



**Thèse délivrée par  
L'Université de Lille**

N° attribué par la bibliothèque

\_\_\_\_\_

## THÈSE

**Pour obtenir le grade de Docteur en Sciences de Gestion**

Présentée et soutenue publiquement par

**Sophie LECHARTRE**

Le 12 décembre 2023

**De nouveaux modes de vie aujourd'hui à de nouveaux récits pour demain : modalités  
d'adoption de la sobriété et dynamiques de socialisation aux comportements pro-  
environnementaux des jeunes éco-concernés**

### JURY

**Directrice de thèse :**

Isabelle COLLIN-LACHAUD

Professeure des Universités – Université de Lille

**Membres du jury :**

*Présidente du jury :*

Dominique ROUX – Professeure des Universités – Université de Reims Champagne-Ardenne

*Rapporteurs :*

Valérie GUILLARD – Professeure des Universités – Université Paris Dauphine-PSL

Éric RÉMY – Professeur des Universités – Université de Perpignan Via Domitia

*Suffragants :*

Elodie GENTINA – Professeure – IESEG School of Management

Nil ÖZÇAĞLAR-TOULOUSE – Professeure des Universités – Université de Lille

Nathanaël WALLENHORST – Professeur – Université Catholique de l'Ouest



## Remerciements

Une thèse, c'est un petit morceau de soi mais aussi et surtout du monde qui nous entoure. Je n'aurais pas fait la même thèse à 25 ou 30 ans et sans les personnes qui m'ont entourée non plus....

Je ne sais comment exprimer l'étendue de ma gratitude à ma directrice de thèse, la professeure Isabelle Collin-Lachaud qui me suit depuis mon mémoire de recherche. Je suis très impressionnée par sa disponibilité et sa réactivité et je m'estime très chanceuse d'avoir su toujours pouvoir compter sur son soutien sans faille, son écoute dans les moments difficiles et sa grande rigueur dans le suivi de mes productions. Merci Isabelle, j'espère que nous continuerons à travailler ensemble encore longtemps.

J'adresse également mes plus sincères remerciements aux professeur·e·s Valérie Guillard et Eric Rémy qui me font l'honneur d'être rapporteur·e·s de ce travail doctoral. Je suis également très reconnaissante aux professeur·e·s Elodie Gentina, Nil Özçağlar-Toulouse, Dominique Roux et Nathanaël Wallenhorst d'avoir accepté de participer à ce jury de thèse.

Je tiens à remercier plus particulièrement la professeure Nil Özçağlar-Toulouse de m'avoir acceptée en Master Recherche et ainsi de m'avoir ouvert la porte de ce monde fascinant de la recherche.

Un grand merci également aux professeures Elodie Gentina et Valérie Guillard de m'avoir consacré du temps pour m'aider à y voir plus clair sur certains éléments de ma recherche.

Je remercie aussi vivement les professeures Marie-Hélène Fosse-Gomez et Anissa Pomiès pour leurs éclairages et leurs conseils sur les concepts théoriques et l'organisation de mes résultats qui me furent d'une grande utilité.

Je souhaite également remercier les membres de mon CSI la professeure Pauline de Pechpeyrou et la docteure Marie-Christine Desmarests d'avoir accepté de m'encadrer et de m'avoir prodigué conseils et encouragements.

Entreprendre un travail doctoral c'est aussi entrer dans une communauté de chercheurs et je remercie mes collègues du laboratoire LUMEN et de la chaire TREND(S) pour leur accueil, les échanges que nous avons eus et le partage de leurs réflexions. Je remercie également les chercheurs qui m'ont guidée dans l'élaboration de mon projet au cours des séminaires CCT de Lille et Ankara et des colloques doctoraux de l'AFM et des JNRC.

Je n'oublierai pas non plus que cette communauté ne fonctionne que grâce aux personnes dévouées et dynamiques qui en assurent l'administration : merci à Sylvie, Murielle et David du laboratoire LUMEN pour leur gentillesse et leur efficacité.

Au sein de cette communauté j'ai eu la chance de rencontrer Elodie (Docteure Juge) et Chantal qui sont devenues des amies proches. Chacune à sa manière m'a aidée et accompagnée sur le chemin qu'elles aussi ont parcouru. Merci les filles, je suis tellement reconnaissante de vous avoir !

J'adresse également une pensée à celles et ceux qui m'ont donné un coup de main lorsque j'en avais besoin et ont toujours répondu présent·e ! Hafida (Docteur Boudkouss), Eva (Docteur Réthoré), Tiphaine (Docteur Chautard-Dardé), Alex (Docteur Deslée), Olivier (Docteur Nicolas) et Rédouane : merci à vous.

