnes de marketing social destinés à favoriser des changements de comportement financier se situent aux plans suivants.

Une nouvelle approche de segmentation des consommateurs : les groupes de changement. Les professionnels doivent considérer le changement de comportement comme un processus sur une trajectoire de changement. La méthode et les instruments de mesure développés peuvent être utilisés pour regrouper les individus en situations proches sur la trajectoire, afin de favoriser les stratégies de changement positives (d'approche) ou négatives (d'évitement) de manière appropriées à la situation des personnes du même groupe.

Utilisation du conflit décisionnel (avantages/inconvénients). Il est recommandé de sensibiliser les clients en fonction du groupe de changement auquel ils appartiennent sur les avantages de bien gérer leur argent et surtout de minimiser leur perception des inconvénients de bien gérer leur argent ; voire même de proposer des solutions pour ne pas se sentir privés de petits plaisirs et pour favoriser leur intention d'épargner et celle de limiter les achats futiles.

Le sentiment d'efficacité personnelle est un moyen de contrôle du progrès vers le changement. Les professionnels peuvent considérer le niveau de confiance de leurs clients en leur capacité de gérer leur argent, de planifier leurs dépenses, de contrôler leur budget et de prévoir les urgences financières ; et utiliser ces informations comme indicateurs de progrès lors des séances d'entretien pour suivre les réactions de leurs clients lorsque ces questions sont posées.

Importance de l'attitude à l'égard de l'argent et de l'anxiété (trait). Il est recommandé de considérer l'attitude à l'égard de l'argent car il s'agit d'un élément essentiel de la maîtrise du processus de changement de comportement financier du consommateur. Cette variable de segmentation est donc à prendre en compte dans les programmes d'éducation financière ; de même pour l'anxiété-trait qui influencent les changements de comportements financiers et leurs déterminants.

Importance de l'orientation motivationnelle paratélique et limite de la segmentation par le genre. Il convient de prendre en compte les orientations motivationnelles dominante des personnes d'un même groupe de changement. La segmentation classique par le genre est peu pertinente pour différencier les moyens d'action destinés à favoriser les stratégies de changement.

❖ Principales voies de recherche

Les orientations pour les recherches futures correspondent aux extensions potentielles du modèle général et à la diversification de son champ d'application. Le modèle proposé pourrait en effet être combiné à différentes approches théoriques du changement de comportement telles que la théorie de l'action raisonnée (Fishbein et Ajzen, 1975) et la théorie de l'action planifiée (Ajzen 1991), le modèle de croyances relatives à la santé (Rosenstock, 1974), la théorie de l'implantation des intentions (Gollwitzer, 1999) ou encore la théorie sociale cognitive (Bandura, 1977). De surcroît, ces modèles/théories proposés pourraient également être appliqués individuellement au changement de comportement financier et mériteraient de faire l'objet de recherches futures afin de procéder à des comparaisons de résultats.

Une autre limite est liée à la théorie des niveaux de représentation (Liberman et Trope, 1998 ; Liberman et Trope, 2003 ; Audrezet et Caffier de Kerviler, 2011) qui stipule que tout ce qui n'est pas dans une expérience directe de la réalité est considéré comme psychologiquement distant. Cette plus ou moins grande proximité des comportements à changer pourrait avoir une influence sur la balance décisionnelle (inconvenients) et sur le choix des stratégies de changement d'approche et d'évitement.

Cette recherche ne considère qu'un nombre limité d'antécédents des stratégies d'approche et d'évitement mais il serait intéressant d'étudier d'autres facteurs pouvant influencer ces stratégies. L'introduction des influences d'agents de socialisation (famille, pairs, médias) ou d'autres variables individuelles (ex : l'orientation régulatrice) pour expliquer le changement notamment par l'adoption des stratégies de type approche-évitement constitue par exemple une nouvelle voie de recherche.

L'évaluation du risque perçu (gravité/vulnérabilité) par les individus les moins motivés à mieux contrôler leurs dépenses pourrait être intégrée au modèle proposé pour expliquer la motivation à plutôt mettre en place des stratégies d'approche ou d'évitement.

Cette étude ne considère pas toutes les stratégies de changement envisageables. Il pourrait être utile de refaire les analyses en respectant les mêmes procédures et en mobilisant les autres stratégies de changement.

Enfin, l'échantillon de l'étude finale est constitué de personnes dans une tranche d'âge à laquelle les acteurs publics ou privés sont particulièrement attentifs mais cela limite naturellement la portée des résultats. Il conviendrait aussi de mener d'autres recherches sur des populations endettées n'arrivant pas à équilibrer leurs budgets. Il serait également intéressant de développer des recherches sur des comportements plus spécifiques relatifs au crédit revolving ou aux placements financiers plus ou moins risqués.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

A

Abramovitch R., Freedman J. L. et Pliner P. (1991), Children and money : Getting an allowance, credit versus cash, and knowledge of pricing, *Journal of Economic Psychology*, 12, 1, 27-45.

Adler A. (1946), *Understanding Human Nature*, New York, Greenberg.

Agnetha Broos, M. A. (2005), Gender and information and communication technologies (ICT) anxiety : Male self-assurance and female hesitation, *Cyber Psychology & Behavior*, 8, 1, 21 -31.

Ajzen I. (1991), The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 2, 179–211.

Albarello L. (2003), *Apprendre à chercher. L'acteur social et la recherche scientifique*, Bruxelles, De Boeck.

Alderfer C. P. (1972), *Existence, relatedness, and Growth Human needs and Organizational Settings*, New York, Free Press.

Alhabeeb M. J. (1999), Allowances and the economic socialization of children, *Association for Financial Counseling and Planning Education*, 10, 2, 1-9.

Allen M. W., Edwards R., Hayhoe C. R. et Leach L. (2007), Imagined interaction, attitudes towards money and credit, and family coalitions, *Journal of Family and Economic*, 28, 1, 3-22.

Amabile T.M. (1993), Motivational Synergy : Toward New Conceptualizations of Intrinsic and Extrinsic Motivation in the Workplace, *Human Resources Management Review*, 3, 3, 185-201.

Amabile T. M., Hill K. G., Hennessey B. A. et Tighe E. M. (1994), The work preference inventory : Assessing intrinsic and extrinsic motivational orientation, *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 5, 950–967.

Anderson G. et Brown R. I. F. (1987), Some applications of reversal theory to the explanations of gambling and gambling addictions, *Journal of Gambling Behavior*, 3, 3, 179-189.

- Anderson J. C. et Gerbing D. W. (1988), Structural equation modeling in practice : a review and recommended two-step approach, *Psychological Bulletin*, 103, 3, 411-423.
- Anderson S. A. et Sabatelli R. M. (1995), *Family interaction : A multigenerational developmental perspective*, Boston, Allyn & Bacon.
- Andreani J. C. et Conchon F. (2005), Fiabilité et Validité des Enquêtes Qualitatives, Un état de l'art en Marketing, *Revue Française du Marketing*, 201, 5, 5-21.
- Andrews B. et Wilding J. M. (2004), The relation of depression and anxiety to life-stress and achievement in students, *British Journal of Psychology*, 95, 4, 509-521.
- Anthes W. L. et Most B. W. (2000), Frozen in the headlights : The dynamics of women and money, *Journal of Financial Planning*, 13, 9, 130-142.
- Apter M. J. (1982), *The Experience of Motivation : The Theory of Psychological Reversals*, Academic Press, London, UK and New York, NY.
- Apter M. J. (1989), *Reversal theory : Motivation, emotion and personality*, London, Routledge.
- Apter M. J. (coord.) (2001), *Motivational Styles in Everyday Life : A Guide to Reversal Theory*, Washington, DC, American Psychological Association.
- Apter M. J. (2003), On a certain blindness in modern psychology, *The Psychologist*, 16, 9, 474-475.
- Apter M. J. (2007), *Reversal Theory : The Dynamics of Motivation, Emotion and Personality*, Oxford, Oneworld Publications.
- Apter M. J., Fontana D. et Murgatroyd S. (coord.), (1985), *Reversal theory : Applications and developments*, Wales, University College Cardiff Press, and New Jersey, Lawrence Erlbaum.
- Apter M. J., Kerr J. H. et Cowles M. (coord.), (1988), *Progress in reversal theory*, Amsterdam, North-Holland (Elsevier).
- Apter M. J. et Svebak S. (1992), Reversal theory as a biological approach to individual differences, in A. Gale et M. W. Eysenck (coord.), *Handbook of individual differences : Biological perspectives*, New York, John Wiley & Sons Ltd, 323-353.
- Arbuckle J. et Wothke W. (1999), *AMOS 4.0 User's Guide*, Chicago, IL, Smallwaters.
- Arbuckle J.L. (2005), *AMOS User's Guide*, Chicago, SPSS Inc.
- Armitage C. J. et Conner M. (2001), Efficacy of the theory of planned behaviour : A meta-analytic review, *British Journal of Social Psychology*, 40, 4, 471-499.
- Armstrong A. J. et Craven, M. J. (1993), Credit card use and payment practices among college students, Proceedings of the 6th Annual Conference of the Association for Financial Counseling and Planning Education, 148-159.

Atkinson A. (2008), Evidence of impact : an overview of financial education evaluations, rapport de recherche, Financial Services Authority, UK, Londres.

Audrezet A. et Caffier de Kerviler G. (2011), How to reduce perceived distance to a humanitarian « cause » ? Influence of abstraction and valence of a message, papier de recherche présenté au colloque 40th EMAC, Ljubljana, Slovénie.

B

Bachmann G. R., Roedder-John D. et Rao A. R. (1993), Children's susceptibility to peer group purchase influence : an exploratory investigation, *Advances in Consumer Research*, 20, 1, 463-468.

Bandura A. (1977), Self-efficacy : Toward a unifying theory of behavioral change, *Psychological Review*, 84, 2, 191-215.

Bandura A. (1977), *Social learning theory*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.

Bandura A. (1980), Gauging the relationship between self-efficacy judgment and action, *Cognitive Therapy and Research*, 4, 2, 263-268.

Bandura A. (1982), The assessment and predictive generality of self-percepts of efficacy, *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*, 13, 3, 195-199.

Bandura A. (1986), *Social foundations of thought and action : A social cognitive theory*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.

Bandura A. (1989), Regulation of cognitive processes through perceived self-efficacy, *Developmental Psychology*, 25, 5, 729-735.

Bandura, A. (1993), Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning, *Educational Psychologist*, 28, 2, 117-148.

Bandura A. (1994), *Self-efficacy : The exercise of control*, New York : Freeman.

Bandura A. (2002), *Auto-efficacité : Le sentiment d'efficacité personnelle*, Bruxelles, De Boeck.

Bandura A. (2006), Guide for constructing self-efficacy scales, in F. Pajares et T. Urdan (coord.), *Self-efficacy beliefs of adolescents*, Greenwich, CT, Information Age Publishing, 307-337.

Bardin L. (2001), *L'analyse de contenu*, Presses Universitaires de France, Paris.

Baron R. M. et Kenny D. A. (1986), The moderator-mediator variable distinction in social psychological research : Conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 6, 1173-1182.

- Baumeister R. F. (2000), Yielding to temptation : Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior, *Journal of Consumer Research*, 28, 4, 670-676.
- Bayer P. J., Bernheim B. D. et Scholz J. K. (1996), The effects of financial education in the workplace : Evidence from a survey of employers, papier de recherche National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA.
- Beal D. J. et Delpachitra S. B. (2003), Financial literacy among Australian university students, *Economic Papers*, 22, 1, 65-78.
- Bearden W. et Haws K.L. (2012), How low spending control harms consumers, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40, 1, 181-193.
- Beck A. T. (1976), *Cognitive Therapy and the Emotional Disorders*, New York, NY, Penguin Books USA, Inc.
- Belk R. D., Bahn K. D. et Mayer R. N. (1982), Developmental Recognition of Consumption Symbolism, *Journal of Consumer Research*, 9, 1, 4-17.
- Bell E. et Lerman R. L. (2005), Can financial literacy enhance asset building ? Opportunity and Ownership Project, *The Urban Institute*, 9, 6, 1-7.
- Bellis J. M. (1993), The Transtheoretical Model of Change Applied to Psychotherapy : A Psychometric Assessment of Related Instruments, Thèse de doctorat, University of Rhode Island.
- Benn J. (2003), Consumer empowerment in consumer education, Experiences from educational and consumer studies of youngsters, *International Journal of Consumer Studies*, 27, 3, 218-251.
- Bentler P. M. (1980), Multivariate analysis with latent variables : Causal modeling, *Annual Review of Psychology*, 31, 1, 419-456
- Bentler P. M. (2005), *EQS 6.1 : Structural equation program manual*, Encino, CA, Multivariate software.
- Berelson B. (1952), *Content Analysis in Communication Research*, New York, The Free Press.
- Bergeret J. (1982), *Toxicomanie et personnalité*, Paris, PUF.
- Bernasek A. et Shwiff S. (2001), Gender, Risk and Retirement, *Journal of Economic Issues*, 35, 2, 345-56.
- Bernheim B. D. (1996), The Merrill Lynch baby boom retirement index, papier de recherche, Bank of America Corporation Merrill Lynch and Company, New York.

- Bernheim B. D. et Garrett D. M. (1996), The Determinants and Consequences of Financial Education in the Workplace : Evidence from a Survey of Households, papier de recherche Stanford Economics, Cambridge, MA, National Bureau of Economic Research.
- Bernheim B. D. et Garrett D. M. (2003), The effects of financial education in the workplace : Evidence from a survey of households, *Journal of Public Economics*, 87, 7, 1487-1519.
- Bernheim B. D., Forni L., Gokhale J. et Kotlikoff L. J. (2000), How Much Should Americans Be Saving for Retirement ? *American Economic Review*, 90, 2, 288 – 292.
- Bernheim B. D., Garrett D. M. et Maki D. M. (1997), Education and Saving : The Long Term Effects of High School Financial Curriculum Mandates, papier de recherche, National Bureau of Economic Research, Cambridge-Massachusetts.
- Bernheim B. D., Garrett D. M. et Maki D. M. (2001), Education and saving : The long-term effects of high school financial curriculum mandates, *Journal of Public Economics*, 80, 3, 435-465.
- Berriche-Harzallah A. (2013), Education financière du consommateur : une application du modèle transthéorique intégrant l'effet de cadrage d'un message, 13 th Congrès International Marketing Trends, Venise, Italie.
- Beutler I. et Dickson L. (2008), Consumer economic socialization, in J. J. Xiao, (coord.), *Handbook of Consumer Finance Research*, NY, Springer.
- Bitsika V., Sharpley C. F. et Melhem T. C. (2010), Gender differences in factor scores of anxiety and depression among Australian university students : Implications for counselling interventions, *Canadian Journal of Counselling*, 44, 1, 51-64.
- Blanchard D. C., Hynd A. L., Minke K.A., Minemoto T. et Blanchard R. J. (2001), Human defensive behaviors to threat scenarios show parallels to fear- and anxiety-related defense patterns of non-human mammals, *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 25, 7, 761-770.
- Boekaerts M. (1988), Are there two types of arousal avoidance ?, in M. J. Apter, J. H. Kerr et M. Cowles (coord.), *Progress in reversal theory*, Amsterdam, North Holland, 275-285.
- Boesen-Mariani S., Gomez P. et Gavard-Perret M.L. (2010), L'orientation régulatrice : un concept prometteur en marketing, *Recherche et Application en Marketing*, 25, 1, 87-106.
- Boissin J. P., Chollet B. et Emin S. (2005), Les croyances des étudiants envers la création d'entreprise : un état de lieux, 4ème congrès de l'académie de l'entrepreneuriat, Paris, 24-25.
- Bollen K. A. (1989), *Structural equations with latent variables*, New York, Wiley.
- Bonis M. de et Ferrey G. (1975), Anxiété-trait, anxiété-état, changement réel, changement apparent, *L'Encéphale*, 1, 1, 53-60.
- Boudreau G. (2005), Théorie modèle du changement de comportement, papier de recherche, département des sciences sociales, Université de Moncton.

Bowen C. F. (1996), Informal money management education : Perceptions of teens and parents, *Consumer Interests Annual*, 42, 1, 233-234.

Bowen C. F. (2002), Financial knowledge of teens and their parents, in J. Lown (coord.), Proceedings of the 2002 Annual Conference of the Association of Financial Counseling and Planning, Association for Financial Counseling and Planning, Scottsdale, AZ, 93-101.

Bowen D. J., Meischke H. et Tomoyasu N. (1994), Preliminary evaluation of the processes of changing to a low-fat diet, *Health Education Research*, 9, 1, 85-94.

Braunstein S. et Welch C. (2002), Financial literacy : An overview of practice, research, & policy, rapport de recherche, Federal Reserve Bulletin, Washington, DC.

Breithaupt K., Plotnikoff R. C., Edwards N. et Hotz S. (2000), Psychometric quality of a processes of change (POC) scale in a maternal smoking sample, *Canadian Journal of Behavioural Sciences*, 32, 3, 158-162.

Brim O.G. (1966), Socialization through the life cycle, in O. Brim et S. Wheeler (coord.), *Socialization after childhood*, New York, John Wiley & Sons, Inc, 1-49.

Brodeur N. (2006), Les stratégies de changement employées par des hommes ayant des comportements violents envers leur conjointe, Mesure et analyse à partir du modèle transthéorique du changement, Thèse de doctorat en sciences sociales, Université Laval.

Brousseau A. D., Couvreur A. et Loisel J. P. (2003), Opinions et comportements des consommateurs : un nouvel indicateur "situations de vie" Exploitation des enquêtes Consommation, *cahier de recherche*, 188, 4, 1-94.

Brown B. B., Mounts N., Lamborn S. D. et Steinberg L. (1993), Parenting practices and peer group affiliation in adolescence, *Child Development*, 64, 2, 467-482.

Brown R. I. F. (1993), Planning Deficiencies in Addictions from the Perspective of Reversal Theory, in J. H. Kerr, S. Murgatroyd et M. J. Apter (coord.), *Advances in Reversal Theory*, Amsterdam, Swets & Zeitlinger, 205-223.

Browne M. W. et Cudeck R. (1993), Alternative ways of assessing model fit, in K. A. Bollen et J. S. Long (coord.), *Testing structural equation model*, Newbury Park, CA, Sage Publications, 139-62.

Bubolz M. M. et Sontag S. (1993), Human ecology theory, in P. Boss, W. Doherty, R. LaRossa, W. Schumm et S. Steinmetz (coord.), *Sourcebook for family theories and methods : A contextual approach*, New York, Plenum, 419-450.

Burger J. M., LaSalvia C. T., Hendricks L.A., Mehdipour T. et Neudeck E. M. (2011), Partying before the party gets started : The effects of descriptive norms on pre-gaming behavior, *Basic and Applied Social Psychology*, 33, 3, 220-227.

Burris R. F. et O'Connell K. A. (2003), Reversal theory states and cigarette availability predict lapses during smoking cessation among adolescents, *Research in Nursing & Health*, 26, 4, 263-272.

Byrne B. M. (1994), *Structural equation modeling with EQS and EQS/Windows : basic concepts, applications, and programming*, Sage, Thousand Oaks, CA.

Byrne B. M. (2001), *Structural Equation Modeling with Amos, Basic Concepts, Applications, and Programming*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

Byrne K. (2005), How do consumers evaluate risk in financial products ?, *Journal of Services Marketing*, 10, 1, 21–36.

C

Cacioppo J. T. et Berntson G. G. (1994), Relationship between attitudes and evaluative space : A critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates, *Psychological Bulletin*, 115, 3, 401-423.

Carver C. S. et White T. L. (1994), Behavioral inhibition, behavioral activation, and affective responses to impending reward and punishment : The bis/bas scales, *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 2, 319-333.

Campoy E. et Dumas M. (2005), Etudes longitudinales et comparaisons entre groupes par les méthodes d'équations structurelles, in Roussel P. et Wacheux F. (coord.), *Management des ressources humaines, méthodes de recherches en sciences humaines et sociales*, Bruxelles, De Boeck.

Cardenal M., Sztulman H. et Schmitt L. (2007), Le questionnaire de fonctionnement ordalique (Qfo) : premiers éléments de validation et résultats préliminaires chez des toxicomanes et des anorexiques, *Annales Médico-Psychologiques*, 165, 10, 703–713.

Cattell R. B. (1961), Theory of situational, instrument, second order and refraction factors in personality structure research, *Psychological Bulletin*, 58, 2, 160-174.

Cattell R. B. et Scheier I. H. (1961), *The meaning and measurement of neuroticism and anxiety*, New York, Ronald Press.

Chatterjee P. et Farkas K. (1992), Spending patterns : Implications for practitioners, *Families in Society*, 73, 10, 613-621.

Chatterjee S., Finke M. et Harness N. (2011), The impact of self-efficacy on wealth accumulation and portfolio choice, *Applied Economics Letters*, 18, 7, 627-631.

Chen H. et Volpe R. P. (1998), An analysis of personal financial literacy among college students, *Financial Services Review*, 7, 2, 107–128.

Chen H. et Volpe R. P. (2002), Gender differences in personal financial literacy among college students, *Financial Services Review*, 11, 3, 289–307.

Chen P. P. (2003), Exploring the accuracy and predictability of the self-efficacy beliefs of seventh-grade mathematics students, *Learning and individual differences*, 14, 1, 79-92.

Chlouba T., Šimková M. et Němcová Z. (2011), Application for education of financial literacy, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 1, 370-373.

Christensen G. A. (1992) Compulsive Buying : Descriptive Characteristics and Psychiatric Comorbidity, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Minnesota.

Churchill G. A. (1979), A paradigm for developing better measures of marketing constructs, *Journal of Marketing Research*, 16, 2, 64-73.

Churchill G. A. et Moschis G. P. (1979), Television and interpersonal influences on adolescent consumer learning, *Journal of Consumer Research*, 6, 1, 23-35.

Clancy M., Grinstein-Weiss M. et Schreiner M. (2001), Financial Education and Savings Outcomes in Individual Development Accounts, papier de recherche, St. Louis, MO, Université de Washington.

Clarke B. (2008), Models of Behavior Change, in E. Ozmete et T. Hira (coord.), Conceptual analysis of behavioral theories/models : Application to financial behavior, *European Journal of Social Sciences*, 18, 3, 386-404.

Clarke M. D., Heaton M. B., Israelsen C. L. et Eggett D. L. (2005), The acquisition of family financial roles and responsibilities, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 33, 4, 321-340.

Coan J. A. et Allen J. B. (2003), Frontal EEG asymmetry and the behavioral activation and inhibition systems, *Psychophysiology*, 40, 1, 106-114.

Cochrane J. H. (2006), Financial markets and the real economy, in J. H. Cochrane (coord.), *Financial Markets and the Real Economy*, 18th of the International Library of Critical Writings in Financial Economics, Edward Elgar, London.

Cochrane P. (coord.) (2006), Pilot study of On the Money in PFRC, in A. Atkinson (coord.) (2008), Evidence of impact : An overview of financial education evaluations, *Personal Finance Research Centre*, Université de Bristol, 5-87.

Cohen S. (1994), Consumer socialization : Children's saving and spending, *Childhood Education*, 70, 4, 244-246.

Cohen S. et Xiao J. J. (1992), Consumer socialization—children and money, *Childhood Education*, 69, 1, 43-44.

Cole S. et Shastry G. K. (2008), If You Are So Smart, Why Aren't You Rich ? The Effects of Education, Financial Literacy and Cognitive Ability on Financial Market Participation, papier présenté à la conférence Federal Reserve Community Affairs Research, Harvard Business School, Boston, Massachusetts.

Cole S. et Shastry G. K. (2009), Smart money : The effect of education, cognitive ability, and financial literacy on financial market participation, papier de recherche, Harvard Business School, Boston, Massachusetts.

Cook M. R. et Gerkovich M. M. (1993), The development of the Paratelic Dominance Scale, in J. H. Kerr, S. Murgatroyd et M. J. Apter (coord.), *Advances in Reversal Theory*, Amsterdam, Swets and Zeitlanger, 178-188.

Cook M. R., Gerkovich M. M., O'Connell K. A. et Potocky M. (1995), Reversal theory constructs and cigarette availability predict lapse early in smoking cessation, *Research in Nursing & Health*, 18, 3, 217-224.

Cook-Gumperz J. (coord.) (1986), *The Social Construction of Literacy*, Cambridge, Cambridge University Press.

Cook-Gumperz J. (1986), Literacy and Schooling : An Unchanging Equation ?, in J. Cook-Gumperz (coord.), *The Social Construction of Literacy*, Cambridge: Cambridge University Press, 16-44.

Coppack M. et Brennan C. (2005), The case for educated UK consumers : the National Consumer Council's consultation on consumer education, *International Journal of Consumer Studies*, 29, 5, 418-425.

Coppack M., Brennan C. et Wadams M. (2008), A strategic approach to UK consumer education, *Consumer Policy Review*, 8, 2, 51-56.

Courchane M. et Zorn P. (2005), Consumer Literacy and Credit Worthiness, papier présenté à la conférence Federal Reserve System, Washington, DC.

Cox R. H. (2005), *Psychologie du sport*, Bruxelles, De boeck.

Crump T. (1992), Money as a ritual system, *American Behavioral Scientist*, 35, 6, 669-677.

Csillik A. S. (2009), Polémique actuelle autour du modèle transthéorique : ce modèle mérite-t-il d'être encore utilisé ? Current debate around the Transtheoretical Model : Is it still worth using ? *Annales Médico-Psychologiques*, 167, 5, 355-360.

Cude B., Lawrence F., Lyons A., Metzger K., LeJeune E., Marks L. et Machtmes C. (2006), College Students and Financial Literacy : What They Know and What We Need to Learn, Eastern Family Economics and Resource Management Association Conference Proceedings, Knoxville Tennessee.

D

Danes S. M. (1993), *Children and Money : Allowances and Alternatives*, Université de Minnesota, Minnesota Extension Service Publication.

- Danes S. M. (1994), Parental perceptions of children's financial socialization, *Financial Counseling and Planning*, 5, 1, 127-146.
- Danes S. M. (2004), Evaluation of the NEFE High School Financial Planning Program 2003 - 2004, papier de recherche, Université de Minnesota, Etats-Unis.
- Danes S. M. et Dunrud T. (1993), *Children and Money : Teaching Children Money Habits for Life*, Université de Minnesota, Minnesota Extension Service Publication.
- Danes S. M. et Haberman H. R. (2007), Teen financial knowledge, self-efficacy, and behavior : A gendered view, *Financial Counseling and Planning Journal*, 18, 1, 48-60.
- Danes S. M., Huddleston-Casas C. et Boyce L. (1999), Financial Planning Curriculum for Teens : Impact Evaluation, *Financial Counseling and Planning*, 10, 1, 25 – 37.
- Danes S. M., Huddleston-Casas C. et Boyce L. (1999), Teen financial knowledge, self-efficacy, and behavior, A gendered view, *Financial Counseling and Planning*, 10, 1, 25- 37.
- Darby P. J. (1997), Why the Navy has a personal financial management program, in E. T. Garman, J. E. Grable et S. Joo (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 1, 1, 109-113.
- Davidson R. (1998), The transtheoretical model : A critical overview, in W. R. Miller et N. Heather (coord.), *Treating Addictive Behaviors*, New York, Plenum Press, 25-38.
- Davidson R. J. (1992), Emotion and affective style : hemispheric substrates, *Psychological Science*, 3, 1, 39-43.
- Davies E. et Lea S. (1995), Student attitudes to student debt, *Journal of Economic Psychology*, 16, 4, 663-679.
- Davis G. A. (2003), Using a retrospective pre-post questionnaire to determine program impact, *Journal of Extension*, 41, 4, 1-5.
- Deci E. L. et Ryan R. M. (1985), *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*, New York, Plenum.
- Delacroix E., Debenedetti A. et Sabri O. (2014), *Maxi fiches-Marketing*, Paris, Dunod, éditeur de savoirs.
- Dessart W. C. A. et Kuylen A. A. A. (1986), The Nature, Extent, Causes, and Consequences of Problematic Debt Situations, *Journal of Consumer Policy*, 9, 3, 311-334.
- DeVaney S. A., Anong S. et Whirl S. P. (2007), Household savings motives, *The Journal of Consumer Affairs*, 41, 1, 174-186.

DeVaney S. A., Gorham L., Bechman J. C. et Haldeman V. (1995), Saving and Investing for Retirement : The Effect of a Financial Education Program, *Journal of the Family Economics and Resource Management Biennial*, 1, 1, 153-158.

DeVaney S. A., Gorham L., Bechman J. C. et Haldeman V. (1996), Cash Flow Management and Credit Use : Effects of Financial Information Program, *Financial Counseling and Planning*, 7, 1, 71-79.

Dew J. et Xiao J. J. (2011), The Financial Management Behavior Scale : Development and Validation, *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22, 1, 43-59.

Dewey J. (1938), *Experience and Education*, New York, Macmillan.

Diacon S. et Ennew C. (2001), Consumer perceptions of financial risk, *The Geneva Papers in Risk & Insurance, Issues & Practice*, 26, 3, 389-409.

DiClemente C.C. (2010), Mécanismes de changement et évaluation du problème et du processus, papier de recherche, Université de Maryland.

DiClemente C. C., Carbonari J. P., Montgomery R. P. G. et Hughes S. O. (1994), The alcohol abstinence self-efficacy scale, *Journal of Studies on Alcohol*, 55, 2, 141-148.

Didellon L. et Valette-Florence P. (1996), L'utilisation des indices d'ajustement dans les modèles d'équations structurelles : présentation et recommandations d'usage, *Actes des XIII Journées Nationales des IAE*, 2, 1, 111-126.

Doherty O. et Matthews G. (1988), Personality characteristics of opiate addicts, *Personality and Individual Differences*, 9, 1, 171-172.

D'onghia F. (2009), Comment persuader les automobilistes à respecter les limitations de vitesse : Effets du cadrage et de la présence d'une image dans les messages de prévention routière, Thèse de Doctorat en Psychologie, Université de Nancy II.

Dowling N. A., Corney T. et Hoiles L. (2009), Financial Management Practices and Money Attitudes as Determinants of Financial Problems and Dissatisfaction in Young Male Australian Workers, *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20, 2, 5-13.

Doyle K. O. (1992), Money and the behavioral sciences, *American Behavioral Scientist*, 35, 6, 641-657.

Drentea P. (2000), Age, debt, and anxiety, *Journal of Health and Social Behavior*, 41, 4, 437-450.

E

Earley P. C. et Erez M. (1991), Time-dependency effects of goals and norms : The role of cognitive processing on motivational models, *Journal of Applied Psychology*, 76, 5, 717-724.

- Eccles J. S., Barber B. L. et Jozefowicz D. (1998), Linking gender to educational, occupational, and recreational choices : Applying the Eccles et al. model of achievement related choices, in W. B. Swann, J. H. Langlois et L. C. Gilbert (coord.), *Sexism and stereotypes in modern society : The gender science of Janet Taylor Spence*, Washington, DC, American Psychological Association, 153–192.
- Eckhardt C., Babcock J. et Homack S. (2004), Partner assaultive men and the stages and processes of change, *Journal of Family Violence*, 19, 2, 81-93.
- Eden D. et Kinnar J. (1991), Modeling Galatea : Boosting self-efficacy to increase volunteering, *Journal of Applied Psychology*, 76, 6, 770-780.
- Edmiston K. D., Gillett-Fisher M.C. et McGrath M., (2009), Weighing the Effects of Financial Education in the Workplace, papier de recherche Community Affairs Department Research, The Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Edwards R., Allen M. A. et Hayhoe C. R. (2007), Financial attitudes and family communication about students' finances : the role of sex differences, *Communication Reports*, 20, 2, 90–100.
- Eeckhout C., Francaux M., Heeren A. et Philippot P. (2013), Mesure de la balance décisionnelle en vue de pratiquer une activité physique régulière (BDAP) : adaptation et validation francophone de l'échelle Decisional Balance for Exercise, *Revue européenne de psychologie appliquée*, 63, 3, 185–191.
- Egerová D. (2011), Jak tvořit studijní opory pro e-learning : metodická příručka pro autory studijních opor, Plzeň, Czechia, Západočeská, univerzita v Plzni.
- El Akremi A. (2005), Analyse des effets linéaires, non linéaires et d'interaction par les méthodes d'équations structurelles sous Lisrel, in P. Roussel et F. Wacheux, *Management des Ressources Humaines : Méthodes de recherche en sciences humaines et sociales*, Paris, De Boeck.
- Elliot A. J. (2008), *Handbook of Approach and Avoidance Motivation*, New York, Taylor & Francis Group.
- Elliot A. J. et Covington M. V. (2001), Approach and avoidance motivation, *Educational Psychology Review*, 13, 2, 73-92.
- Elliot A. J. et Friedman R. (2007), Approach-Avoidance : A central characteristic of personal goals, in B. R. Little, K. Salmela-Aro et S. D. Phillips (coord.), *Personal Project Pursuit*, Mahwah, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Publisher, 97-119.
- Emin S. (2003), L'intention de créer une entreprise des chercheurs publics : le cas français, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Pierre Mendès France de Grenoble.
- Employees grow confident about retirement, but want more workplace financial planning (1999), *Employee Benefit Plan Review*, 10, 2, 30-31.

Employee Benefits Research Institute (1998), The 1998 retirement confidence survey (RCS) summary of findings, rapport de recherche Employee Benefits Research Institute, Washington, D.C.

Engelberg E. et Sjoberg L. (2006), Money attitudes and emotional intelligence, *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 8, 2027-2047.

Évard Y., Pras B. et Roux E. (2000), *Market, études et recherches marketing, fondements, méthodes*, Paris, Dunod.

Évard Y., Pras B. et Roux E. (2003), *Market, études et recherches marketing*, Paris, Dunod.

Everitt B. S. (1993), *Cluster Analysis*, London, Edward Arnold.

Eysenck H. J. et Wilson G. (1975), *Know Your Own Personality*, Temple-Smith, London, UK.

F

Faber R. J. et O'Guinn T.C. (1988), Compulsive Consumption and Credit Abuse, *Journal of Consumer Policy*, 11, 1, 97-109.

Falahati L. et Paim L.H. (2011), Toward a framework of determinants of financial management and financial problems among university students, *African Journal of Business Management*, 5, 22, 226-236.

Fank M. (1994), The development of a money-handling inventory, *Personality and Individual Differences*, 17, 1, 147-152.

Fayolle. A (2005), *Introduction à l'entrepreneuriat*, Edition Dunod, Paris.

Fayolle A., Gailly B. et Lassas-Clerc N. (2006), Mesure de l'effet à court terme et à long terme d'un programme d'enseignement de l'entrepreneuriat (PEE) sur l'intention entrepreneuriale des participants : importance des conditions initiales, Actes du 8^{ème} Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME, Fribourg, Suisse.

Feather N. T. (1991), Variables relating to allocation of pocket money to children : Parental reasons and values, *British Journal of Social Psychology*, 30, 3, 221–234.

Fernandez L. (2004), Actualités des addictions en psychopathologie : diversité des approches, des méthodologies et perspectives, Synthèse d'Habilitation à diriger des recherches, Université de Provence, France.

Fernandez L., Bonnet A., Teyssier M. F., Apter M. J., Pedinielli J. L. et Sztulman H. (2004), Tabagisme et états métamotivationnels chez des adolescents lycéens, *Psychotropes*, 10, 2, 19-46.

Ferreri M., Von Frenckell R., Mirabel V., Tawil S. et Alby J. M. (1988), Une nouvelle échelle d'évaluation quantitative et qualitative de l'anxiété, le FARD, (Ferreri anxiety rating diagram), *Encephale*, 14, 5, 385-393.

Finn D. R. (1992), The meanings of money, *American Behavioral Scientist*, 35, 6, 658-668.

Fishbein M. A. et Ajzen I. (1975), *Belief, attitude, intention and behavior : an introduction to theory and research*, Reading, MA, Addison Wesley.

Fletcher C.N., Beebout G. et Mendenhall S. (1997), Developing and evaluating personal finance education at the worksite : A case study, in E. T. Garman, J. E. Grable et S. Joo (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 2, 1, 54-59.

Ford M.R., Baptist J.A. et Archuleta K.L. (2011), A theoretical approach to financial therapy : The development of the Ford financial empowerment model, *The Journal of Financial Therapy*, 2, 2, 20-40.

Fornell C. et Larcker D. F. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research*, 18, 1, 39-50.

Fox J. J. et Bartholomae S. (2008), Financial Education and Program Evaluation, in Jing Jian Xiao, (coord.), *Handbook of Consumer Finance Research*, New York, NY, Springer, 47-68.

Fox J. J., Bartholomae S. et Gutter M. S. (2000), What do we know about socialization ? *Consumer Interest Annual*, 46, 1, 219-241.

Fox J. Bartholomae S. et Lee J. (2005), Building the Case for Financial Education, *The Journal of Consumer Affairs*, 39, 1, 195-214.

Frayssinhes J. (2013), Plaisir et apprentissage sur les réseaux numériques, papier de recherche, département marketing, Université de Toulouse le Mirail.

Freedman J. et Combs G. (1996), *Narrative therapy : The social construction of preferred realities*, New York, NY, Norton Company, Inc.

Freud S. (1920), *Au delà du principe de plaisir*, Paris, Payot.

Frijda N. H. (1986), *The emotions*, New York, Cambridge University Press.

Furnham A. (1985), Why do people save ? Attitudes to, and habits of, saving money in Britain, *Journal of Applied Social Psychology*, 15, 4, 354-373.

Furnham A. (1996), Attitudinal correlates and demographic predictors of monetary beliefs and behaviors, *Journal of Organizational Behavior*, 17, 1, 373-88.

Furnham A. et Argyle M. (1998), *The Psychology of Money*, Routledge, London.

Furnham A. et Thomas P. (1984), Pocket money : A study of economic education, *British Journal of Developmental Psychology*, 2, 1, 205–231.

G

Galligan A. M. (1995), Service learning and experiential education, in Fried & Associates (coord.), *Shifting paradigms in student affairs: Culture, context, teaching, and learning*, Lanham, MD, University Press of America, Inc 189-207.

Garman E.T. (1998), Consumer educators, now is the time for a paradigm shift toward employee financial education, *Consumer Interest Annual*, 14, 1, 48-53.