Je remercie aussi la direction du laboratoire, le conseil d'administration de l'IUT et l'Université de Lille de m'avoir accordé trois années de suite une décharge d'enseignement pour mener à bien cette thèse. Sans ce privilège, je n'aurais pas pu avancer aussi sereinement.

Merci à mes informant·e·s qui ont pris le temps de me répondre, merci pour ces échanges très riches, pour m'avoir permis de partager vos doutes, vos colères et vos victoires quotidiennes. Sans vous, ce travail n'aurait pas la même saveur.

Enfin c'est aussi grâce à la confiance de mes proches en mes capacités, à leurs encouragements, leur fierté de me voir aller au bout que j'ai tenu bon et que je suis maintenant arrivée au terme de cette aventure qu'est la thèse. Merci à mes filles Joséphine et Capucine avec qui j'ai échangé, cogité et débattu. Vous êtes des personnes formidables, je suis si fière de vous.

Et à mon mari, mon merveilleux mari Jean-Luc, j'adresse un immense merci pour avoir supporté une femme peu présente, des soirées et des week-end solitaires, des vacances tronquées. Sans ton aide et ton appui je n'en serais pas là.

*L'université n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans les thèses : ces opinions doivent être considérées comme propres à leurs auteurs.*

***De nouveaux modes de vie aujourd'hui à de nouveaux récits pour demain : modalités  
d'adoption de la sobriété et dynamiques de socialisation aux comportements pro-  
environnementaux des jeunes éco-concernés***

***Résumé***

Dans un contexte d'urgence écologique, la sobriété trouve un écho grandissant tant au niveau politique qu'académique. Cette notion est cependant souvent associée à des imaginaires négatifs dans une société dont le modèle repose sur la croissance et des logiques consuméristes auxquelles les jeunes nés à la fin des années 90 et au début des années 2000 ont été acculturés depuis leur naissance. Toutefois, une partie de cette jeunesse, que nous avons nommée les « éco-concernés », considère qu'il est de sa responsabilité morale d'agir pour préserver le système Terre. À travers une recherche qualitative multi-méthodes de nature interprétative cette recherche doctorale cherche à comprendre quelles sont les significations attachées à la sobriété par ces jeunes et quels processus de socialisation les ont conduits à devenir éco-concernés. Nos résultats révèlent que la sobriété est associée à des renoncements qui permettent de mettre en cohérence valeurs personnelles et actes quotidiens et apportent du bien-être en atténuant l'éco-anxiété à laquelle ils font face. Nos données montrent également que la socialisation se fait au travers de cheminements en au moins deux étapes et que les pairs et communautés de pairs y jouent un rôle prépondérant. Nos informants ont une vision assez sombre de l'avenir et peinent à s'y projeter, ils en appellent ainsi à de nouveaux imaginaires construits dans le respect des limites écologiques et au développement de nouveaux récits autour d'une sobriété rendue désirable.

**Mots clefs :**

Sobriété – Socialisation – Jeunes – Écologie – Modes de vie – Responsabilité – Imaginaires

***From new lifestyles today to new narratives for tomorrow: adoption modes of sufficiency  
and socialization dynamics to pro-environmental behaviors among eco-concerned young  
people***

***Abstract***

In response to a backdrop of ecological urgency, sufficiency is gaining increasing acceptance at both the political and academic levels. However, this notion is often associated with negative imageries in a society whose model is based on growth and consumerist thinking, to which young people born in the late 90s and early 2000s have been acculturated. However, some of these young people, whom we have named the 'eco-concerned', feel that it is their moral responsibility to act to preserve the earth system. Using multi-method qualitative research of an interpretative nature, this doctoral research seeks to understand the meaning of sufficiency for these young people and the socialization processes that led them to become eco-concerned. Our results show that sufficiency is associated with renunciations that enable personal values to be reconciled with everyday actions and bring well-being by countering the eco-anxiety they face. Our data also show that socialization occurs in at least two stages, with peers and peer communities playing a major role. Our informants have a relatively bleak vision of the future and find it hard to project themselves into it, so they call for new imaginaries built around the respect for ecological limits and the development of new narratives around a sufficiency made desirable.