Garman E. T. (1999), Employer-sponsored education programs and incentives to improve employees' financial lifestyles, *Employment Relations Today*, 10, 1, 63-72.

Garman E. T. et Bagwell D. C. (1998), What is comprehensive PFEE?: A matrix of what ought to be, in E. T. Garman, S. Joo, I. E. Leech et D. C. Bagwell (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 2, 1, 94-96.

Garman E. T., Leech I. E. et Grable, J. E. (1996), The negative impact of employee poor personal financial behaviors on employers, *Financial Counseling and Planning*, 7, 1, 157-168.

Garðarsdóttir R. B. et Dittmar H. (2012), The relationship of materialism to debt and financial well-being : The case of Iceland's perceived prosperity, *Journal of Economic Psychology*, 33, 3, 471-481.

Gartner K. et Todd R. M. (2005), Effectiveness of online "early intervention" financial education for credit cardholders, papier présenté à la conférence Federal Reserve System Community Affairs Research, Washington DC.

Gasiorowska A. et Helka A. (2012), Psychological consequences of money and money attitudes in dictator game, *Polish Psychological Bulletin*, 3, 1, 20-26.

Gerkovich M. M. (2001), Risk-taking, in M. J. Apter (coord.), *Motivational styles reversal theory*, Washington, DC, American Psychological Association, 215-228.

Godsted D. et McCormick M. (2006), Learning Your Monetary ABCs : The Link between Emergent Literacy and Early Childhood Financial Education, rapport de recherche, Networks Financial Institute, Université d'État d'Indiana.

Godwin D. D. (1994), Antecedents and consequences of newlyweds' cash flow management, *Financial Counseling and Planning*, 5, 1, 161–190.

Godwin D. D. et Carroll D. D. (1986), Financial management attitudes and behaviors of husbands and wives, *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 10, 1, 77-96.

Goldberg H. et Lewis R.T. (1978), *Money Madness : The Psychology of Saving, Spending, Loving and Hating Money*, New York, William Morrow and Co.

Goldsmith E. B. et Goldsmith R. E. (1997), Gender differences in perceived and real knowledge of financial investments, *Psychological Reports*, 80, 1, 236-238.

Goldsmith R. E. et Goldsmith E. B. (2006), The Effects of Investment Education on Gender Differences in Financial Knowledge, *Journal of Personal Finance*, 5, 2, 55-69.

Gollwitzer P. M. (1999), Implementation intentions, strong effects of simple plans, *American Psychologist*, 54, 7, 493-503.

Gomez P. (2009), L'orientation régulatrice de santé : déterminants, mesure et conséquences sur les comportements de santé et le traitement de l'information, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Nantes.

Grable J. E. et Joo S. (1998), Does financial education affect knowledge, attitudes, and behavior ? An empirical analysis, *Personal Finances and Worker Productivity*, 2, 2, 213-220.

Grabmeier J. (2006), Better Grades and Greater Incentives Help Explain Why Women Outpace men in College Degrees, papier de recherche, Ohio State Research.

Graham P. (1980), Whither the equality of educational opportunity ?, *Daedalus*, 109, 3, 115-132.

Graham J. F., Stendardi E. J., Myers J. K. et Graham M. J. (2002), Gender differences in investment strategies : an information processing perspective, *The International Journal of Bank Marketing*, 20, 1, 17-27.

Gray J. A. (1990), Brain systems that mediate both emotion and cognition, *Cognition and Emotion*, 4, 3, 269-288.

Gregory J. (2002), Principles of experiential education, in P. Jarvis (coord.), *The theory and practice of teaching*, Sterling, VA, Stylus Publishing, Inc, 94-107.

Griffin A. et Hauser J. R. (1993), The Voice of the Customer, *Marketing Science*, 12, 1, 1-27.

Gurney K. (1988), *Your Money Personality*, New York, Doubleday.

Gutter M., Copur Z. et Garrison S. T. (2009), Which students are more likely to experience financial socialization opportunities ? Networks Financial Institute, papier de recherche Networks Financial Institute, département marketing, Université de Floride.

Gutter M. S. et Renner C. (2006), Measuring the impact of a financial education curriculum on student attitudes and behaviour, papier de recherche, département marketing, Université Wisconsin-Madison.

H

- Hair J.F., Anderson R.E., Tatham R.L. et Black W.C. (1998), *Multivariate Data Analysis*, Englewood Cliffs, 5ème Ed., Prentice-Hall.
- Ham O. K. K. et Yoo J. B. (2009), Mediating Effects of Self-Efficacy in the Transtheoretical Model Among Adolescent Male Smokers in Korea, *Asian Nursing Research*, 3, 1, 15-23.
- Hanley A. et Wilhelm M. S. (1992), Compulsive buying : An exploration into self-esteem and money attitudes, *Journal of Economic Psychology*, 13, 1, 5–18.
- Hanna S. D., Waller W. et Finke M. (2008), The concept of risk tolerance in personal financial planning, *Journal of Personal Finance*, 7, 1, 96-108.
- Harris I. M., Denise P. et Thomas R.M. (1989), Experiential education for community development, in P. S. Denise I.M. Harris (coord.) *Experiential education for community development*, NY, Greenwood Press, 1-18.
- Harris J. R. (1995), Where is the child's environment ? A group socialization theory of development, *Psychological Review*, 102, 3, 458-489.
- Hayhoe C. R., Cho S. H., DeVaney S. A., Worthy S. L., Kim J. et Gorham E. (2012), How do distrust and anxiety affect saving behavior ? *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 41, 1, 69-85.
- Hayhoe C. R., Leach L. J. et Turner P. R. (1999), Discriminating the number of credit cards owned by college students' credit and money attitudes, *Journal of Economic Psychology*, 20, 6, 643–656.
- Hayhoe C. R., Leach L. J., Turner P. R., Bruin M. J. et Lawrence F. C. (2000), Differences in spending habits and credit use of college students, *Journal of Consumer Affairs*, 34, 1, 113-133.
- Heckler S. E., Childers T. E. et Arunachalam R. (1989), Intergenerational Influences in Adult Buying Behaviors : An Examination of Moderating Factors, *Advances in Consumer Research*, 16, 1, 276-284.
- Herzberg F., Mausner B. et Snyderman B. (1959), *The motivation to work*, Chischester, Wiley and Sons.
- Herzog T. A., Abrams D. B., Emmons K. M., Linnan L. A., et Shadel W. G. (1999), Do processes of change predict smoking stage movements ? A prospective analysis of the transtheoretical model, *Health Psychology*, 18, 4, 369-375.
- Higgins E. T. (1987), Self-discrepancy : A theory relating self and affect, *Psychological Review*, 94, 3, 319-340.

- Higgins E. T. (1997), Beyond pleasure and pain, *American Psychologist*, 52, 12, 1280-1300.
- Hilgert M. A., Hogarth J. M. et Beverly S. G. (2003), Household financial management : The connection between knowledge and behavior, *Federal Reserve Bulletin*, 7, 30, 9–322.
- Hilgert M. et Hogarth J. (2002), Financial knowledge, experience and learning preferences : Preliminary results from a new survey on financial literacy, *Consumer Interest Annual*, 48, 1, 1-7.
- Hinz R. P., McCarthy D. D. et Turner J. A. (1997), Are women more conservative investors ? Gender differences in participant-directed pension investments, in M. S. Gordon, O. S. Mitchell et M. M. Twinney (coord.), *Positioning Pensions for the Twenty-First Century*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 91-103.
- Hira T. K. (1997), Financial attitudes, beliefs and behaviours : Differences by age, *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 21, 3, 271-290.
- Hira T. K. (2002), Current financial environment and financial practices : Implications for financial health, *Journal of Family and Consumer Sciences*, 94, 1, 1-4.
- Hira T. K. et Loibl C. (2005), Understanding the Impact of Employer-Provided Financial Education on Workplace Satisfaction, *Journal of Consumer Affairs*, 39, 4, 173–194.
- Hira T. K. et Mugenda O. M. (1999), Do men and women differ in their financial beliefs and behaviors ?, Proceedings of the Eastern Family Economics Resource Management Association, Austin, TX.
- Hira T. K. et Mugenda O.M. (2000), Gender Differences in Financial Perceptions, Behaviors, and Satisfaction, *Journal of Financial Planning*, 13, 2, 86–92.
- Hirad A. et Zorn P. M. (2001), A Little Knowledge Is a Good Thing : Empirical Evidence of the Effectiveness of Pre-Purchase Homeownership Counseling, rapport de recherche Freddie Mac, McLean, VA.
- Hoffman D. L., Novak T. P. et Schlosser A. (2000), Consumer control in online environments, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Vanderbilt, Nashville, TN.
- Hofstetter C. R., Hovell M. F. et Sallis J. F. (1990a), Social Learning Correlates of Exercise Self-Efficacy : Early Experiences with Physical Activity, *Social Science and Medicine*, 31, 10, 1169-1176.
- Hofstetter C R., Sallis J. F. et Hovell M. F. (1990b), Some Health Dimensions of Self-Efficacy : Analysis of Theoretical Specificity, *Social Science and Medicine*, 31, 9, 1051-1056.
- Hogarth J. M. (2002), Financial Literacy and Family and Consumer Sciences, *Journal of Family & Consumer Sciences*, 94, 1, 14-28.

Holden K., Kalish C., Scheinholtz L., Dietrich D. et Novak B. (2009), Financial Literacy Programs Targeted on Pre-School Children : Development and Evaluation, papier de recherche, Ecole Madison La Follette, Université de Wisconsin.

Hong E. (2005), A study on the money attitudes and the spending behaviors by middle, high, and college students - comparison by adolescent stage and sex, *Journal of Korean Home Management Association*, 23, 5, 103-121.

Hudmon K. S., Prokhorov A. V., Koehly L. M., DiClemente C. C. et Gritz E. R. (1997), Psychometric properties of the decisional balance scale and temptation to try smoking inventory in adolescents, *Journal of Child & Adolescent Substance Abuse*, 6, 3, 1-18.

Hulton L. J. (2001), Application of the transtheoretical model of change to adolescent decision making, *Issues in Comprehensive Pediatric Nursing*, 24, 2, 95-115.

Hunt J. et Eisenberg D. (2010), Mental health problems and help-seeking behavior among college students, *Journal of Adolescent Health*, 46, 1, 3-10.

Huston S. J. (2009), The Concept and Measurement of Financial Literacy : Preliminary Results from a New Survey on Financial Literacy Assessment, papier présenté à la conférence *Academy of Financial Services*, Anaheim, CA.

Huston S. J. (2010), Measuring financial literacy, *The Journal of Consumer Affairs*, 44, 2, 296-316.

Hyland M. E., Sherry R. et Thacker C. (1988), Prospectus for an improved measure of telic dominance, in M. J. Apter, J. H. Kerr et M. P. Cowles (coord.), *Progress in reversal theory*, Amsterdam, Elsevier, 297-312.

I

Irwin J., LaGory M., Ritchey F. et Fitzpatrick K. (2008), Social assets and mental distress among the homeless : Exploring the roles of social support and other forms of social capital on depression, *Social Science & Medicine*, 67, 12, 1935-1943.

Işik E. (2012), The relationship of career decision self-efficacy, trait anxiety, and affectivity among undergraduate students, *Psychological Reports*, 111, 3, 805-813.

Izard C. E. (1977), *Human emotions*, New York, Plenum Press.

J

Janis I. L. et Mann L. (1977), *Decision Making : A Psychological Analysis Of Conflict, Choice And Commitment*, New York, Free Press.

Jarvis P. (2002), Practice-based and problem-based learning, in P. Jarvis (coord.), *The theory and practice of teaching*, Sterling, VA, Stylus Publishing, Inc, 123-131.

Jenkins R., Bhugra D., Bebbington P., Brugha T., Farrell M., Coid J., Fryers T., Weich S., Singleton N. et Meltzer H. (2008), Debt, income and mental disorder in the general population, *Psychological Medicine*, 38, 10, 1485-93.

Jianakopulos N. A. et Bernasek A. (1998), Are Women More Risk Averse ?, *Economic Inquiry*, 36, 4, 620-630.

John D. R. (1999), Consumer Socialization of Children : A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research, *Journal of Consumer Research*, 26, 3, 183-213.

Johnson D. L., Joyce P. et Sen S. (2002), An analysis of student effort and performance in the finance principles course, *Journal of Applied Finance*, 12, 2, 67-72.

Jolibert A. et Jourdan P. (2006), *Marketing research, Méthodes de recherche et d'études en marketing*, Dunod.

Joo S. et Garman E. T. (1998a), The potential effects of workplace financial education based on the relationship between personal financial wellness and worker job productivity, in E. T. Garman, S. Joo, I. E. Leech et D. C. Bagwell (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 2, 1, 163-174.

Joo S. et Garman E. T. (1998b), Workers want more than retirement education at their workplace : a report of research findings, in E. T. Garman, P. L. Camp, D. C. Bagwell et J. Kim, *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 2, 1, 156-161.

Joo S. et Garman E. T. (1998c), Personal financial wellness may be the missing factor in understanding and reducing worker absenteeism, in E. T. Garman, P. L. Camp, D. C. Bagwell et J. Kim (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 2, 2, 172-182.

Joo S. et Grable J. E. (2000), Improving employee productivity : The role of financial counseling and education, *Journal of Employment Counseling*, 37, 1, 2-15.

Joo S. et Grable J. E. (2005), Employee Education and the Likelihood of Having a Retirement Savings Program, *Financial Counseling and Planning*, 16, 1, 37- 49.

Joo S. H. (1998), Personal financial wellness and worker job productivity, thèse de doctorat en sciences de gestion, Institut polytechnique Virginia, Blacksburg.

Jöreskog K. G. (1971), Statistical analysis of sets on congeneric tests, *Psychometrika*, 36, 1, 109-133.

Jöreskog K. G. et Sörbom D. (1984), Lisrel VI. Analysis of linear structural relationships by maximum likelihood, instrumental variables, and least squares methods, Mooresville, Indiana, Scientific Software.

Jorgensen B.L. (2007), Financial literacy of college students : Parental and peer influences, thèse de maîtrise en sciences de gestion, Institut polytechnique Virginia, Blacksburg.

Jump\$Start Coalition. (1997), Personal financial survey of high school seniors, rapport de recherche, Jump\$Start Coalition for Personal Financial Literacy, Washington, D.C.

K

Kaufmann J. C. (1992), *La trame conjugale. analyse du couple par son linge*, Paris, Nathan, collection Pocket.

Kerr J. H. (1991), Arousal-seeking in risk sport participants, *Personality and Individual Differences*, 12, 6, 613-616.

Kerr J. H., Murgatroyd S. et Apter M. J. (1993), *Advances in Reversal Theory*, Amsterdam, Swets and Zeitlinger.

Kim H. et DeVaney S. A. (2001), The determinants of outstanding balances among credit card revolvers, *Financial Counseling and Planning*, 12, 1, 67-78.

Kim J. (2000), The Effects of Workplace Financial Education on Personal Finances and Work Outcomes, Thèse de doctorat en sciences de gestion, Institut polytechnique Virginia, Blacksburg.

Kim J. (2001), Financial Knowledge and Subjective and Objective Financial Well-being, *Consumer Interests Annual*, 47, 1, 1-3.

Kim J., Bagwell D. C. et Garman E. T. (1998), Evaluation of Workplace Personal Financial Education, *Personal Finances and Worker Productivity*, 2, 1, 187-192.

Kim J. et Garman E. T. (2004), Financial stress, pay satisfaction, and workplace performance, *Compensations and Benefits Review*, 36, 1, 69-76.

Kim K. (2003), Money attitudes and personal finance of college students, *Journal of Consumption Culture*, 6, 3, 33-50.

Klein L. et Mandell L. (2009), The Impact of Financial Literacy Education on Subsequent Financial Behavior, *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20, 1, 16-24.

Kline R. B. (2005), *Principles and practice of structural equation modeling (2nd ed.)*, New York, Guilford Press.

Kline R. B. (2010), *Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed.)*, New York, Guilford Press.

Klontz B. et Klontz T. (2009), *Mind over money : Overcoming the money disorders that threaten our financial health*, New York, Broadway Business.

Klontz B., Britt S. L., Mentzer J. et Klontz T. (2011), Money beliefs and financial behaviors : Development of the Klontz Money Script Inventory, *Journal of Financial Therapy*, 2, 1, 1-22.

Klontz B., Kahler R. et Klontz T. (2008), *Facilitating financial health*, Cincinnati, OH, National Underwriter Company.

Kolb D. A. (1984), *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*, New Jersey, Prentice-Hall.

Kollat D. T. et Willet R. P. (1967), Consumer Impulse Purchasing Behavior, *Journal of Marketing Research*, 4, 1, 21–31.

Kratzer C. Y., Brunson B. H., Garman E. T., Kim J. et Joo S. (1998), Financial education in the workplace : Results of a research study, *Journal of Compensation and Benefits*, 14, 3, 24-27.

Kuhlmann E. (1983), Consumer socialization of children and adolescents, A review of current approaches, *Journal of Consumer Policy*, 6, 4, 397-418.

Kumar N. K. et Prakash A. A. (2014), A study on level of anxiety among the HIV/AIDS infected persons in Thanjavur district, *Science, Technology and Arts Research Journal*, 2, 6, 26-30.

L

Lachance L. (2008), Facteurs liés au choix et au changement de programme d'études universitaires, papier présenté au Congrès annuel de la de la Société canadienne de psychologie, Halifax, Canada.

Lachance M. J. et Legault F. (2007), College students' consumer competence : identifying the socialization sources, *Journal of Research for Consumers*, 13, 1, 1-5.

Lafreniere K. D., Menna R. et Cramer K. M. (2013), Early birds versus night owls in the university classroom : Academic and personality correlates of morningness and eveningness, Poster presented at the annual convention of the Canadian Psychological Association, Quebec City, QC.

Lalonde K. et Schmidt A. (2011), Credit cards and student interest : a financial literacy survey of college students, *Research in Higher Education Journal*, 10, 1, 1-14.

Lazarus R. S. (1982), Thoughts on the relations between emotion and cognition, *American Psychologist*, 37, 9, 1019-1024.

Lecomte J. (2002), Briser le cycle de la violence, quand d'anciens enfants maltraités deviennent des parents non-maltraitants, Thèse de doctorat en psychologie, Ecole Pratique des Hautes Etudes, Toulouse.

Lemeau-Koehl M. (2009), L'influence du bruit sur la qualité de l'écoute du téléconseiller d'un centre d'appel, Thèse de Doctorat en Sciences de gestion, Université des Sciences et Technologies de Lille, IAE.

Lemrovà S., Reiterovà E., Fatenovà R., Lemr K. et Tang T. L. P. (2013), Money is Power : Monetary Intelligence-Love of Money and Temptation of Materialism Among Czech University Students, *Journal of Business Ethics*, 1, 1, 1-20.

Lent R. W., Hill C. E. et Hoffman M. A., (2003), Development and validation of the counselor self-efficacy scales, *Journal of Counseling Psychology*, 50, 1, 97-108.

Leroy N. et Joët G. (2005), La motivation des élèves en difficulté, Des processus aux interventions, Séminaire de rentrée de la Mission Générale d'Insertion de l'Académie de Grenoble, Autrans.

Levesque D. A. (1998), Violence Desistance Among Battering Men : Existing Interventions and the Application of the Transtheoretical Model of Change, Thèse de doctorat en sciences sociales, Université de Rhode Island.

Levesque D. A. (2005), *URICA-DV2 : Measure Norming, Subtype Analysis, And External Validity*, Kingston, RI, Pro-Change Behavior Systems Inc.

Levesque D. A., Gelles R. J. et Velicer W. F. (2000), Development and validation of a stages of change measure for men in batterer treatment, *Cognitive Therapy and Research*, 24, 2, 175-199.

Levesque D. A. et Pro-Change. (2001a), *University of Rhode Island Change Assessment Scale - Domestic Violence (URICA-DV2)*, Kingston, RI, Pro-Change Behavior Systems Inc.

Levesque D. A. et Pro-Change. (2001b), *Processes Of Change Questionnaire For Domestic Violence*, Kingston, RI, Pro-Change Behavior Systems Inc.

Levesque D. A. et Pro-Change. (2001c), *Decisional Balance Scale for Domestic Violence*, Kingston, RI, Pro-Change Behavior Systems Inc.

Levesque D. A., Prochaska J. M. et Prochaska, J. O. (1999), Stages of change and integrated service delivery, *Consulting Psychology Journal*, 51, 4, 226-241.

Levitt E. E. (1967), *The psychology of anxiety*, Indianapolis, Bobbs-Merrill.

Lewis A. (1970), The ambiguous word “anxiety”, *International Journal of Psychiatry*, 9, 1, 62–79.

Liberman N. et Trope Y. (1998), The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions : a test of temporal construal theory, *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 1, 5-18.

Lim V. K. G. et Teo T. S. H. (1997), Sex, money and financial hardship : an empirical study of attitudes towards money among undergraduates in Singapore, *Journal of Economic Psychology*, 18, 4, 369-386.

Lim V. K. G., Teo T. S. H. et Loo G. (2003), Sex, financial hardship and locus of control : an empirical study of attitudes towards money among Singaporean Chinese, *Personality and Individual Differences*, 34, 1, 411-429.

Lindgren H. C. (1980), *Great Expectation : The Psychology of Money*, Los Altos, Williams Kaufmann, Inc.

Lipman R et Covi L. (1976), Outpatient treatment of neurotic depression : medication and group psychotherapy, in R. L. Spitzer et D. L. Klein (coord.), *Evaluation of the psychological therapies*, Baltimore, John Hopkins University Press, 181-202.

Lissington B. et Matthews C. (2012), Intergenerational transfer of financial literacy, Proceedings of the 26th Academy of Financial Services Annual Meeting, School of Economics and Finance, Massey University.

Littell J. H. et Girvin H. (2002), Stages of change : A critique, *Behavior Modification*, 26, 2, 223-273.

Livingstone S. et Lunt P. K. (1992), Predicting personal debt and debt repayment : Psychological, social and economic determinants, *Journal of Economic Psychology*, 13, 1, 111-134.

Loibl C. et Hira T. K. (2005), Self-directed financial learning and financial satisfaction, *Financial Counseling and Planning*, 16, 1, 11–21.

Loibl C. et Hira T. K. (2008), A Workplace and Gender-related Perspective on Financial Planning Information Sources and Knowledge Outcomes, *Financial Services Review*, 15, 1, 21-42.

Looney C. A., Akbulut A. Y. et Poston R. S. (2006), A social cognitive perspective on channel preference : a study of online investing, Proceedings of the 39th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, IEEE Computer Society Press.

Loonis E., Bernoussi A., Brandibas G. et Sztulman H. (2000), Validation française de la Telic Dominance Scale (TDS)-échelle de dominance téléique, *Encephale*, 26, 3, 24-32.

Loonis E. et Fernandez L. (2004), La théorie des renversements psychologiques : présentation et brève revue des travaux, *E-journal of Hedonology*, 6, 1, 65-83.

Lown J. (2011), Development and Validation of a Financial Self-Efficacy Scale, *Journal of Financial Counseling & Planning*, 22, 2, 54-63.

Lunt P. K. et Livingstone S. (1991), Psychological, Social, and Economic Determinants of Savings : Comparing Recurrent and Total Savings, *Journal of Economic Psychology*, 12, 4, 621-641.

Lusardi A. (2003), Planning and Saving for Retirement, papier de recherche, pension Research Council, Washington, D.C.

Lusardi A. (2004), Savings and the Effectiveness of Financial Education, in O. Mitchell et S. Utkis (coord.), *Pension Design and Structure : New Lessons from Behavioral Finance*, Oxford UK, Oxford University Press, 157-184.

Luther R. K., Garman E. T. et Leech I. E. (1998), The Employer Cost for the Personal Financial Management Difficulties of Workers : Evidence from the U.S. Navy, in E. T. Garman, S. Joo, I. E. Leech et D. C. Bagwell (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 2, 1, 175-184.

Lyons A. A., Rachlis M. et Scherpf E. (2007), What's in a score ? Differences in consumers' credit knowledge using OLS and quantile regressions, *The Journal of Consumer Affairs*, 41, 2, 223-249.

Lyons A. C. (2003), Credit practices and financial education needs of Midwest college students, rapport de recherche Department of Agricultural and Consumer Economics, Université de Illinois, Urbana-Champaign.

Lyons A. C. (2005), Financial education and program evaluation : Challenges and potentials for financial professionals, *Journal of Personal Finance*, 4, 4, 56-68.

Lyons A. C., Scherpf E. et Roberts H. (2006), Financial education and communication between parents and children, *The Journal of Consumer Education*, 23, 1, 64-76.

Lyons A. C., Palmer L., Jayaratne K. S. U. et Scherpf E. (2006), Are we making the grade ? A national overview of financial education and program evaluation, *The Journal of Consumer Affairs*, 40, 2, 208- 235.

Lwein T. (2006), *At Colleges, Women Are Leaving Men in the Dust*, NY, New York Times.

M

Maisch C., Ney M. et Marzin P. (2007), Quelle est la nature des expériences vécues par les étudiants en Travaux Pratiques : analyse de discours d'enseignants, Cinquièmes rencontres scientifiques de l'Association de Recherche en Didactique des Sciences et des Techniques, La Grande Motte, France.

Mandell L. (2006a), Does just in time instruction improve financial literacy ? *Credit Union Magazine*, 72, 1, 7-10.

Mandell L. (2006b), Teaching young dogs old tricks : The Effectiveness of Financial Literacy Intervention in Pre-High School Grades, papier présenté à la conférence Academy of Financial Services, Salt Lake City, UT.

Mandell L. (2008), Financial literacy of high school students, in J. J. Xiao (coord.), *Handbook of consumer finance research*, New York, Springer, 163–184.

Mandell L. (2009), The impact of financial education in high school and college on financial literacy and subsequent financial decision making, papier présenté à la conférence American Economic Association, San Francisco, CA.

Mandell L. et Klein L. S. (2007), Motivation and financial literacy, *Financial Services Review*, 16, 2, 105–116.

Marcus B. H., Rakowski W. et Rossi R. S. (1992), Assessing motivational readiness and decision-making for exercise, *Health Psychology*, 11, 4, 257-261.

Marshall H. et Magruder L. (1960), Relations between parent, money, education practices, and children's knowledge and use of money, *Child Development*, 31, 6, 253-284.

Marshall S. J. et Biddle S. J. H. (2001), The transtheoretical model of behavior change : A meta-analysis of applications to physical activity and exercise, *Annals of Behavioral Medicine*, 23, 4, 229-246.

Martin A. et Oliva J. C. (2001), Teaching children about money : Applications of social learning and cognitive learning developmental theories, *Journal of Family and Consumer Sciences*, 93, 2, 26-29.

Martin M. (2007), A Literature Review on the Effectiveness of Financial Education, papier de recherche Federal Reserve Bank of Richmond Research, Richmond, VA.

Martin R. A., Kuiper N. A., Olinger L. J. et Dobbin J. (1987), Is stress always bad ? Telic versus paratelic dominance as a stress-moderating variable, *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 5, 970-982.

Maslow A. (1943), A theory of human motivation, *Psychological Review*, 50, 4, 370-396.

Mayrhofer U. (2006), *Marketing*, Paris, Editions Bréal Lexifac.

Mayrhofer U. (2007), *Management stratégique*, Paris, Editions Bréal Lexifac.

McAuley E. et Jacobson L. (1991), Self-efficacy and exercise participation in sedentary adult females, *American Journal of Health Promotion*, 5, 3, 185-191.

McClure R. F. (1984), The relationship between money attitudes and overall pathology, *Psychology, A Quarterly Journal of Human Behavior*, 21, 1, 4-6.

- McConaughy E. A., Prochaska J. O. et Velicer W. F. (1983), Stages of change in psychotherapy : Measurement and sample profiles, *Psychotherapy : Theory, Research, and Practice*, 20, 3, 368-375.
- McNeal J.V. (1987), *Children as consumers : insights and implications*, Lexington, MA, Lexington Books.
- McNeal J. U. (1992), Growing up in the market, *American Demographics*, 14, 10, 46-50.
- McNeal J. U. et Chyon-Hwa Y. (1993), Born to shop, *American Demographics*, 15, 6, 34-39.
- Medsker G. J., Williams L. J. et Holahan P. J. (1994), A review of current practices for evaluating causal models in organizational behavior and human resources management research, *Journal of Management*, 20, 2, 439-464.
- Menon G., Raghuram P. et Agrawal N. (2008), Health risk perceptions and consumer psychology, in C. Haugtvedt, Herr P. et Kardes F. (coord.), *Handbook of Consumer Psychology*, Lawrence Erlbaum and Associates, 981-1010.
- Merrill Lynch Investment Managers (2005), When it comes to investing, gender a strong influence on behavior, Rapport de recherche Hindsight 2 Insight, Bank of America Corporation Merrill Lynch, Manhattan, NY.
- Mezirow J. (1991), *Transformative dimensions of adult learning*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Michener H. A., DeLamater J. D. et Myers D. J. (2004), *Social psychology*, Belmont, CA, Wadsworth.
- Migneault J. P., Pallonen U. E. et Velicer W. F. (1997), Decisional balance and stage of change for adolescent drinking, *Addictive Behaviors*, 22, 3, 339-351.
- Migneault J. P., Velicer W. F., Prochaska J. O. et Stevenson J. F. (1999), Decisional balance for immoderate drinking in college students, *Substance Use and Misuse*, 34, 10, 1325-1346.
- Miles M. B. et Huberman A. M. (1994), *Qualitative Data Analysis : An expanded Sourcebook*, Sage Publications.
- Miller J. et Yung S. (1990), The role of allowances in adolescent socialization, *Youth & Society*, 22, 2, 137-159.
- Mills R. J., Grasmick H. G., Morgan C. S. et Wenk D. (1992), The effects of gender, family satisfaction, and economic strain on psychological well-being, *Family Relations*, 41, 4, 440-446.
- Mitchell T. et Mickel A. (1999), The meaning of money : an individual difference perspective, *The Academy of Management Review*, 24, 3, 568-578.
- Moschis G. P. (1981), Socialization perspectives and consumer behavior, in B.M. Enis et K.J. Roering (coord.), *Review of Marketing*, Chicago, American Marketing Association, 43-56.

Moschis G. P. (1985), The role of family communication in consumer socialization of children and adolescents, *Journal of Consumer Research*, 11, 4, 898-913.

Moschis G. P. (1987), *Consumer socialization : A life-cycle perspective*, Massachusetts, Lexington Books.

Moschis G. P. et Churchill G. A. (1979), An analysis of the adolescent consumer, *Journal of Marketing*, 43, 4, 40-48.

Murgatroyd S. (1985), Introduction to Reversal Theory, in M. J. Apter, D. Fontana et S. Murgatroyd (coord.), *Reversal Theory : Applications and Developments*, University College of Cardiff Press, Cardiff, UK, 20-41.

Murgatroyd S., Rushton C., Apter M. J. et Ray C. (1978), The development of the Telic Dominance Scale, *Journal of Personality Assessment*, 42, 5, 519-528.

Murphy A. J. (2005), Money, money, money : An exploratory study on the financial literacy of black college students, *College Student Journal*, 39, 3, 478-488.

Murray H. J. (1938), *Explorations in Personality*, Londres, Oxford University Press.

N

Nannyanzi S. (2009), Financial knowledge, locus of control, cultural values and financial behaviour among new vision employees, thèse de doctorat en sciences de gestion, université Makerere, Kampala.

National Endowment for Financial Education (NEFE) (1998), Evaluation of the NEFE high school financial planning program 1997-1998, rapport de recherche NEFE high school financial planning program, District of Columbia.

Nichols M. P. et Schwartz R. C. (2007), *The essentials of family therapy*, Boston, MA, Pearson Education, Inc.

Nicholls J. G. (1980), An intentional theory of achievement motivation, in W. U. Meyer et B. Weiner, *Attributional approaches to human behavior*, Symposium presented at the Center for Interdisciplinary Studies, Germany, Université de Bielfield.

Noctor M., Stoney S. et Stradling R. (1992), *Financial Literacy : A Discussion of Concepts and Competences of Financial Literacy and Opportunities for its Introduction into Young People's Learning*, Report prepared for the National Westminster Bank, National Foundation for Education Research, London.

Norvilitis J. M. et Maria P. S. (2002), Credit card debt on college campuses : Causes, consequences and solutions, *College Student Journal*, 36, 3, 357-364.

Norvilitis J. M., Szablicki P. B. et Wilson S. D. (2003), Factors influencing levels of credit-card debt in college students, *Journal of Applied Social Psychology*, 33, 5, 935-947.

Norvilitis J. M., Merwin M. M., Osberg T. M., Roehling P. V., Young P. et Kamas M. M. (2006), Personality factors, money attitudes, financial knowledge and credit card debt in college students, *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 6, 1395-1413.

Ntayi J. M. (2005), Work Ethic, Locus of Control and Salesforce Task Performance, *Journal of African Business*, 6, 1, 155-176.

Nunnally J. C. (1967), *Psychometric Theory*, New York, McGraw Hill.

Nussbaum M., (1988), Nature, Functioning and Capability : Aristotle on Political Distribution, *Oxford Studies in Ancient Philosophy*, 6, 1, 145-84.

O

O'Connell K. A., Cook M. R., Gerkovich M. M., Potocky M. et Swan G. E. (1990), Reversal theory and smoking : A state-based approach to ex-smokers' highly tempting situations, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 58, 4, 489-494.

Ofsted (2008), Developing financially capable young people, *a survey of good practice in personal finance education for 11-18-year-olds in schools and colleges*.

Ogedegbe G., Mancuso C. A., Allegrante J. P. et Charlson M. E. (2003), Development and evaluation of a medication adherence self-efficacy scale in hypertensive African-American patients, *Journal of Clinical Epidemiology*, 56, 6, 520-9.

O'Neil A. I., Craig J. C. et Lafreniere K. D. (2013), Differential prediction of risk taking behaviour in students: Reversal theory and consideration of future consequences, Poster presented at the annual convention of the Canadian Psychological Association, Quebec City, QC.

O'Neil A. I., Craig J. C. et Lafreniere K. D. (2013), Exploring reversal theory in relation to consideration of future consequences, papier présenté à la 16th International Reversal Theory Conference, Reims, France.

O'Neill B., Xiao J., Bristow B., Brennan P. et Kerbel C. (2000), Money 2000™ : Feedback from and impact on participants, *Journal of Extension*, 38, 6, 1-11.

O'Neill B., Xiao J., Bristow B., Brennan P. et Kerbel, C. (2000a), MONEY 2000 : Factors affecting participant progress, in A. Prawitz (coord.), *Proceedings of the Eastern Family Economics/Resource Management Association*, 1, 1, 69-76.

O'Neill B., Xiao J., Bristow B., Brennan P. et Kerbel C. (2000b), Successful financial goal Attainment : Perceived resources and obstacles, *Financial Counseling and Planning*, 11, 1, 1-12.

O'Neill B., Xiao J., Bristow B., Brennan P. et Kerbel, C. (2000c), MONEY 2000 : Differences in perceptions among program participants, *Journal of Consumer Education*, 50, 4, 32–34.

Onkivisit S. et Shaw J. (1987), Self-Concept, Self-Image Congruence : Some Research and Managerial Implications, *Journal of Consumer Marketing*, 4, 1, 13–23.

OppenheimerFunds Distributor (2004), Women & investing - 10 years later, rapport de recherche the right way to invest, OppenheimerFunds Investor Service Center, New York, NY.

O'Quinn T. C. et Faber R. (1989), Compulsive Buying : A Phenomenological Exploration, *Journal of Consumer Research*, 16, 1, 147–157.

Osteen S. Muske G. et Jones J. (2007), Financial Management Education : Its Role in Changing Behavior, *Journal of Extension*, 45, 3, 1077-5315.

Ozmete E. et Hira T. (2011), Conceptual analysis of behavioral theories/models : Application to financial behavior, *European Journal of Social Sciences*, 18, 3, 386-404.

P

Palmer T. S., Pinto M. B. et Parente D. H. (2001), College students' credit card debt and the role of parental involvement : Implications for public policy, *Public Policy and Marketing*, 20, 1, 105-113.

Paniagua F. A. (2005), *Assessing and treating culturally diverse clients : A practical guide*, Thousand Oaks, CA, Sage.

Parsons T., Bales R. F. et Shils E. A. (coord.) (1953), *Working papers in the theory of action*, New York, Free Press.

Pavlov I. P. (1927), *Conditioned Reflexes*, Londres, Oxford University Press.

Pedhazur E. J. et Schmelkin L. P. (1991), *Measurement, design, and analysis : An integrated approach*, Hillsdale, NJ, LEA.

Peng T. M., Bartholomae S., Fox J. J. et Cravener G. (2007), The impact of personal finance education delivered in high school and college courses, *Journal of Economic Issues*, 28, 2, 265-284.

Perry V.A. et Morris M. D. (2005), Who is in control ? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior, *Journal of Consumer Affairs*, 39, 2, 299-313.

Phelan G. K. et Schvaneveldt J. D. (1969), Spending and saving patterns of adolescent siblings, *Journal of Home Economics*, 61, 2, 104-109.

Ping R. A. (1995), A Parsimonious Estimating Technique for Interaction and Quadratic Latent Variables, *Journal of Marketing Research*, 32, 1, 336-347.

Pinto M. B., Parente D. H. et Mansfield P. M. (2005), Information learned from socialization agents : Its relationship to credit card use, *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 33, 4, 357-367.

Pinto M. B., Parente D. H. et Palmer T. S. (2000), Materialism and credit card use by college students, *Psychological Reports*, 86, 2, 643-652.

Pinto M. B., Parente D. H. et Palmer T. S. (2001a), College student performance and credit card usage, *The Journal of College Student Development*, 42, 1, 49-58.

Pinto M. B., Parente D. H. et Palmer T. S. (2001b), Credit card solicitation policies in higher education : Does “protecting” our students make a difference ? *The Journal of College Student Development*, 42, 2, 169-174.

Pliner P., Freedman J., Abramovitch R. et Darke P. (1996), Children as consumers : In the laboratory and beyond, in P. Lunt et A. Furnham (coord.) *Economic Socialization : The Economic Beliefs and Behaviours of Young People*, Cheltenham, UK & Brookfield, US, Edward Elgar, 35-46.