**Keywords:**

Sufficiency – Socialization – Young people – Ecology – Lifestyles – Responsibility – Imaginaries

## SOMMAIRE

INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	1
<b>Partie I. Revue de littérature.....</b>	<b>13</b>
Introduction de la partie I.....	14
<b>CHAPITRE 1. La sobriété du consommateur comme élément clé de la bifurcation écologique.....</b>	<b>17</b>
Introduction du chapitre 1 .....	18
Section 1 : Les limites du modèle de société consumériste .....	21
1.1 Un paradigme social dominant basé sur la croissance qui menace les écosystèmes. ....	22
1.2 Une proposition de solution macro-économique : la décroissance ou le dépassement de la modernité.....	29
Section 2 : La sobriété du consommateur, origines et pratiques .....	39
2.1 Origines et visions de la sobriété.....	39
2.2 Les voies d'accès à la sobriété .....	48
2.3 Les courants de recherche apparentés à la sobriété.....	59
Conclusion du chapitre 1.....	74
<b>CHAPITRE 2. La socialisation, un processus de formation et de transformation : de l'individu comme entité sociale au consommateur.....</b>	<b>77</b>
Introduction du chapitre 2 .....	78
Section 1 : La socialisation comme construction sociale des identités .....	80
1.1 L'identité : un rapport dynamique entre le soi et le monde.....	80
1.2 L'approche piagétienne de la socialisation : l'importance accordée aux stades de développement cognitifs .....	83
1.3 Étude des trois approches majeures de la socialisation en sociologie : fonctionnalisme, <i>habitus</i> et interactionnisme.....	86
Section 2 : La socialisation comme apprentissage de la consommation.....	108
2.1 Les principales perspectives de la socialisation utilisées dans la recherche en marketing .....	108
2.2 Tour d'horizon des principaux agents socialisateurs.....	118
2.3 La socialisation aux comportements pro-environnementaux.....	125
Conclusion du chapitre 2.....	131
Conclusion de la partie I.....	133

## **Partie II. Méthodologie de la recherche ..... 135**

Introduction de la partie II..... 136

### **CHAPITRE 3. Une recherche interprétativiste ancrée dans un terrain particulier, les jeunes éco-concernés ..... 139**

Introduction du chapitre 3 ..... 140

Section 1 : Posture épistémologique et construction de l'objet de recherche ..... 141

1.1 L'adoption d'une posture épistémologique interprétativiste ..... 141

1.2 La démarche de construction de l'objet de recherche ..... 146

Section 2 : Présentation du terrain de la recherche, les jeunes éco-concernés ..... 155

2.1 Les jeunes : un difficile objet théorique ..... 155

2.2 Les caractéristiques des jeunes d'aujourd'hui et leur rapport à l'écologie ..... 161

Conclusion du chapitre 3 ..... 172

### **Chapitre 4. Appréhender la réalité des éco-concernés par une approche qualitative multi-méthodes..... 173**

Introduction du chapitre 4 ..... 174

Section 1 : Une approche qualitative multi-méthodes ..... 176

1.1 Les données secondaires ..... 177

1.2 L'observation en ligne ..... 183

1.3 Les entretiens en profondeur ..... 188

Section 2 : La construction de l'échantillon orienté..... 196

2.1 Les méthodes de recrutement des informants ..... 196

2.2 Le profil des informants ..... 200

Section 3 : Analyse des données et validité de la recherche ..... 219

3.1 Mobilisation de la méthode d'analyse des données par théorisation ancrée..... 219

3.2 L'interprétation des résultats par la mise en relation des catégories et la rédaction..... 226

3.3 La validité de la recherche..... 230

Conclusion du chapitre 4 ..... 234

Conclusion de la partie II ..... 235



**Partie III. Résultats ..... 236**  
Introduction de la partie III ..... 237

**CHAPITRE 5. Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste..... 240**

Introduction du chapitre 5 ..... 241

Section 1 : Au prisme de l'urgence, une remise en question du modèle de société ..... 242

1.1 Le leitmotiv de l'urgence comme motivation à se mobiliser ..... 242

1.2 L'incompréhension face à une vision générale court-termiste qui contribue à l'inertie .. 245

1.3 Une remise en question d'une société capitaliste et consumériste ..... 250

Section 2 : Réduire sa consommation comme enjeu, une responsabilité individuelle au service du collectif..... 253

2.1 Une condamnation des dérives de la société de consommation..... 253

2.2 Les solutions préconisées : ce que sobriété veut dire ..... 260

2.3 L'empowerment ou la responsabilité individuelle au service du bien collectif ..... 265

Section 3 : Des pratiques de sobriété très réfléchies qui ne peuvent échapper à une logique consumériste..... 271

3.1 L'évaluation de sa consommation pour éviter la schizophrénie écologique et assumer ses actes ..... 271

3.2 Les pratiques associées à la sobriété ..... 275

3.3 Les difficultés à sortir d'un habitus consumériste..... 288

Conclusion du chapitre 5 ..... 296

**CHAPITRE 6. Des processus de socialisation successifs qui façonnent l'identité des éco-concernés ..... 298**

Introduction du chapitre 6 ..... 299

Section 1 : Cadres et modalités de la socialisation : de la sensibilité à la conscience ..... 300