Plutchik R. (1980), *Emotion : A psychoevolutionary synthesis*, New York, Harper & Row.

Prince M. (1993a), Self-Concept, Money Beliefs, and Values, *Journal of Economic Psychology*, 14, 3, 161-173.

Prince M. (1993b), Women, men and money styles, *Journal of economic Psychology*, 14, 1, 175-182.

Poag K. et McAuley E. (1992), Goal setting, self-efficacy, and exercise behavior, *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 14, 4, 352-360.

Pond S. B. et Hay M. S. (1989), The impact of task preview information as a function of recipient self-efficacy, *Journal of Vocational Behavior*, 35, 1, 17-29.

Pond S. B., Hay M. S. et Reardin V. L. (1987), The measurement of general self efficacy papier de recherche, département de psychologie, université de Caroline du Nord.

Powell M. et Ansic D. (1997), Gender differences in risk behaviour in financial decision-making : An experimental analysis, *Journal of Economic Psychology*, 18, 6, 605-628.

Preacher K. J. et Hayes A. F. (2004), SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models, *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, 36, 4, 717-731.

Preacher K. J. et Hayes A. F. (2008), Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models, *Behavior Research Methods*, 40, 3, 879-891.

Prochaska J. O. (1979), *Systems of psychotherapy : A transtheoretical analysis*, Homewood, IL, Dorsey.

Prochaska J. O. (1994), Strong and Weak Principles for Progressing from Precontemplative to Action on the Basis of Twelve Behaviors, *Health Psychology*, 13, 1, 47-51.

Prochaska J. O. (1995), An eclectic and integrative approach : Transtheoretical therapy, in A. S. Gurman et S. B. Messer (coord.), *Essential psychotherapies : Theory and practice*, New York, NY, Guilford Press, 403-440.

Prochaska J. O. (1999), How do people change, and how can we change to help many more people ?, in M. A. Hubble, B. L. Duncan et S. D. Miller (coord.), *The Heart and Soul of Change, What Works in Therapy*, Washington, DC, American Psychological Association, 227-255.

Prochaska J. O. et DiClemente C. C. (1982), Transtheoretical therapy : toward a more integrative model of change, *Psychotherapy, Theory, Research and Practice*, 19, 3, 276-288.

Prochaska J. O. et DiClemente C. C. (1983), Stages and processes of self-change of smoking : toward an integrative model of change, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 51, 3, 390-395.

Prochaska J. O. et Norcross J. C. (1983), Psychotherapists' perspectives on treating themselves and their clients for psychic distress, *Professional Psychology : Research and Practice*, 14, 5, 642-655.

Prochaska J. O. et Norcross J. C. (1999), *Systems of Psychotherapy : a Transtheoretical Analysis*, Pacific Grove, CA, Brooks, Cole Publishing Co.

Prochaska J. O., DiClemente C. C. et Norcross J. C. (1992), in search of how people change : application to the addictive behaviors, *American Psychologist*, 47, 9, 1102-1114.

Prochaska J. O., DiClemente C. C. et Norcross J. C. (2003), In search of how people change : applications to addictive behaviors, in P. Salovey et A. J. Rothman (coord.), *Social Psychology of Health. Key Readings*, New York, Hove Psychology Press, 63-77.

Prochaska J. O., DiClemente C. C., Velicer W. F. et Rossi J. S. (1992), Criticisms and concerns of the transtheoretical model in light of recent research, *British Journal of Addiction*, 87, 6, 825-828.

Prochaska J. O., Johnson S. et Lee P. (1998), The transtheoretical model of behavior change, in S. A. Shumaker et E. B. Schron (coord.), *The Handbook of Health Behavior Change*, New York, Springer Publishing Co, 59-84.

Prochaska J. O., Redding C. A. et Evers K. E. (1996), The transtheoretical model and stages of change, in K. Glanz F. M. Lewis et B. K. Rimer (coord.), *Health behavior and health education : Theory, research, and practice*, San Francisco, Jossey-Bass Publications, 60-84.

Prochaska J. O., Velicer W. F., DiClemente C. C. et Fava A. J. (1988), Measuring processes of change : applications to the cessation of smoking, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 56, 4, 520–528.

Prochaska J. O., Velicer W. F., Rossi J. S. et Goldstein M. G. (1994), Stages of change and decisional balance for 12 problem behaviors, *Health Psychology*, 13, 1, 39-46.

Prochaska-Cue K. (1993), An Exploratory Study for a Model of Personal Financial Management Style, *Financial Counseling and Planning*, 4, 1, 111-134.

Prudential Financial (2005), Prudential Financial's study on the financial experience and behaviors among women 2004-2005, rapport de recherche, The Prudential Insurance Company of America, Newark, NJ.

Q

Quinlan K. B. et McCaul K. D. (2000), Matched and mismatched interventions with young adult smokers : testing a stage theory, *Health Psychology*, 19, 2, 165-171.

R

Rakowski W., Dube C., Marcus B. H., Prochaska J. O. Velicer W. F. et Abrams D. B. (1992), Assessing elements of women's decision about mammography, *Health Psychology*, 11, 1, 111-118.

Rand W. M. (1971), Objective criteria for the evaluation of clustering methods, *Journal of the American Statistical Association*, 66, 36, 846–850.

Reisman D. et Roseborough H. (1955), Careers and Consumer Behavior, in H.C. Lincoln (coord.), *The Life Cycle and Consumer Behavior*, New York, New York University Press, 36-51.

Renninger M. K. (1997), A realistic look at financial planning programs : What you get may not be what you need, in E. T. Garman, J. E. Grable et S. Joo (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 1, 1, 30-40.

Reno R. R., Cialdini R. B. et Kallgren C. A. (1993), The transsituational influence of social norms, *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 1, 104–112.

Rettig K. D. (1983), Family as economic socialization agent, *Illinois Teacher of Home Economics*, 27, 1, 5-7.

- Rettig K. D. (1984), *Financial education of children*, Illinois Research, 26, 4, 5-7.
- Rettig K. D. (1985), Consumer socialization in the family, *Journal of Consumer Education*, 3, 1, 1-7.
- Rettig K.D. et Mortenson M. (1986), Household production of financial management competencies, in R. Deacon et W. Huffman (coord.), *Human Resources Research 1887-1987*, Ames, IA, Iowa State University, 137-145.
- Reynolds K. D., Killen J. D., Bryson S. W., Maron D. J., Taylor C. B., Maccoby N. et Farquhar J. W. (1990), *Preventive Medicine*, 19, 5, 541-551.
- Ricciardi V. (2004), A risk perception primer : A narrative research review of the risk perception literature in behavioral accounting and behavioral finance, papier de recherche, Department of Business Management, Goucher College, Baltimore, Maryland.
- Rindfleish A., Burroughs J. E. et Denton F. (1997), Family structure, materialism, and compulsive consumption, *Journal of Consumer Research*, 23, 312-325.
- Robb C. A. et James R. N. (2008), Personal Financial Knowledge among College Students : Associations between Individual Characteristics and Scores on an Experimental Measure of Financial Knowledge, papier présenté à la conférence American Council on Consumer Interests Annual, Orlando, Florida.
- Roberts J. A. (1998), Compulsive buying among college students : An investigation of its antecedents, consequences, and implications for policy, *The Journal of Consumer Affairs*, 32, 2, 295-319.
- Roberts J. A. et Jones E. (2001), Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students, *Journal of Consumer Affairs*, 35, 21, 213-240.
- Robeyns I. (2005), Assessing global poverty and inequality : income, resources, and capabilities, *Metaphilosophy*, 36, 1, 30-49.
- Roberts R., Golding J., Towell T. et Weinreb I. (1999), The Effects of Students' Economic Circumstances on British Students' Mental and Physical Health, *Journal of American College Health*, 48, 3, 103-109.
- Roberts R., Golding J., Towell T. Reid S., Woodford S., Vetere A. et Weinreb I. (2000), Mental and physical health in students : The role of economic circumstances, *British Journal of Health Psychology*, 5, 3, 289-297.
- Rockwell S. K. et Kohn H. (1989), Post-then-pre evaluation : Measuring behavior change more accurately, *Journal of Extension*, 27, 2, 19-21.
- Roehrich G. (1993), Les consommateurs innovateurs. Un essai d'identification, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Ecole Supérieure des Affaires de Grenoble, Université Pierre Mendès France, Grenoble.

- Rogers R. W. (1975), A protection motivation theory of fear appeals and attitude change, *The Journal of Psychology*, 91, 1, 93-114.
- Rondeau G., Lindsay J., Brochu S. et Brodeur N. (2006), Application du modèle transthéorique du changement à une population de conjoints violents québécois, Rapport d'activités scientifiques présenté au Fonds québécois de recherche sur la société et la culture, Montréal, 199-218.
- Rosario-Sim M. G., O'Connell K. et Lavin J. (2012), Actual and imagined first smoking experiences and resisted smoking opportunities of Asian American adolescents, *Public Health Nursing*, 30, 1, 37-46.
- Rosen C. S. (2000), Is the sequencing of change processes by stage consistent across health problems ? A meta-analysis, *Health Psychology*, 19, 6, 593-604.
- Rosen C. S., Murphy R. T., Chow H. C., Dreshner K. D., Ramirez G., Ruddy R. et Gusman F. (2001), Posttraumatic stress disorder patients' readiness to change alcohol and anger problems, *Psychotherapy : Theory - Research - Practice - Training*, 38, 2, 233-244.
- Rosenstock I. M. (1974), Historical Origins of the Health Belief Model, *Health Education Monographs*, 2, 4, 328-335.
- Rotter J. B. (1954), *Social learning and clinical psychology*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.
- Rotter J. (1966), Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement, *Psychological Monographs : General and Applied*, 80, 1, 1-28.
- Roussel P., Durrieu F., Campoy E. et El Akremi A. (2002), *Méthodes d'équations structurelles et recherche en gestion*, Paris, Economica.
- Rowe D. C. (1994), *The limits of family influence : Genes, experience, and behavior*, New York, Guilford Press.
- Rubinstein C. R. (1981), Survey report on money, *Psychology Today*, 15, 5, 29-44.
- Russell L. R. (1997), Solving the money mystery : A description and evaluation of a worksite education program, in E. T. Garman, J. E. Grable et S. Joo (coord.), *Personal Finances and Worker Productivity, Proceedings of the Personal Finance Employee Education Best Practices and Collaborations Conference*, Roanoke, VA, 1, 1, 71-75.
- Russell R., Brooks R. et Nair A. (2006), Saver Plus- Improving financial literacy and establishing long-term saving habits, rapport de recherche, Australia and New Zealand Banking Group Limited, Melbourne, Australie.
- Rutherford S. (2000), *The Poor and Their Money*, New Delhi, Oxford University Press.
- Rutherford L. G. et DeVaney S. A. (2009), Utilizing the theory of planned behavior to understand convenience use of credit cards, *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20, 9, 48-63.

Ryan R. M. et Deci E. L. (2000), Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being, *American Psychologist*, 55, 1, 68-78.

S

Sabri M. F. (2011), Pathways to financial success : Determinants of financial literacy and financial well-being among young adults, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de l'Iowa, Ames, IA.

Sages R. A., Britt S. L. et Cumbie J. A. (2013), The correlation between anxiety and money management, *College Student Journal*, 47, 1, 1-11.

Satir V. M. (1972), *Peoplemaking*, Palo Alto, CA, Science and Behavior Books.

Satir V. M. et Baldwin M. (1983), *Satir step by step : A guide to creating change in families*, Palo Alto, CA, Science and Behavior Books.

Sallis J. F., Hovell M. F. et Hofstetter C. R. (1992), Predictors of adoption and maintenance of vigorous physical-activity in men and women, *Preventive Medicine*, 21, 2, 237-251.

Scanlon L., Rowling L. et Weber Z. (2007), You don't have like an identity... You are just lost in a crowd : Forming a student identity in the first-year transition to university, *Journal of Youth Studies*, 10, 2, 223-241.

Schuchardt J., Danes S. M., Swanson J. et Westbrook E. (1991), Financial management literacy for American youth, in V. Haldemann (coord.), *37th Annual American Council on Consumer Interests Proceedings*, American Council on Consumer Interests, Columbia, MO, 277-305.

Schuchardt J., Hanna S.D., Hira T.K., Lyons A.C., Palmer L. et Xiao J.J. (2009), Financial literacy and education research priorities, *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20, 1, 84-95.

Schwarzer R. (1992), Self-efficacy in the adoption and maintenance of health behaviors : Theoretical approaches and a new model, in R. Schwarzer (coord.), *Self-efficacy : Thought control of action*, Washington, DC, Hemisphere, 217-243.

Schwarzer R. et Jerusalem M. (1995), Generalized Self-Efficacy scale, in J. Weinman, S. Wright et M. Johnston, *Measures in health psychology : A user's portfolio. Causal and control beliefs*, Windsor, UK, nfer-nelson, 35-37.

Schwarzer R. et Renner B. (2000), Social cognitive predictors of health behavior : Action self-efficacy and coping self-efficacy, *Health-Psychology*, 19, 5, 487- 495.

Scottish Executive (2007), Evaluation of Greater Easterhouse money advice project financial education programme, rapport de recherche, Scottish Executive Social Research, le gouvernement écossais.

Sebstad J., Cohen M. et McGuinness E. (2006), Guidelines for Market Research on the Demand for Microinsurance, papier de recherche, United States Agency for International Development, Washington, DC.

Seiling S. B. et Shockey S. S. (2006), Financial Education and Stages of Change Behavior : Evidence from an IDA Program, *The Journal of Consumer Education*, 23, 1, 27-36.

Sevbak S. (1983), The effect of information load, emotional load and motivational state upon tonic physiological activation, in H. Ursin et R. Murison (coord.), *Biological and psychological basis of psychosomatic disease : Advances in the Biosciences*, Oxford, Pergamon Press, 61-73.

Shapero A. et Sokol L. (1982), The social dimensions of entrepreneurship, in C.A. Kent, D.L. Sexton et K. H. Vesper (coord.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall.

Shelton G. G. et Hill O. (1995), First-time homebuyers programs as an impetus for change in budget behavior, *Financial Counseling and Planning*, 6, 1, 83-92.

Sherer M., Maddux J. E., Mercandante B., Prentice-Dunn S., Jacobs B. et Rogers R. W. (1982), The Self-Efficacy Scale : Construction and validation, *Psychological Reports*, 51, 2, 663-671.

Shim S., Barber B.L., Card N.A., Xiao J.J. et Serido J. (2010), Financial socialization of first-year college students : The roles of parents, work, and education, *Journal of Youth and Adolescence*, 39, 12, 1457-1470.

Shim S., Xiao J.J., Barber B.L. et Lyons A.C. (2009), Pathways to life success : A conceptual model of financial well-being for young adults, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30, 6, 708-723.

Shockey S. S. et Seiling S. B. (2004), Moving into action : Application of the Transtheoretical Model of Behavior Change to financial education, *Financial Counseling and Planning*, 15, 1, 41-52.

Skinner B. F. (1938), *The behavior of organisms : An experimental analysis*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.

Smith K. C. P. et Apter M. J. (1975), *A theory of psychological reversals*, Wilts, Picton Publishing.

Snelders H., Hussein G., Lea S. et Webley P. (1992), The polymorphous concept of money, *Journal of Economic Psychology*, 13, 1, 71-92.

Snow M., Prochaska J. O. et Rossi J. S. (1994), Processes of change in alcoholics anonymous : Maintenance factors in long-term sobriety, *Journal of Studies on Alcohol*, 55, 3, 362-371.

Sobel M. (1987), Direct and indirect effects in linear structural equation models, *Sociological Methods & Research*, 16, 1, 155-176.

Sohn S. H., Joo S. H., Grable J. E., Lee S. et Kim M. (2012), Adolescents' financial literacy : The role of financial socialization agents, financial experiences, and money attitudes in shaping financial literacy among South Korean youth, *Journal of Adolescence*, 35, 4, 969-980.

Solheim C.A., Zuiker V.S. et Levchenko P. (2011), Financial Socialization Family Pathways : Reflections from College Students, *Narratives Family Science Review*, 16, 2, 97-111.

Spielberger C. D. (1966), Theory and research on anxiety, in C. D. Spielberger (coord.), *Anxiety and behavior*, New York, Academic Press, 3-19.

Stampfl R. W. (1979), Family Research : Consumer Education Needs in the Family Life Cycle, *Journal of Home Economics*, 71, 1, 22-27.

Staten M. E., Eliehausen G. et Lundquist E.C. (2002), The Impact of Credit Counseling on Subsequent Borrower Credit Usage and Payment Behavior, rapport de recherche Credit Research Center Monograph, Université Georgetown.

Stone D. N., Bryant S. M. et Wier B. (2010), Why Are Financial Incentive Effects Unreliable? An Application and Extension of Self-Determination Theory, *Behavioral Research in Accounting*, 22, 2, 105-132.

Strauser D. R., Waldrop D., Hamsley J. et Jenkins W. (1998), The role of self-efficacy and locus of control in job readiness training programs, *Work : A Journal of Prevention, Assessment & Rehabilitation*, 10, 1, 243-249.

Sullivan K. T. (1998), Promoting health behaviour change, in S. Taylor (coord.), *Health Psychology*, Boston, McGraw Hill, 3-4.

Sutton S. K. et Davidson R. J. (1997), Prefrontal brain asymmetry : A biological substrate of the behavioral approach and inhibition systems, *Psychological Science*, 8, 3, 204-210.

Swanson J.A. (1991), Interest in the consuming interests of youth : Research, marketing, education and policy perspectives, in V. Haldemann (coord.), *The Proceedings of the American Council on Consumer Interests*, Columbia, MO, Université de Missouri, 214-220.

T

Tafticht N. et Csillik A. S. (2013), Nouvelles applications du modèle transthéorique : la pratique d'une activité physique régulière, *Annales Médico-Psychologiques*, 171, 10, 693-699.

Tang T. L. P. (1992), The meaning of money revisited, *Journal of Organizational Behavior*, 13, 2, 197-202.

- Tang T. L. P. (1993), The meaning of money : Extension and exploration of the Money Ethic Scale in a sample of University students in Taiwan, *Journal of Organizational Behavior*, 14, 1, 93-99.
- Tang T. L. P. (1995), The development of a short money ethic scale attitudes towards money and pay satisfaction revisited, *Personality and Individual Differences*, 19, 6, 809-817.
- Tang T. L. P. et Gilbert P. (1995), Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes, *Personality and Individual Differences*, 19, 3, 327-332.
- Tang T. L. P., Smith-Brandon, V. L. et Tang T. L. N. (1997), Endorsement of Money Ethic and Protestant Work Ethic among three groups of welfare recipients, Proceedings of the 22nd International Colloquium of Economic Psychology, Valencia, Spain.
- Taylor A. (2011), The financial rebalancing act, *Foreign Affairs*, 90, 4, 91-99.
- Taylor-Carter M. A., Cook K. et Weinberg C. (1997), Planning and expectations of the retirement experience, *Educational Gerontology*, 23, 3, 273-288.
- Tejero A., Trujols J., Hernandez E., Pérez de los Cobos J. et Casas M. (1997), Processes of change assessment in heroin addicts following the Prochaska and DiClemente transtheoretical model, *Drug and Alcohol Dependence*, 47, 1, 31-37.
- Tennyson S. et Nguyen C. (2001), State Curriculum Mandates and Student Knowledge of Personal Finance, *Journal of Consumer Affairs*, 35, 2, 241-262.
- The national summit on retirement savings : Agenda background materials (1998), rapport de recherche American Savings Education Council, Washington, D.C.
- Thierry H. (1992), Payment : which meanings are rewarding ?, *American Behavioral Scientist*, 35, 6, 694-707.
- Thomas G. J. (2004), A typology of approaches to facilitator education, *Journal of Experiential Education*, 27, 2, 123-140.
- Thomas-Peter B. A. (1988), Psychopathy and telic dominance, in M. J. Apter, J. Kerr et M. Cowles (coord.), *Progress in reversal theory*, Amsterdam, Nort-Holland Press.
- Thorndike E. L. (1911), *Animal Intelligence*, New York, Macmillan.
- Thurstone L. L. (1931), Measurement of social attitudes, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 26, 3, 249-269.
- Tiras S. (1997), Cover the basics in financial education, *HR Magazine*, 42, 4, 119-124.
- Tokunaga H. (1993), The use and abuse of consumer credit : Application of psychological theory and research, *Journal of Economic Psychology*, 14, 2, 285-316.

Tomek I., Stříteský V. et Tahal R. (2013), Segmentation of Czech Consumers Based on the Attitudes Towards Money, *Central European Business Review*, 2, 2, 19-24.

Tosey P. (2002), Experiential methods of teaching and learning, in P. Jarvis (coord.), *The Theory and Practice of Teaching*, Sterling, VA, Stylus Publishing, Inc, 108-122.

Tounès A. (2003), Une modélisation théorique de l'intention entrepreneuriale, Actes des VII èmes journées scientifiques du réseau thématique de recherche en entrepreneuriat de l'A.U.F, Université de Rouen, 111-123.

Triandis H. C. (1980), Values, attitudes, and interpersonal behavior, in H. Howe et M. Page (coord.), *Nebraska symposium on motivation 1979*, Lincoln, NE, Université de Nebraska Press, 195-295.

Trojsi J. D., Christopher A. N. et Marek P. (2006), Materialism and money spending disposition as predictors of economic and personality variables, *North American Journal of Psychology*, 8, 3, 421-436.

Trope Y. et Liberman N. (2003), Temporal construal, *Psychological Review*, 110, 3, 403-421.

Tufféry S. (2007), *Data Mining et Statistique décisionnelle*, Paris, Technip.

Turner R. H. (1990), Role change, in W. R. Scott et J. Blake (coord.), *Annual Review of Sociology*, 16, Palo Alto, CA, Annual Reviews, 87-110.

U

U.S. Government Accountability Office (2004), Highlights of a GAO Forum : The Federal Government's Role in Improving Financial Literacy, rapport de recherche Congressional Committees, Washington, DC.

Urbain C. (2000), L'attitude à l'égard de l'argent : une première tentative de validation de deux échelles de mesure américaines dans un contexte culturel français, *Recherche et Applications en Marketing*, 15, 3, 3-28.

V

Valence G., D'Astous A. et Fortier L. (1988), Compulsive Buying : Concept and Measurement, *Journal of Consumer Policy*, 11, 4, 419-433.

Vallerand R. J. (1989), Vers une méthodologie de validation transculturelle de questionnaires psychologiques, Implications pour la recherche en langue française, *Psychologie Canadienne*, 30, 4, 662-680.

Vallerand R. J. et Thill E. E. (1993), Introduction au concept de motivation, in J. Vallerand et E. E. Thill (coord.), *Introduction à la psychologie de la motivation*, Laval, Québec, Editions études vivantes-Vigot, 3-39.

Vandenberg R. J. (2002), Toward a further understanding of an improvement in measurement invariance methods and procedures, *Organizational research methods*, 5, 2, 139-158.

Vanessa G.P. et Marlene D.M. (2005), The role of self perception, Knowledge and Income in explaining Consumer Financial Behaviour, *Journal of Consumer Affairs*, 39, 2, 229-313.

Varcoe K. P. et Fitch P. R. (2003), Money talks – a program to improve financial literacy of Teens, *International Journal of Consumer Studies*, 27, 3, 225-226.

Varcoe K. P. et Wright J. (1991), Financial education can change behavior, *Advancing the Consumer Interest*, 3, 2, 14-19.

Varcoe K. P., Martin A., Devitto Z. et Go C. (2005), Using a financial education curriculum for teens, *Financial Counseling and Planning*, 16, 1, 63–71.

Varcoe K. P., Peterson S., Garrett C., Marten A., Rene P. et Costello C. (2001), What teens want to know about financial management, *Journal of Family and Consumer Sciences*, 93, 2, 30-34.

Velasquez M. M., Carbonari J. P. et DiClemente C. C. (1999), Psychiatric severity and behavior change in alcoholism treatment : The relation of the transtheoretical model variables to psychiatric distress in dually diagnosed patients, *Addictive Behaviors*, 24, 4, 481-496.

Velicer W. F., Prochaska J. O., DiClemente C. C. et Brandenberg N. (1985), Decisional balance measure for assessing and predicting smoking status, *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 5, 1279-1289.

Velicer W. F., Prochaska J. O., Fava J. L., Norman G. J. et Redding, C. A. (1998), Smoking cessation and stress management : Applications of the Transtheoretical Model of behavior change, *Homeostasis*, 38, 5, 216-233.

Viallard M. L. (2011), Médecine, vulnérabilités, éthique, société, in S. Scaon (coord.), Notes de lecture, *médecine palliative, soins de support - accompagnement – éthique*, 11, 6, 340-343.

Voydanoff P. et Donnelly B. W. (1989), Economic distress and mental health : the role of family coping resources and behaviors, *Lifestyles : Family and Economic Issues*, 10, 2, 139-162.

W

Ward S. (1974), Consumer socialization, *Journal of Consumer Research*, 1,2, 1-14.

Ward S. (1980), *Consumer socialization*, Glenville, IL, Scott Foresman.

Ward S., Klees D.M. et Wackman D.B. (1990), Consumer socialization research : Content analysis of post-1980 studies and some implications for future work, *Advances in Consumer Research*, 17, 1, 798-803.

Ward S., Wackman D. B. et Wartella E. (1977), *How children learn to buy : The development of consumer information processing skills*, Beverly Hills, Sage Publications.

Warner N. et Cramer S. (1995), Saving behavior, *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 19, 1, 57-67.

Watson J. J. (2003), The relationship of materialism to spending tendencies, saving, and debt, *Journal of Economic Psychology*, 24, 6, 723-739.

Webley P. et Nyhus E. K. (2006), Parents' influence on children's future orientation and saving, *Journal of Economic Psychology*, 27, 1, 140-164.

Wechsler M. (1997), Creating behavioral change : Motivating employees to plan, save, and invest for the future, *Personal Finances and Worker Productivity*, 1, 1, 94-98.

Weinstein N. D., Rothman A. J. et Sutton S. R. (2003), Stage theories of health behavior : Conceptual and methodological issues, in P. Salovey et A. J. Rothman (coord.), *Social Psychology of Health. Key Readings*, New York, Psychology Press, 50-62.

Wernimont P. F. et Fitzpatrick S. (1972), The meaning of money, *Journal of Applied Psychology*, 56, 3, 218-226.

West R. E. (2005), Time to change : Putting the transtheoretical (stage of change) model to rest, *Addictions*, 100, 8, 1036-1039.

West C. et Zimmerman D. (1991), Doing gender, in J. Lorber et S. Farrell (coord.), *The Social Construction of Gender*, Newbury Park, CA, Sage.

White M. et Epston D. (1990), *Narrative means to therapeutic ends*, New York, NY, Norton Company, Inc.

Wood R. E. et Bandura A. (1989), Impact of conceptions of ability on self-regulatory mechanisms and complex decision making, *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 1, 407-415.

Wright J. H., Basco M. R. et Thase M. E. (2006), *Learning cognitive-behavioral therapy : An illustrated guide*, Arlington, VA, American Psychiatric Publishing, Inc.

X

Xiao J.J. (2008), *Handbook of consumer finance research*, New York, Springer.

Xiao J. J. et Anderson J. G. (1997), Hierarchical financial needs reflected by household financial asset shares, *Journal of Family and Economic Issues*, 18, 4, 333 - 356.

Xiao J. J. et Noring F. E. (1994), Perceived saving motives and hierarchical financial needs, *Financial Counseling and Planning*, 5, 1, 25-44.

Xiao J. J., Noring F. E. et Anderson J. G. (1995), College students' attitudes towards credit cards, *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 19, 2, 155-174.

Xiao J. J., Noring F. E. et Anderson J. G. (1997), College students and credit cards : Do attitudes affect behavior ? *Journal of Consumer Education*, 15, 1, 25-35.

Xiao J. J., O'Neill B., Prochaska J. M., Bristow B., Brennan P. et Kerbel C. (2001), Application of the Transtheoretical Model of Change to Financial Behavior, *Consumer Interests Annual*, 47, 1, 1-9.

Xiao J. J., O'Neill B., Prochaska J. M., Kerbal C. M., Brennan P. et Bristow B. J. (2004), A consumer education program based on the transtheoretical model of change, *International Journal of Consumer Studies*, 28, 1, 55-65.

Xiao J. J., Shim S., Barber B. et Lyons A. (2007), Academic success and well-being of college students : Financial behaviors matters, rapport de recherche Take Charge American Institute, University of Arizona.

Xiao J. J., Shim S., Barber B. et Lyons A. C. (2007), Financial behavior and quality of life of college students : Implications for college financial education, in I. Leech et P. A. Fisher (coord.), *Proceedings of the Association for Financial Counseling and Planning Education*, Alexandria, VA, 33-43.

Xiao J. J., Sorhaindo B. et Garman, E. T. (2006), Financial behaviours of consumers in credit counseling, *International Journal of Consumer Studies*, 30, 2, 108-121.

Xiao J.J., Newman B. M., Prochaska J.M., Leon B., Bassett R. L. et Johnson J.L. (2004), Applying the Transtheoretical Model of Change to Consumer Debt Behavior, *Financial Counseling and Planning*, 15, 2, 89-100.

Y

Yamauchi K. et Templer D. (1982), The development of a money attitude scale, *Journal of personality Assessment*, 46, 5, 522-528.

Yang B. et Lester D. (2001), Predicting the number of credit cards held by college students, *Psychological Reports*, 89, 3, 667-668.

Youness G. et Saporta G. (2009), Comparing partitions of two sets of units based on the same variables, *Advances in Data Analysis and Classification*, 4, 1, 53-64.

Z

Zaleski Z. (1997), Uncertainty of Personal Future and Social Influence Strategies in Work Settings, in E. Santos et M. Paixao (coord.), *Counseling Theory, Research and Practice*, Coimbra, Coimbra University Press.

Zaleskiewicz T., Gasiorowska A., Kesebir P., Łuszczynska A. et Pyszczynski T. (2013), Money and the fear of death: The symbolic power of money as an existential anxiety buffer, *Journal of Economic Psychology*, 36, 1, 55-67.

Zelizer V. A. (1989), The social meaning of money : Special moneys, *American Journal of Sociology*, 95, 5, 342-377.

Zhan M., Anderson S.G. et Scott J. (2006), Financial knowledge of the low-income population : Effects of a financial education program, *Journal of Sociology and Social Welfare*, 33, 1, 53-74.

Zhao X., Lynch Jr. J. G. et Chen Q. (2011), Reconsidérer Baron et Kenny : mythes et vérités à propos de l'analyse de médiation, *Recherche et Application en Marketing*, 26, 1, 81-95.

Zigmond A. S. et Snaith R. P. (1983), The Hospital Anxiety And Depression Scale, *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 67, 6, 361-370.

Zimmer-Gembeck M. J. et Locke E. M. (2007), The socialization of adolescent coping behaviours : relationships with families and teachers, *Journal of Adolescence*, 30, 1, 1-16.

Zimmerman B. J. (1995), Self-efficacy and educational development, in A. Bandura (coord.), *Self-efficacy in changing societies*, New York, Cambridge University Press, 202-231.

Zivin K., Eisenberg D., Gollust S. E. et Golberstein E. (2009). Persistence of mental health problems and needs in a college student population, *Journal of Affective Disorders*, 117, 3, 180-185.

ANNEXES

Annexe 1 : Tableau récapitulatif des études empiriques menées sur les comportements financiers du consommateur.

Annexe 2 : Plan du guide d'entretien

Annexe 3 : L'importance du principe d'approche-évitement dans la littérature en psychologie (Gomez, 2009)

Annexe 4 : Résultats des analyses factorielles confirmatoires

Annexe 5 : Questionnaire de l'étude finale

Annexe 1 : Tableau récapitulatif des études empiriques menées sur l'effet de l'éducation financière sur les comportements financiers adoptés

Auteurs	Années	Concepts étudiés	Variables retenues	Méthodologie	Principales conclusions
Danes	2004	Education financière de la famille	Variables démographiques (sexe, âge, salaire, taille des ménages, niveau d'études, situation familiale), niveau d'éducation financière de la famille	Survey	Les parents consentent que les plus jeunes (12 à 14 ans) sont prêts à apprendre et qu'à (15 à 17ans) sont prêts à participer aux tâches financières familiales et que jusqu'à 18 ans ne sont pas capables d'avoir leur indépendances financière et que les plus de 18 ans sont prêts à affronter des expériences financières.
Danes et Haberman	2007	Crédit, assurance, investissement, gestion d'argent, décisions financières	Niveau de connaissances financières, sentiment d'efficacité personnelle, comportements financiers, sexe	Survey	Après le suivi de la formation, les hommes ont renforcé leurs connaissances déjà acquises alors que les femmes ont acquis de nouvelles connaissances.
Russell, Brooks et Nair	2006	Utilisation responsable téléphone mobile et carte de crédit	niveaux de calcul/informatique, attitude à l'égard des dépenses/épargnes/dettes, attente du programme, et niveau d'utilisation d'une gamme de produits financiers	Survey	95% des élèves estiment qu'ils ont accru leurs connaissances relatives à l'utilisation des cartes de crédits et du téléphone mobile et 60% trouvent les leçons extrêmement utiles.
Beal et Delpachitra	2003	Concepts financiers de base, marché et instruments financiers, planification, analyse et prise de décision, assurance	Discipline d'études, sexe, situation familiale, âge, niveau d'études, statut professionnel actuel ; futur, expérience au travail, salaire et préférence au risque	Régression logistique	Les étudiants ne sont ni qualifiés ni compétents en matière financière ce qui risque d'impacter négativement leur avenir.
Worthington (ANZ survey)	2004	Niveau de connaissance et de compréhension, comportement, attitude, perception et sensibilisation	Statut socio-économique (niveau éducation/ épargne, situation professionnelle/ familiale, salaire, âge et sexe) et les connaissances financières	Modèle logit	Les femmes non anglophones, les personnes inactives, les agriculteurs, les personnes avec un faible niveau d'études ont de faibles connaissances financières.
Chen et Volpe	1998 / 2002	Niveau de connaissance, choix et prise de décision financière	Discipline d'études, niveau d'études, âge, race, nationalité, expérience professionnelle et salaire	Modèle de régression logistique	Les étudiants provenant de disciplines autres que le commerce, les femmes, ceux avec un faible niveau d'études, les moins de 30 ans et les personnes qui ont peu d'expérience de travail ont de faibles connaissances financières. Leur faible niveau de connaissance a un impact négatif sur leur capacité de prendre des décisions éclairées.

Volpe, Chen et Pavlicko	1996	Placements financiers	Niveau de connaissance sur les placements, sexe, discipline d'études, expérience	Survey	Les femmes, les étudiants provenant d'autres disciplines que le commerce et les étudiants des écoles de commerce qui ne détiennent pas de placements ont de faibles connaissances en matière de placements.
Bernheim Douglas et Garrett	1997	Evolution taux d'épargne en fonction de la qualité des programmes d'enseignement	Taux d'épargne (flux), richesse (stock), la qualité des programmes d'enseignement, date d'imposition officielle du curriculum, les états	Survey	Les taux d'épargne sont 1.5% plus élevés dans les états où les programmes d'éducation financière étaient obligatoires depuis 5 ans.
Tennyson et Nguyen	2001	Niveau de connaissances des finances personnelles et curriculums proposés	Score de connaissances, les curriculums et les états	Analyse multivariée	Les étudiants qui se trouvent dans des états offrant un cours spécifique sur l'éducation financière ont des scores significativement plus élevés que ceux qui sont dans des états proposant des curriculums généraux ou sans curriculum.
Lalonde et Schmidt	2011	Salaire, gestion des finances personnelles, épargne/investissement, dépense/crédit	Sexe, salaire des parents, niveau d'études des parents, niveau d'études des étudiants, matières enseignées (finance, économie, comptabilité...), nombre de cartes de crédit, niveau de connaissances / d'intérêt	Analyse de régression	Le nombre de cartes de crédit est le meilleur prédicteur du niveau des connaissances en matière de finances personnelles. Le sexe est significatif à 1% pour les questions relatives aux dépenses/crédits mais contrairement aux autres recherches les femmes rapportent de meilleurs résultats sur le quiz.
Robb et James	2008	Gestion des finances personnelles	Niveau de connaissance financière, sexe, âge, aide financière, nombre de dettes, indépendance financières, matières enseignées, discipline d'études	Enquête qualitative et quantitative	Un élève de sexe masculin, non mineur, bénéficiant d'une aide financière, ayant d'autres dettes, indépendant financièrement, ayant eu un cours de finances personnelles, major en matière de commerce, ayant des connaissances responsables sur les cartes de crédit sont des variables associées à des scores plus élevés dans la mesure des connaissances financières.
Mandell	2006 / 2009	Les cours sur la gestion de finances personnelles	Étudiants ayant ou non suivi des cours, connaissances, attitudes et comportements financiers	Analyse de régression	Les élèves ayant eu un cours sur la gestion des finances personnelles ne sont pas plus compétents et n'ont pas une attitude plus favorable envers l'épargne et les comportements financiers.

Mandell et Klein	2007	La motivation d'avoir plus de connaissances financières	Salaire et niveau d'études des parents, sexe, race, région, connaissance, attitude, aspiration (salaire, futur profession, niveau d'études), motivation et comportement	Survey	Les étudiants qui pensent que les difficultés financières résultent des mauvaises décisions, qu'il est important d'avoir assez d'argent pour payer ses factures et la motivation d'épargner pour sa retraite ont des scores de connaissances financières élevés.
Chlouba, Šimková et Němcová	2011	Apprentissage à distance (application virtuelle)	l'alphabétisation monétaire, l'alphabétisation des prix, l'alphabétisation des budgets et l'alphabétisation juridique	Etude descriptive	Le gain de temps et la liberté de l'étudiant de choisir la technique de formation que ce dernier considère optimale sont les plus grands avantages de l'apprentissage à distance.
Joo	1998	Education financière sur le lieu du travail	Caractéristiques démographiques, facteurs stress financiers, bien être, stress financier, système de support et résultats financiers	Analyse de régression	Le bien être financier a un effet significatif sur la productivité des travailleurs et le stress financier peut être réduit par le biais des systèmes de support de l'éducation financière.
Kim	2000	Education financière sur le lieu du travail	Caractéristiques individuelles, connaissance, attitude, comportement, bien être, conflit au travail, éducation financière sur le lieu du travail, résultat au travail	Analyse de régression	L'éducation financière sur le lieu du travail améliore les connaissances, l'attitude et les comportements ainsi que le bien être qui réduit le conflit au travail et améliore les résultats des employeurs.
Lusardi	2000/2002b/2004	Education financière sur le lieu du travail	Age, race, situation familiale, niveau d'éducation de soi et de sa famille, attitude, salaire et valeur nette, attente	Analyse de régression	Les séminaires organisés par les employeurs avec des initiatives de réduction de coûts de planification de retraite ont un effet positif sur le taux d'épargne des travailleurs.
Bayer, Bernheim et Scholz	1996/2003/2008	Education financière sur le lieu du travail	Fréquence de séminaires, cible du séminaire, autres formes d'éducation (newsletters et brochures), caractéristique du plan de participation, caractéristique de l'entreprise, ratio de participation/contribution	Analyse de régression	Les séminaires de préparation à la retraite offerts par les employeurs et leur fréquence ont un effet positif sur l'augmentation du taux d'épargne des salariés. Les autres formes ne sont pas significatives indépendamment de leur fréquence.