1.1 Des exemples qui mettent en lumière des cheminements ..... 300

1.2 Le terreau : les cadres et modalités qui sensibilisent ..... 314

1.3 Le déclic : devenir éco-concerné·e..... 319

Section 2 : Les effets de la socialisation, vers un nouveau rapport au monde ..... 327

2.1 L'émergence d'aspirations nouvelles ..... 327

2.2 Tensions et ajustements dans un nouveau rapport au monde ..... 332

2.3 Les répercussions personnelles : de l'éco-anxiété au bien-être..... 340

Section 3 : Être acteur dans la communauté des éco-concernés ..... 346

3.1 Une démarche de formation en dehors de tout cadre éducatif ..... 346

3.2 L'accès à l'information, une forme de privilège qui responsabilise les éco-concernés ... 351

3.3 Les groupes resserrés de pairs ..... 354

Conclusion du chapitre 6 ..... 359

## **CHAPITRE 7. Les imaginaires du futur : les éco-concernés et leurs visions de l'avenir** ..... 361

Introduction du chapitre 7 .....	362
Section 1 : Les leviers d'action pour sensibiliser à la sobriété.....	363
1.1 Les actions à l'échelle individuelle : inspirer pour convaincre .....	363
1.2 Identification de quatre modes d'action pour initier le changement .....	367
Section 2 : Se projeter dans l'avenir, des marges de progression et des dilemmes à résoudre .....	378
2.2 Une difficile projection dans l'avenir et la tentation d'enclaves protégées .....	382
2.3 Des regards divergents sur la question des enfants .....	389
Section 3 : Une perception sombre de l'avenir qui enjoint à de nouveaux récits .....	393
3.1 Un diagnostic sombre qui renforce la nécessité d'agir.....	393
3.2 Un besoin exprimé de changer les imaginaires de consommation.....	395
3.3 Être jeune et éco-concerné·e, c'est être responsable pour l'avenir .....	398
Conclusion du chapitre 7 .....	402
Conclusion de la partie III .....	404
<b>Discussion</b> .....	<b>407</b>
Section 1 : Vers une meilleure compréhension des significations et des pratiques associées à la sobriété .....	409
1.1 Proposition d'un cadre intégrateur de différentes perspectives de recherche .....	410
1.2 Interprétation de la sobriété comme une démarche de renoncements mais aussi de compromis .....	414
Section 2 : Vers une vision de la sobriété comme un effet de dynamiques de socialisation ..	418
2.1 Mise en évidence d'au moins deux étapes nécessaires pour devenir éco-concerné·e.....	418
2.2 Confirmation du rôle très affirmé des pairs et des communautés .....	420
Section 3 : Vers une vision de la sobriété comme nouveau récit au cœur d'un régime de réalité écologique .....	425
3.1 Une proposition d'explication des bienfaits de l'engagement sur l'éco-anxiété.....	425
3.2 Illustration de deux niveaux de responsabilité .....	427
3.3 Une ouverture vers la définition de nouveaux imaginaires .....	430
CONCLUSION GÉNÉRALE .....	433
BIBLIOGRAPHIE .....	449
ANNEXES .....	489
Liste des tableaux .....	499
Table des figures.....	500
Table des encadrés.....	502
Table des illustrations.....	502
Table des matériaux.....	503

*“A world in which things simply go as usual is already inconceivable.”*

Tim Jackson

*“Never doubt that a small group of thoughtful, committed citizens can change the world. Indeed, it's the only thing that ever has.”*

Magaret Mead

## INTRODUCTION GÉNÉRALE

« *Nous sommes la première génération à vivre les conséquences du réchauffement climatique et la dernière à pouvoir y faire quelque chose...* ». Ces mots de Camille Etienne<sup>1</sup>, jeune activiste de 25 ans, dans sa vidéo « Réveillons-nous » sont l'essence même de ce travail doctoral.

La question climatique n'est pas nouvelle (Bourg, 2020 ; Martuccelli, 2014), ce qui l'est d'avantage c'est ce sentiment d'urgence, cette angoisse d'une partie de la jeunesse qui voit « *la Terre qui brûle à mesure que l'on consomme* »<sup>2</sup>. Ces jeunes qui sont préoccupés par l'avenir de la planète et qui tentent, à leur manière, d'y faire face, nous les avons nommés les éco-concernés. Nous avons choisi d'étudier ces jeunes de 17 à 25 ans qui, sans être activistes ou militants radicaux, ont décidé de changer leurs modes de vie pour des raisons écologiques. Notre propos n'est pas de savoir en quoi ils sont différents des autres jeunes ou des autres générations, mais de comprendre comment eux, ont considéré qu'ils avaient un rôle à jouer, que c'était à eux, d'agir au quotidien.

Un premier élément de réponse se trouve dans le constat établi que la crise climatique exacerbe l'injustice intergénérationnelle (Laurent, 2019a). En effet, une personne née en l'an 2000 subira sept fois plus de vagues de chaleur qu'une personne née en 1960<sup>3</sup>, les étés 2022 et 2023 où tous les records de températures ont été battus, en donnent un avant-goût. Ainsi, les jeunes

---

<sup>1</sup> La vidéo est consultable ici : <https://www.youtube.com/watch?v=1Mw5ADaHyFo&t=414s>

<sup>2</sup> Camille Etienne, Réveillons-nous !

<sup>3</sup> Pour illustrer cette réalité, le graphique produit par le GIEC est consultable en annexe 1.

d'aujourd'hui devront émettre huit fois moins de CO<sub>2</sub> que leurs grands-parents s'ils veulent contenir le réchauffement au gain de 1,5 degrés prévu par l'Accord de Paris sur le Climat<sup>4</sup>.

Les jeunes sont de ce fait appelés à jouer un rôle prépondérant face aux problématiques environnementales car ce sont eux qui devront vivre le plus longtemps avec les conséquences des décisions prises aujourd'hui par les générations plus âgées (Corner et *al.*, 2015) et notamment celle des « boomers ».

Les « boomers » sont nés après la guerre et n'ont connu ni famine ni catastrophe, ni guerre ni épidémie lors de leur accès à l'âge adulte alors que cela n'était jamais arrivé en 2000 ans d'histoire. Cette génération a en commun une culture de l'hédonisme et du présent et elle a développé une forte propension à l'égoïsme sans considération pour l'avenir (de Closets, 2022). Elle n'a pas vu qu'elle vivait une parenthèse, elle n'a pas vu ou pas voulu voir que les sociétés humaines couraient à leur perte et les jeunes d'aujourd'hui vont devoir en gérer les conséquences. Le chantier paraît colossal (Rémy et Roux, 2022), en plus d'être immérité, comme le dit Camille Etienne « *et pourtant nous n'étions pas là* ».

En réalité, c'est avant même les Trente Glorieuses, dès le début de l'ère industrielle, que les sociétés humaines ont rendu la Terre de moins en moins habitable (Bonneuil et Fressoz, 2016 ; Wallenhorst, 2019). Les scientifiques ont ainsi défini que la Terre était entrée dans une nouvelle époque géologique déclenchée par les activités humaines : l'Anthropocène<sup>5</sup>. Si les débats au sein des géologues et stratigraphes sont toujours en cours pour en définir la date de début – révolution industrielle ou bombe atomique et essor de la consommation – le consensus est large autour de l'utilisation de ce terme pour qualifier l'âge de la domination humaine sur Terre (Larrère, 2018 ; Wallenhorst, 2019). Le terme Anthropocène qui connaît un grand succès dans les sciences humaines est considéré comme pertinent voire indispensable pour fournir une référence globale au fait que les transformations à l'œuvre, dont l'être humain est responsable, sont irréversibles et durables et qu'elles modifient profondément la vie sur Terre (Wallenhorst et Theviot, 2020). Le dérèglement climatique n'est cependant qu'une des marques de l'Anthropocène. En effet, une équipe de chercheurs suédois<sup>6</sup> a mis en évidence en 2009 neuf limites planétaires, neuf seuils à ne pas franchir pour que la Terre reste habitable comme l'acidification des océans ou la pollution chimique. Six de ces neuf grandes limites planétaires

<sup>4</sup> The Guardian 27 septembre 2021 [https://www.theguardian.com/environment/2021/sep/27/children-set-for-more-climate-disasters-than-their-grandparents-research-shows?CMP=tw\\_t\\_a-environment\\_b-gdneco](https://www.theguardian.com/environment/2021/sep/27/children-set-for-more-climate-disasters-than-their-grandparents-research-shows?CMP=tw_t_a-environment_b-gdneco)

<sup>5</sup> Terme attribué au prix Nobel de chimie Paul Crutzen au début des années 2000 (Bonneuil et Fressoz, 2016)

<sup>6</sup> Johan Rockström et ses collègues : Rockström J., Steffen, W., Noone K., nt Å., Chapin III F. S., Lambin E., ... et Foley J. (2009). Planetary boundaries: exploring the safe operating space for humanity. *Ecology and society*, 14(2).

sont aujourd'hui dépassées (Testot et Wallenhorst, 2023). L'humanité est face à un mur et trouver des solutions est devenu une nécessité vitale.