Hira et Loibl	2005	Education financière sur le lieu du travail	Participation à une session d'éducation financière, connaissances financières, attente de son avenir financier, satisfaction au travail, sexe, âge, race, situation familiale, nombre des membres du ménage, niveau de qualification	Analyse de régression	Les employés ayant eu une éducation financière sur leur lieu de travail ont une meilleure prise de conscience de leur avenir financier et sont plus satisfaits au travail.
Lyons, Scherpf, Roberts,	2003/2006/2007	Transfert intergénérationnel des comportements financiers des parents aux enfants	Connaissances, comportements financiers, sexe, âge, race, niveau d'études, emploi des parents, sources d'information financière, communication familiale	Modèle probit	L'éducation financière améliore la communication entre les parents et les enfants qui ont signalé un faible niveau de communication avant le suivi du programme.
Lissington et Matthews	2012	Transfert intergénérationnel des comportements financiers des parents aux enfants	Sexe, âge, valeur nette, niveau d'éducation, observations/conseils, communiquer avec les autres des problèmes financiers, position financière des parents et des grands-parents, impact des grands événements financiers	Etude qualitative	Contrairement à leurs attentes, le transfert des connaissances financières au sein des familles fortunées se produit à travers l'observation et l'expérience plutôt que de manière formelle.
Solheim, Zuiker et Levchenko	2011	Les voies de la socialisation familiale financière	Épargner, les pratiques de gestion des finances personnelles, modèles de communication familiale	Etude qualitative (Grounded theory)	Trois voies de socialisation conduisent à différents comportements financiers à savoir apprendre à épargner et à gérer ses finances du modèle parental et du coaching parental, épargner malgré absence du modèle parental, apprendre à ne pas épargner comme le modèle parental.
Shim, Barber, Card, Xiao et Serido	2009	Socialisation financière : théorie du comportement planifié et modèle de socialisation du consommateur	Statut socio-économique des parents, comportements financiers des parents, instruction directe des parents, matières enseignées sur l'éducation financière, travailler au cours des études, adoption comportement financier des parents, connaissances, norme subjective, contrôle perçu, attitude, relation financière avec les parents, satisfaction et comportement financier responsable	Modèle des équations structurelles	La socialisation des parents a un effet significatif supérieur aux autres formes d'éducation financière sur les connaissances, les attitudes, les comportements et la satisfaction financière.

Gutter, Copur et Garrison	2009	Les opportunités d'apprentissage social et comportement financier	Variables démographiques, variables financières, comportement financier, disposition financière, apprentissage social	Analyse de régression	L'apprentissage social financier a un impact sur les comportements financiers des participants.
Gail Perry et Ards	2002	Comparaison des différentes formes de socialisation financière	Age, race, taille de la famille, niveau d'études, valeur nette, sécurité financière, connaissance, source d'apprentissage, locus of control, orientation court/long terme	Analyse de régression	L'éducation formelle (école, travail et média) et les expériences passées ont un effet significatif sur les connaissances financières alors que la socialisation par le bouche-à-oreille (pairs, amis, parents, conjoints) a un impact plus important auprès des afro-américains.
Pinto, Parente, et Mansfield	2005	Socialisation financière des parents	Informations fournies, agents de socialisations (parents, pairs, média et école), utilisation de la carte de crédit	Analyse de corrélation	Les informations fournies par les parents sont plus significatives que les informations reçues des 3 autres sources (écoles, pairs, médias).
Shim, Xiao, Barber et Lyons	2009	Socialisation financière : théorie du comportement planifié, théorie du cycle de vie, modèle hiérarchique des valeurs personnelles, théorie de socialisation du consommateur	Socialisation, variables démographiques, valeurs personnelles, connaissance, attitude, norme subjective, contrôle comportemental perçu, comportement financier, satisfaction, dette, inquiétude financière et coping, bien être, santé physique, succès, équilibre psychologique	Modèle des équations structurelles	Les valeurs personnelles, l'éducation financière à la maison, l'éducation financière à l'école jouent un rôle important sur les connaissances/attitudes/comportements qui ont à leur tour ainsi que les normes subjectives des parents et le contrôle perçu des enfants ont un effet significatif sur la satisfaction, le succès, le bien être, l'équilibre psychologique et la santé physique.
Sohn, Joo, Grable, Lee et Kim	2012	Socialisation financière, attitude envers l'argent et connaissances financières	Connaissances financières, sexe, niveau d'éducatons des parents, salaire des parents, sources d'éducation financière (parents, famille, média et école), possession d'un compte bancaire et attitude envers l'argent	Analyse de régression	Les participants ayant choisis les médias comme agent de socialisation primaire, ceux qui ont un compte bancaire et ceux qui accordent de l'importance à l'argent et qui trouvent que l'argent est une source de récompense montrent un niveau élevé de connaissances.
Hogarth, Beverly et Hilgert	2003	Socialisation financière	Cash flow, épargne, investissement, crédit, expérience financière, variables démographiques, source d'apprentissage, importance/efficacité de la source, motivation, stabilité	Analyse multivariée	Les participants qui ont un niveau de connaissance et d'apprentissage financier (famille, pairs, expérience personnelle) élevé ont un score important de cash flow, d'épargne et d'investissement. Plus le niveau de connaissance et de socialisation sont élevés, plus il y a une amélioration dans les comportements financiers.

Garrison et Gutter	2010	La différence du genre sur le comportement financier	Sexe, socialisation (discussion avec les parents/les pairs, observation avec les parents/pairs), situation familiale, race, salaire, finance personnelle	Analyse de régression	Les hommes sont plus susceptibles à prendre des risques financiers alors que les femmes sont plus favorables aux différentes formes d'apprentissages (discussions/observations parents et pairs). La discussion avec parents et pairs réduit de manière significative leur prise de risque.
Sebstad, Cohen et Stack	2006	Modèle d'entrées-sorties, évaluation des résultats de l'éducation financière	Education financière, connaissances/ attitudes/comportement s, impact sur les ménages/institutions financières	Rapport de synthèse	La littératie financière (entrée) a un impact social et institutionnel (sortie) important en passant par l'amélioration des connaissances/ attitudes/comportements.
Beverly	1997	Cohésion sociale et comportement d'épargne	Variables démographiques, institutionnelles, sociologiques, psychologiques, capacité et volonté d'épargner	–	les variables démographiques, les variables sociologiques, les variables institutionnelles et les variables psychologiques ont un incident direct sur l'épargne, et que les variables sociologiques et les variables démographiques prédisent les variables institutionnelles.
Falahati et Paim	2011	Cohésion sociale et problèmes financiers	Agents secondaires, socialisation financière, connaissances, attitude conservatrice/dépensive, comportement financier, problème financier	Analyse de corrélation	l'attitude dépendive, les agents de socialisation secondaire, l'attitude conservatrice, la socialisation financière et le comportement financier ont un effet direct significatif sur les problèmes financiers des étudiants de sexe masculin. La socialisation financière, l'attitude dépendive, les connaissances financières et les agents de socialisation secondaires ont un effet indirect par l'intermédiaire du comportement financier sur les problèmes financiers.
Shockey et Seiling	2004/2006	Comportement d'épargne et modèle transthéorique	Stades (précontemplation, contemplation, préparation, action et maintien) et stratégies de changement (établir des objectifs financiers, utiliser un plan de dépenses, suivi des dépenses, réduire la dette, Mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues et épargner)	Analyse de régression	Après avoir suivi le programme d'éducation financière IDA, le score moyen de l'ensemble des stratégies de changement a augmenté où le changement le plus important s'est produit sur la stratégie « mettre de l'argent de côté pour les dépenses imprévues » et le moins important sur « réduire la dette ». Les participants qui ont une plus grande confiance dans leur capacité à gérer leur argent sont plus susceptibles au changement et au passage aux stades d'action et maintien en particulier pour les comportements liés aux stratégies « établir un objectif », « utiliser un plan de dépenses » et « épargner de l'argent ».

Xiao, O'Neill, Prochaska, Kerbel, Brennan et Bristow	2001	Comportement d'épargne et de réduction de dette : modèle transthéorique	Stades et Stratégies de changement	Analyse multivariée	Les participants se trouvant au stade d'action (ayant atteint les objectifs financiers) ont tendance à utiliser plus fréquemment des stratégies de changement que ceux se trouvant au stade de précontemplation (qui n'ont pas atteint les objectifs financiers).
Xiao, Newman, Prochaska, Leon, Bassett et Johnson	2004	Niveau d'endettement de la carte de crédit : modèle transthéorique	Stades, stratégies de changement, balance décisionnelle et sentiment d'efficacité personnelle	Analyse qualitative/ quantitative	Le sentiment d'efficacité personnelle, les avantages du comportement désirable et les stratégies comportementales augmentent en fonction des stades de changement alors que les inconvénients et les stratégies expérientielles sont plus importants aux premiers stades.
Courchane et Zorn	2005	Connaissances/ Comportements /Résultats financiers	Variables démographiques, source d'éducation financière, connaissances, comportements et résultats financiers	Analyse des moindres carrées ordinaires	Il existe un lien causal entre les connaissances, les comportements et les résultats financiers à travers un éventail de caractéristiques démographiques et financières.
Jorgensen	2007	La théorie sociale cognitive appliquée au comportement financier	Variables démographiques, connaissances, attitude, comportement, parents/pairs	Analyse de régression	L'environnement de l'individu (parents/pairs) influence ses connaissances, attitudes et comportement financiers.

Annexe 2 : Plan du guide d'entretien

1. Pouvez-vous me dire comment vous vous comportez en matière de dépenses au quotidien ? Et pour des dépenses moins régulières (vêtements, mobile, informatique, etc.)
2. Avez-vous tendance à épargner ?
3. En matière de dépenses et d'épargne, pensez-vous être influencé(e) par votre famille ou par votre entourage ?
4. Diriez-vous que vous vous y connaissez bien en matière de budget ou de planification de vos dépenses, de vos économies ?
5. Avez-vous été influencé sur ce point, par vos parents ou par des membres de votre famille ? Par l'école ? Ces influences jouent-elles encore aujourd'hui en matière d'amélioration de votre comportement de dépenses ou d'épargne ?
6. Faites-vous actuellement des efforts pour mieux gérer vos dépenses/votre argent ?
 - a. Si oui, comment faites-vous ? Quelles actions, quels comportements adoptez-vous pour y arriver ?
 - b. Si non avez-vous l'intention de faire des efforts prochainement ?
 - c. Si oui, quels sont les facteurs qui vous incitent à changer ?
7. Qu'est-ce qui vous freine à avoir une bonne ou une très bonne gestion de vos dépenses.
8. Que pensez-vous de ceux (celles) qui épargnent beaucoup ?
9. Que pensez-vous de ceux (celles) qui dépensent sans faire attention ?
10. Avez-vous eu l'occasion de changer de comportement de dépenses et si oui, quand et pourquoi ?
11. Pensez-vous que vous gérer très bien actuellement vos dépenses et votre épargne ?
12. Si oui, pensez-vous que cela puisse durer ?

Annexe 3 : L'importance du principe d'approche-évitement dans la littérature en psychologie (Gomez, 2009).

Les motivations d'approche-évitement occupent les préoccupations des intellectuels depuis la Grèce antique. En effet, des philosophes comme Aristote ou Epicure voyaient dans la recherche de plaisir un moteur des comportements humains. De même, pour la philosophie utilitariste du XIX^{ème} siècle, dont Jeremy Bentham et John Stuart Mill constituent les chefs de file, le seul objet de l'homme est de rechercher le plaisir et d'éviter la souffrance dans la mesure où ce principe constitue l'unique voie vers le bonheur. Le principe hédonique a imprégné de nombreuses disciplines en psychologie. En effet, dès 1890 dans son ouvrage fondateur, William James fait du plaisir et de la souffrance la source des comportements humains. Freud (1920) pensait également que l'activité psychique était orientée par la recherche de plaisir et l'évitement de la souffrance.

En premier lieu, le principe hédonique a notablement nourri les théories de l'apprentissage. En effet, Thorndike (1911) pensait que les comportements provoquant une sensation de souffrance ont moins de chance d'être reproduits lorsqu'une situation identique se représente. Dans son célèbre travail sur le conditionnement classique, Pavlov (1927) identifie deux types de réponses automatiques à un stimulus : une réponse offensive à l'égard du stimulus et une réponse défensive. Skinner (1938) ne peut que constater que le stimulus peut renforcer négativement ou positivement le comportement s'il y est associé des conséquences désirables ou indésirables pour l'individu.

Les théories sur les besoins se sont également inspirées du principe d'approche-évitement. En effet, les recherches sur les besoins ont émis, dès leur origine, une distinction entre besoin de réalisation et besoin de sécurité. Adler (1946) remarque chez tout être humain la cohabitation de besoins de supériorité orientés vers le futur, le plus fréquemment inconscients, et de besoins de compenser un sentiment d'insécurité hérités de la petite enfance. De plus, on trouve dans des recherches menées sur la personnalité la distinction entre besoins primaires et secondaires (Murray, 1938). Les besoins primaires renvoient à des fonctions biologiques et sont régulés par le principe homéostatique. Quant aux besoins secondaires qui dérivent des besoins primaires ou sont inhérents à la nature humaine, ils regroupent, entre autres, les besoins de réalisation (surmonter des obstacles et accomplir des tâches significatives) et de

réjection (se séparer d'un objet ou d'une personne jugée négative). Herzberg, Mausner et Snyderman (1959), qui menèrent leurs recherches dans la sphère du management, bâtirent leur classification des besoins selon qu'ils conduisent à éviter une insatisfaction ou créer une satisfaction. Ainsi, assouvir un besoin hygiénique ne permet pas d'être satisfait mais empêche d'être insatisfait. Ce type de besoin se rapproche de la notion d'évitement car on cherche à éviter un état négatif et à maintenir un état sans pour autant atteindre un état suffisant de motivation. A contrario, la résolution de besoins de développement personnel (besoins de reconnaissance, réalisation et de promotion appelés « motivateurs ») peut seule conduire à la satisfaction. Maslow (1943) démontre que les comportements humains sont conduits par des besoins insatisfaits. La satisfaction de ces besoins s'effectue selon un ordre hiérarchique. Il distingue les besoins déficients (besoins physiologiques, de sécurité) des besoins de développement (besoins d'autoréalisation, d'estime). Alderfer (1972) réduira la taxinomie de Maslow à trois types de besoins. Nous nous intéresserons particulièrement aux besoins vitaux et de développement. En effet, les besoins vitaux regroupent les besoins de sécurité et physiologiques alors que les besoins de croissance rassemblent les besoins d'autoréalisation et de transcendance. Enfin, Higgins (1987) émet un distinguo entre idéaux qui sont relatifs aux aspirations et souhaits individuels, et devoirs qui réfèrent aux croyances des individus à l'égard de leurs responsabilités et obligations.

La neurobiologie est également une discipline où le principe d'approche-évitement a fait l'objet de nombreuses investigations. En effet, il est admis qu'il existe deux systèmes neurologiques distincts impliqués dans les motivations. Ces deux systèmes motivationnels déclenchent des réponses émotionnelles et comportementales très différenciées (Carver et White, 1994 ; Sutton et Davidson, 1997). Gray (1990) les dénomme système d'activation comportementale (BAS) et système d'inhibition comportementale (BIS). Chaque système est lié à des modes de renforcement différent. Le système d'activation comportementale est sensible aux signaux de récompenses et aux émotions positives, et favorise les comportements d'approche. A contrario, le système d'inhibition comportementale est associé spécifiquement aux émotions négatives et manifeste une sensibilité accrue aux signaux de punition et aux informations de menace. La localisation de ces deux systèmes motivationnels se situe dans le cortex préfrontal. Ainsi, la région du cortex frontal gauche détermine les comportements d'approche alors que la partie droite de cette même région est impliquée dans les comportements de retrait (Davidson, 1992 ; Coan et Allen, 2003).

Ces découvertes ont également affecté les théories de la personnalité. En effet, il existe une différence de sensibilité individuelle à l'un et l'autre des systèmes motivationnels qui structure les personnalités individuelles. Par exemple, lorsqu'une menace se présente les individus ayant une sensibilité élevée au système d'inhibition comportementale deviennent plus anxieux, stressés et optent plus facilement pour l'évitement que les individus peu sensibles (Carver et White, 1994). Ces différences proviendraient d'une asymétrie de l'activité des zones antérieures droite et gauche du cortex cérébral (Sutton et Davidson, 1997).

De plus, ces deux systèmes motivationnels guident les processus affectifs. Ils s'organisent autour de deux dimensions qui renvoient pour l'une d'elle au système motivationnel qui gère les comportements d'approche et pour l'autre à celui qui gère les comportements d'évitement. Ainsi, le système d'inhibition comportementale est à la source des émotions négatives alors que le système d'activation comportementale est générateur des émotions positives (Gray, 1990). Les recherches sur les attitudes ont, elles aussi, subi l'influence du principe d'approche-évitement. Ainsi, on sait qu'une attitude est fonction de l'activation des processus d'évaluation positif et négatif et que ces processus ont des effets réciproques sur celles-ci (Thurstone, 1931) : les attitudes sont alors le résultat d'un processus continu. Autrement dit ce qui est positif ne peut être négatif. Elles sont ainsi le fruit de la différence entre les sentiments négatifs et positifs qui émanent d'un stimulus. Mais, il est de plus en plus reconnu que, contrairement aux croyances d'origine, positivité et négativité n'entretiennent pas forcément une relation linéaire (Cacioppo et Berntson, 1994). En effet, la contribution des neurosciences ayant conduit à conclure que les processus d'évaluation positif et négatif ne s'activent pas toujours de manière réciproque, il est tout à fait possible d'exprimer des attitudes à la fois négatives et positives à l'égard d'un même stimulus.