Les deux premiers volets du sixième rapport du GIEC<sup>7</sup> parus respectivement en août 2021 et février 2022 illustrent par la lecture des données scientifiques ce qu'est l'Anthropocène et soulignent la responsabilité humaine dans les dérèglements profonds de manière « incontestable ». Les preuves scientifiques sont à ce sujet « sans équivoque » et pourtant on estime à 37% la proportion de climato-sceptiques en France<sup>8</sup> qui remettent en question ces conclusions tandis que les forêts brûlent et que les épisodes caniculaires se multiplient.

Le troisième volet du rapport du GIEC, paru en avril 2022 dédié aux solutions, préconise de réduire les émissions mondiales de gaz à effet de serre dès 2025 pour ne pas dépasser +1,5°C. Toutefois, pour que ces objectifs puissent être réalisés, des mesures doivent être prises très rapidement car les émissions de la dernière décennie ont déjà atteint des niveaux record dans l'histoire de l'humanité. Il serait inquiétant de poursuivre sur cette trajectoire et ce sont les modèles de consommation occidentaux qui ont à ce jour le plus gros impact. En effet, environ deux tiers des émissions mondiales de gaz à effet de serre sont directement et indirectement liées à la consommation des ménages (Ivanova et *al.*, 2020). Sous l'effet de leur niveau de consommation et de leur niveau de vie, les Français sont avec les Allemands les plus gros contributeurs européens au global<sup>9</sup>. L'Europe est en outre un importateur net de ressources et d'émissions de carbone, la moitié environ de son empreinte se produisant à l'étranger. Par conséquent, en 2019, là où la France émettait 6,8 tonnes de gaz à effet de serre par habitant au sens du protocole de l'ONU (émissions sur le territoire), un Français avait en moyenne une empreinte carbone de 9,9 tonnes équivalent CO<sub>2</sub><sup>10</sup> alors que l'objectif à atteindre d'ici 2100 est compris entre 1,6 et 2,8 tonnes<sup>11</sup>.

Les solutions pour limiter les émissions de gaz à effet de serre font l'objet de diverses réflexions d'envergure nationale et internationale depuis les années 1980. La multiplication et l'intensification des événements climatiques extrêmes observés ces derniers mois, mais également la guerre en Ukraine, ont accéléré les questionnements et notamment sur la

---

<sup>7</sup> Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'évolution du Climat (GIEC), résumé pour les décideurs : [https://report.ipcc.ch/ar6syr/pdf/IPCC\\_AR6\\_SYR\\_SPM.pdf](https://report.ipcc.ch/ar6syr/pdf/IPCC_AR6_SYR_SPM.pdf)

<sup>8</sup> Observatoire International Climat et Opinion Publiques (EDF et Ipsos) Étude 2022

<sup>9</sup> Touteurope.eu, chiffres 2019

<sup>10</sup> Commissariat général au développement durable- Data-Lab Janvier 2020. En raison d'une modification des règles de calcul les sources disponibles pour 2022 situent ce bilan entre 8 et 12 tonnes.

<sup>11</sup> idem

dépendance de nos sociétés occidentales aux énergies fossiles. Jusqu'à présent les politiques publiques environnementales se sont appuyées sur les idées des courants « techno-optimistes » (Bonneuil, 2021) et ont privilégié la « pensée magique de l'énergie » ou « techno-solutionnisme » (Parise, 2022) qui voit dans le progrès technologique un contrepoids au déclin des ressources naturelles. Les voies de la croissance verte et de l'efficacité énergétique ont été par conséquent très largement privilégiées. Ces stratégies dites de « découplage » – la recherche de gains d'efficacité par des solutions techniques et technologiques – n'ont cependant pas permis de répondre de façon satisfaisante aux enjeux environnementaux (Bengtsson et *al.*, 2018 ; Hickel et Kallis, 2020 ; Lange et *al.*, 2020). Elles s'avèrent insuffisantes à elles seules car à mesure que la richesse augmente et que les modes de vie consuméristes se développent (Alfredsson et *al.*, 2018), les gains qui découlent des avancées technologiques sont compensés par un phénomène d'effet rebond, c'est-à-dire une utilisation accrue de ressources devenues plus accessibles et moins chères (Greening et *al.*, 2000).

C'est pourquoi, le troisième volet du rapport du GIEC pour enrayer l'envolée des émissions présente pour la première fois la sobriété (*sufficiency*) – dans le sens d'une réduction de la demande (Villalba, 2023) – comme étant le levier indispensable à la lutte contre le réchauffement planétaire. Il apparaît en effet de plus en plus clairement que les mesures d'efficacité énergétique doivent être couplées à des approches fondées sur la sobriété remettant fondamentalement en question les niveaux de consommation et d'utilisation des ressources (Baumgartner et *al.*, 2022 ; Bourg et Roch, 2012 ; Gorge et *al.*, 2015 ; Spangenberg et Lorek, 2019), les modes de vie occidentaux étant clairement devenus insoutenables.