Annexe 4 : Résultats des analyses factorielles confirmatoires

Figure 35 : Qualité d'ajustement du modèle des deux dimensions de la variable dépendante « stratégies d'approche et d'évitement »

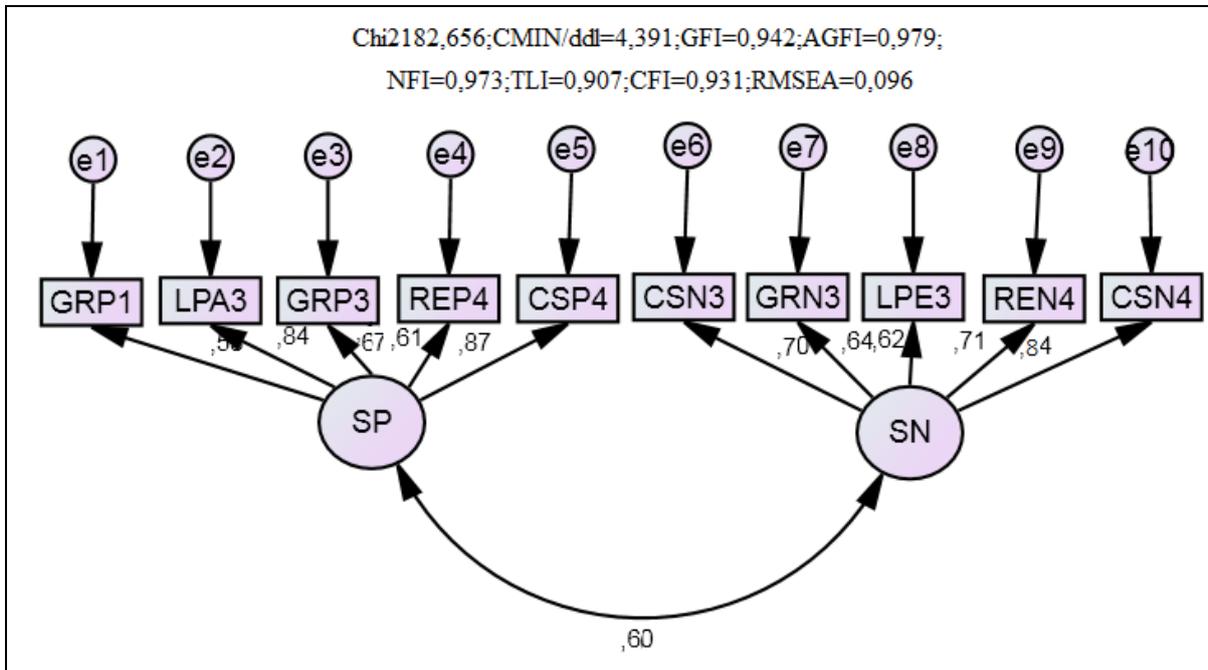


Figure 36 : Qualité d'ajustement du modèle des quatre dimensions des stades de changement

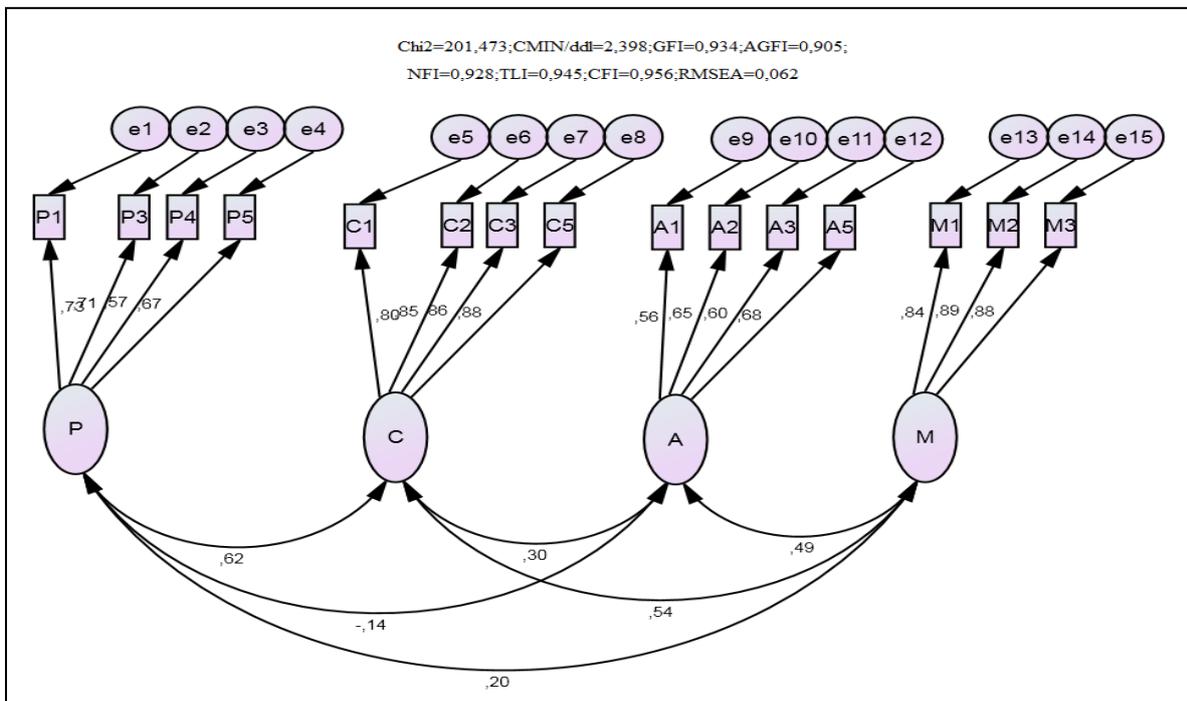
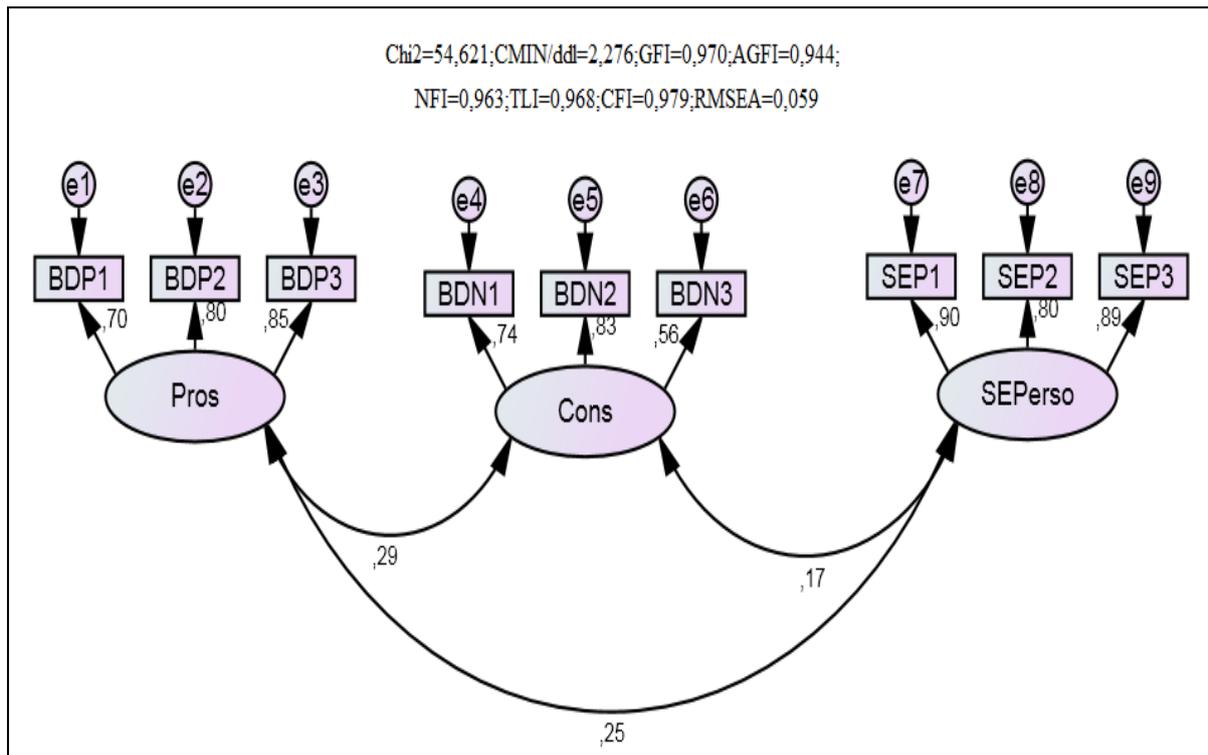


Figure 37 : Qualité d'ajustement du modèle de la balance décisionnelle et du sentiment d'efficacité personnelle



Annexe 5 : Questionnaire de l'étude finale

Dîtes-nous jusqu'à quel point vous êtes EN DÉSACCORD ou EN ACCORD avec ces affirmations. Basez vos réponses sur la façon dont vous vous sentez et vous vous comportez ACTUELLEMENT dans la vie.

Répondez en encerclant un nombre de 1 à 7, (où 1 = Pas du tout d'accord et 7 = Tout à fait d'accord).

	Pas du tout d'accord							Tout à fait d'accord
Je ne compte pas changer ma façon de peu gérer mon argent.	1	2	3	4	5	6	7	
Je commence à me rendre compte que je gère mal mon argent.	1	2	3	4	5	6	7	
Je me force à mieux gérer mon argent.	1	2	3	4	5	6	7	
Même si j'ai cessé mes achats "coup de cœur" depuis un certain temps, j'ai peur de céder à nouveau à la tentation.	1	2	3	4	5	6	7	
Je m'aperçois que ma façon de gérer mon argent est inappropriée.	1	2	3	4	5	6	7	
Je m'emploie activement à mieux gérer mon argent en réduisant mes dépenses.	1	2	3	4	5	6	7	
J'ai mis fin aux achats "coup de cœur", mais je crains de m'y remettre.	1	2	3	4	5	6	7	
Je ne souhaite rien changer à ma mauvaise gestion de mes finances.	1	2	3	4	5	6	7	
Je commence à ressentir les effets négatifs de ma mauvaise gestion.	1	2	3	4	5	6	7	
Je m'efforce de limiter les dépenses superflues.	1	2	3	4	5	6	7	
J'ai cessé de faire des achats "coup de cœur", mais j'ai toujours peur d'y succomber comme auparavant.	1	2	3	4	5	6	7	
La gestion de mes dépenses ne fait pas partie de mes préoccupations.	1	2	3	4	5	6	7	
Je ne vois pas la nécessité de remédier au fait que je sois mauvais(e) gestionnaire.	1	2	3	4	5	6	7	
Je me rends compte de plus en plus que je gère mal mon budget.	1	2	3	4	5	6	7	

J'essaie de mieux gérer mon argent et de mettre fin à mes dépenses futiles.	1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---	---

	Pas du tout d'accord				Tout à fait d'accord		
Je fais souvent des choses juste pour le plaisir.	1	2	3	4	5	6	7
L'argent est important dans la vie.	1	2	3	4	5	6	7
J'ai un manque de confiance en moi.	1	2	3	4	5	6	7
Je prends souvent des décisions en fonction de mes impressions du moment.	1	2	3	4	5	6	7
J'ai peur de ne pas pouvoir assumer mes responsabilités et obligations financières.	1	2	3	4	5	6	7
L'argent est une bonne chose.	1	2	3	4	5	6	7
Je m'inquiète à propos de choses sans importance.	1	2	3	4	5	6	7
En général, je ne prends pas les choses au sérieux.	1	2	3	4	5	6	7
J'accorde beaucoup de valeur à l'argent.	1	2	3	4	5	6	7
Je me sens inquiet.	1	2	3	4	5	6	7
J'aime prendre chaque jour comme il vient.	1	2	3	4	5	6	7

Je me sens confiant et compétent sur la façon de :

	Pas du tout d'accord				Tout à fait d'accord		
gérer mon argent.	1	2	3	4	5	6	7
planifier mes dépenses.	1	2	3	4	5	6	7
contrôler mon budget.	1	2	3	4	5	6	7
prévoir les urgences financières.	1	2	3	4	5	6	7

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

	Pas du tout d'accord				Tout à fait d'accord		
Mieux gérer mon argent me permet à tout moment de connaître ma situation financière sans mauvaise surprise.	1	2	3	4	5	6	7
Je peux me trouver dans des situations compliquées lorsque je gère mal mon argent.	1	2	3	4	5	6	7
Mieux gérer mon budget me permet d'éviter de m'inquiéter à chaque fin de mois.	1	2	3	4	5	6	7
Une mauvaise gestion de mon argent risque de me faire payer des frais d'intérêts.	1	2	3	4	5	6	7

Mieux gérer mon budget me permet d'être prudent et à l'abri d'un imprévu.	1	2	3	4	5	6	7
Si je gère mal mon argent je pourrais devoir m'endetter.	1	2	3	4	5	6	7

Dans quelle mesure êtes-vous EN DÉSACCORD ou EN ACCORD avec ces affirmations.

(Répondez en encerclant un nombre de 1 à 7, (où 1 = Pas du tout d'accord et 7 = Tout à fait d'accord)).

	Pas du tout d'accord							Tout à fait d'accord
Je commence à m'inquiéter davantage d'avoir à payer des pénalités quand une date limite de paiement ou une limite de découvert est dépassée.	1	2	3	4	5	6	7	
Je compte éviter de trop dépenser lorsque je sors le weekend.	1	2	3	4	5	6	7	
Je ferai davantage attention à mes dépenses en sortie pour ne pas me faire le reproche de gaspiller de l'argent.	1	2	3	4	5	6	7	
Je me félicite d'avoir généralement tendance à épargner pour pouvoir acheter plus tard une chose désirée.	1	2	3	4	5	6	7	
Je m'engage maintenant à limiter mes achats "coup de cœur".	1	2	3	4	5	6	7	
Je me dis qu'en m'y mettant je pourrais épargner tous les mois.	1	2	3	4	5	6	7	
Cela me fait craindre d'être angoissé(e) si je ne garde pas le contrôle de mes dépenses.	1	2	3	4	5	6	7	
Je pense à quel point je serai plus heureux si j'arrivais à épargner de façon régulière.	1	2	3	4	5	6	7	
Je compte davantage éviter de m'arrêter devant les vitrines qui me tentent de faire des achats imprévus.	1	2	3	4	5	6	7	
J'ai l'intention de laisser une réserve sur mon compte bancaire afin qu'il soit plus stable.	1	2	3	4	5	6	7	
Je compte prendre un engagement ferme pour mettre régulièrement de l'argent de côté et suis sûr(e) d'y arriver.	1	2	3	4	5	6	7	
Je me fixe des objectifs importants pour m'aider à mieux gérer mes dépenses.	1	2	3	4	5	6	7	
Cela m'inquiète encore plus de penser que je n'arriverai peut être pas à arrondir mes fins de mois.	1	2	3	4	5	6	7	
J'ai l'intention d'éviter davantage les vendeurs qui me poussent à acheter des tas de choses superflus.	1	2	3	4	5	6	7	
Je compte faire davantage des prévisions de dépenses précises dans le but de respecter mon budget.	1	2	3	4	5	6	7	
Je veillerai davantage à éviter de me mettre en situation de découvert.	1	2	3	4	5	6	7	
Je me félicite de planifier à l'avance comment faire face à une urgence financière.	1	2	3	4	5	6	7	
A compter de ce jour, je m'engage à épargner tous les mois.	1	2	3	4	5	6	7	

Je me dis que je pourrais être plus économe si je le voulais.	1	2	3	4	5	6	7
Je m'inquiète davantage en pensant ne pas pouvoir probablement tenir mon budget.	1	2	3	4	5	6	7
Je pense que cela me fera plaisir de pouvoir épargner tous les mois.	1	2	3	4	5	6	7
Je compte me tenir un peu plus à distance des personnes qui m'appellent souvent pour sortir et m'inciter à la dépense.	1	2	3	4	5	6	7
Je compte prendre l'habitude d'épargner une certaine somme d'argent régulièrement.	1	2	3	4	5	6	7
J'ai l'intention de profiter des bons de réduction pour faire des économies.	1	2	3	4	5	6	7
Je ferai davantage en sorte de ne plus avoir à me faire régulièrement le reproche de régler mes factures en retard.	1	2	3	4	5	6	7
Je pense mettre de l'argent de côté pour faire aboutir mes projets.	1	2	3	4	5	6	7
Je me félicite lorsque à la fin du mois je réussis à mettre de l'argent de côté.	1	2	3	4	5	6	7
Je pense que je me sentirais plus à l'aise si j'épargnais davantage pour assurer mon avenir.	1	2	3	4	5	6	7
Je compte me préparer moi-même mes repas pour me faire une belle épargne.	1	2	3	4	5	6	7

Pour finir par quelques informations sur vous-même...

Vous êtes :

- Une femme
- Un homme

Quel âge avez-vous ?

Quelle est votre situation familiale ?

- Célibataire
- Vivant en couple

Quel est votre niveau d'étude ?

- BAC/BAC Pro
- Bac+1/Bac+2/Bac+3
- > à Bac+3

Merci pour votre collaboration !

Stratégies de changement de comportement financier du consommateur :

Les apports d'un modèle transthéorique orienté approche-évitement

Résumé : De nombreux acteurs sont de plus en plus attentifs aux comportements problématiques des consommateurs en matière budgétaire et financière. Les modèles de changement de comportement peuvent aider à l'élaboration de messages et d'approches adaptés dans ce domaine. Cette recherche montre que les stratégies de changement utilisées par le consommateur sont fondamentalement des stratégies d'approche et d'évitement et propose un modèle définissant le rôle de la balance décisionnelle dans l'utilisation de ces stratégies. Le modèle intègre également des variables individuelles telles que l'attitude à l'égard de l'argent et le niveau d'anxiété susceptibles de jouer sur l'adoption de ces stratégies. Ce modèle est appliqué à des groupes constitués de consommateurs en situations similaires sur la trajectoire du changement. Les dimensions de changement du modèle transthéorique (précontemplation, contemplation, action, maintien) ont servi de base à la construction de ces groupes. Les résultats montrent aussi les effets de l'orientation paratélique du consommateur. Les contributions théoriques concernent principalement l'explication de l'adoption de stratégies de changement de comportement financier de type approche-évitement. Les contributions managériales correspondent aux actions destinées à favoriser le changement en considérant plusieurs variables de segmentation et en particulier la situation des consommateurs sur leurs trajectoires de changement.

Mots clés : éducation financière, changement de comportement financier du consommateur, modèle transthéorique, stratégies d'approche-évitement.

Strategies of financial consumer behavior change :

Contributions of transtheoretical model oriented approach-avoidance

Abstract : Increasing attention is being given by researchers, practitioners and stakeholders to issues raised by consumers' financial and budgetary behavior. Models of behavior change can help develop messages and adapted approaches in this area. This research shows that strategies of change used by the consumer are basically approach and avoidance strategies and proposes a model defining the role of decisional balance in using of these strategies. The model also includes individual variables such as attitude towards money and anxiety level that may have influenced the adoption of these strategies. This model is applied to groups of consumers in similar situations in the trajectory of change. The dimensions of the transtheoretical model of change (precontemplation, contemplation, action, maintenance) has been used to obtain these groups. The results also show effects of consumer's paratelic orientation. Theoretical contributions mainly explain the adoption of approach-avoidance strategies of financial behavior change. Managerial contributions correspond to actions to promote change by considering several variables of segmentation in particular the position of consumers on their trajectory of change.

Key words : financial education, financial consumer behavior change, transtheoretical model, approach-avoidance strategies.