Dans le débat public, la sobriété trouve un écho grandissant : l'ADEME, dans ses quatre scénarii possibles vers la transition propose celui de « génération frugale », adossée à la sobriété. C'est aussi précisément cette voie de la sobriété, plutôt énergétique de prime abord, qu'a évoqué le gouvernement français à partir de 2022 dans le contexte de crise énergétique que nous connaissons actuellement. Bien que la sobriété ne semble être au niveau politique qu'un cadre destiné à préserver le système productif en lui donnant une dimension opérationnelle et la rendre acceptable en limitant ses effets sur le système dominant (Villalba, 2023), elle est de plus en plus souvent considérée comme étant au cœur des solutions individuelles et collectives pour diminuer la consommation dans un objectif de respect des limites planétaires. Ce sont plus particulièrement les jeunes qui pourraient en être le moteur dans la mesure où leur avenir est en jeu.

Définir précisément la jeunesse n'est pas chose aisée comme en attestent les chercheurs en sciences humaines et sociales, notamment en raison de la dilution des seuils de la vie dans un continuum allant de la vie au foyer parental à la constitution de sa propre famille (Galland, 2022). Par conséquent, en nous fondant sur l'intérêt pour le marketing de la notion de génération (Bourcier-Béquaert et de Barnier, 2010) et en nous adossant aux théories de la cohorte générationnelle (Ryder, 1985) et de l'adulte émergent (Arnett, 2000), nous avons décidé de nous intéresser aux jeunes dont l'âge est compris entre 17 et 25 ans. Au sein de cette cohorte, que l'on nomme aussi génération Z (Gentina et Delécluse, 2018), nous nous sommes focalisée sur ceux que nous avons qualifiés d'éco-concernés. Ce sont des jeunes que l'on peut aussi nommer éco-investis, engagés ou préoccupés<sup>12</sup> qui se sentent suffisamment concernés par le dérèglement climatique pour avoir décidé d'adopter un mode de vie en cohérence avec leurs valeurs environnementales. Ils ne sont ni irréprochables ni utopistes mais conscients de leurs limites et déterminés à progresser et le plus souvent à essayer de convaincre les non-concernés.

Les discours pro-environnementaux des acteurs de l'écologie (militants, associations, politiques...) prônant des formes de sobriété, il nous a semblé pertinent de nous interroger sur son traitement dans la littérature pour ensuite le comparer aux interprétations que les jeunes éco-concernés en font. Compte tenu de ses enjeux, la notion de sobriété est de plus en plus présente dans la presse<sup>13</sup> et les médias grand public. La recherche en marketing sur la sobriété du consommateur est – pour les mêmes raisons – elle aussi en net essor depuis quelques années. Pour les chercheurs en marketing qui y consacrent une grande partie de leurs travaux, la sobriété du consommateur est au niveau individuel une démarche volontaire de modération de la consommation, qui consiste à s'interroger sur ses besoins et les façons de les satisfaire (Guillard, 2019). La sobriété implique de revisiter les usages et suppose des changements majeurs dans l'ensemble de la vie quotidienne, l'adoption de modes de vie différents afin de réduire sa consommation globale et en diminuer ainsi les impacts négatifs sur l'environnement (Baumgartner et *al.*, 2022 ; Guillard, 2021 ; Kropfeld, 2023). Elle se traduit par un processus réflexif à tous les stades de la consommation (Guillard, 2021) et l'adoption de pratiques de réduction ou d'arrêt de la consommation de certains biens et services notamment (Sandberg, 2021).

---

<sup>12</sup> Ces termes sont ceux de différentes études menées sur les rapports des jeunes à l'écologie comme celle de Quantité Critique pour La Croix en 2021 ou celle de Yale en 2023

<sup>13</sup> Cf dossier du Monde « *Sobriété, l'indispensable débat* » 30/05/22

La manière dont les jeunes s'approprient la sobriété est liée en partie à la façon dont ils ont été sensibilisés aux comportements pro-environnementaux (Hosany et *al.*, 2022). Cela nous conduit par conséquent à nous interroger sur leur acculturation à ces questions et sur les mécanismes de socialisation qui les ont motivés à changer leurs modes de vie. Pour en rendre compte et en appréhender tous les contours, nous nous sommes penchée sur différents courants des sciences sociales qui ont étudié ces processus. Tous les auteurs s'accordent pour dire que la socialisation primaire, celle qui a lieu dans l'enfance a un poids prépondérant dans la construction de l'identité individuelle (Darmon, 2023). Il en est de même lorsque l'enfant s'approprie progressivement des compétences de consommateur (Ayadi et Gollety, 2021) et la famille est au cœur des processus d'acquisition des comportements pro-environnementaux (Hosany et *al.*, 2022). La société ayant évolué, les jeunes aujourd'hui se construisent cependant davantage par l'expérimentation plutôt que par identification à leurs aînés (Galland, 2022) et la jeunesse française doit aujourd'hui intégrer les enjeux environnementaux dans ses phases d'expérimentation (Lachance, 2022). Dans ce contexte, les pairs, qui occupent une place grandissante à partir de l'adolescence (Arnett, 2015 ; Gentina, 2008) sont appelés à jouer un rôle prépondérant mais leur influence a été assez peu étudiée en matière environnementale à ce jour.

Dans cette perspective de finitude des ressources et d'atteinte des limites planétaires, au travers de l'étude de ces thématiques de sobriété et de socialisation, nous cherchons à apporter quelques réponses à l'épineuse question que pose ce phénomène inédit. Ne pouvant nous appuyer sur aucune équivalence dans l'Histoire, nous avons tenté de dessiner comment la jeune génération qui sera la plus impactée pouvait faire face à ce qui nous arrive à tous. Comment se projette-t-on lorsque l'on a 20 ans en 2023 et que l'on a compris que plus rien ne serait comme avant, que les choix qui nous restent sont finalement fortement contraints ? Et surtout comment faire pour que les autres suivent ? Comment les convaincre, comment en amont les sensibiliser ? Face à ces différentes interrogations la problématique suivante a émergé :

**De quelle manière la compréhension du vécu et des modes de socialisation des jeunes éco-concernés nous permet-elle d'envisager des voies de sensibilisation à la sobriété du plus grand nombre ?**



Cette question générale induit plusieurs questions de recherche organisées en trois temps :

- Comme nous l'avons précédemment évoqué, depuis quelques temps la sobriété est omniprésente dans le discours écologique mais aussi politique. Adopter des pratiques de consommation sobre apparaît comme étant indispensable. Mais comment les jeunes éco-concernés interprètent-ils dans leur quotidien ces injonctions à la sobriété ? Pour quelles raisons sont-ils prêts à changer leurs modes de vie ? Quelles sont les pratiques qu'ils plébiscitent ? Quelles sont leurs limites ?
- Les éco-concernés ne sont qu'une minorité parmi les jeunes, ils ne représentent qu'un peu plus de 30% d'entre eux<sup>14</sup>. Comment alors devient-on éco-concerné·e ? Quelles sont les modalités de socialisation aux comportements pro-environnementaux ? Quels en sont les effets ?
- Puisqu'il est question de l'avenir de toute une génération, comment les éco-concernés le voit-il ? Quel rôle pensent-ils pouvoir jouer et qu'attendent-ils de leurs aînés ?

Pour y répondre nous avons adopté une approche interprétative puisqu'il s'agit, en nous plaçant dans une posture émiqque, c'est-à-dire en nous focalisant sur le point de vue des acteurs (Delacroix et Monnot, 2021 ; Özçağlar-Toulouse, 2005 ; Roux, 2007), de mettre au jour et de comprendre comment ces acteurs, ici les jeunes éco-concernés, adoptent des comportements pro-environnementaux.

Le choix de ce terrain, très spécifique, des jeunes éco-concernés est lié à notre métier d'enseignante depuis plus de vingt-cinq ans mais aussi de mère de deux jeunes femmes que les problématiques environnementales touchent particulièrement. Ainsi, nous avons souhaité mieux appréhender comment les jeunes composent avec ce contexte, très anxiogène pour certains d'entre eux. Il existe de nombreux travaux sur les consommateurs responsables (*e.g.* François-Lecompte et Valette-Florence, 2006 ; Özçağlar- Toulouse, 2005, 2009), verts (*e.g.* El Haffar et *al.*, 2020), minimalistes (*e.g.* Zalewska et Cobel-Tokarska, 2016) ou adeptes de la simplicité volontaire (Alexander et Ussher, 2012 ; Craig-Lees et Hill, 2002 ; Devenin et Bianchi, 2023) mais les consommateurs étudiés ne se situent pas dans ce contexte sans précédent d'emballlement, d'urgence et d'appel à la sobriété - ils avaient plus de choix alors qu'aujourd'hui dans son dernier rapport de synthèse, le GIEC<sup>15</sup> nous alerte sur « *la fenêtre qui se ferme rapidement* » et nous appelle à un sursaut immédiat. D'autre part, ces travaux et ceux

---

<sup>14</sup> Quantité Critique pour La Croix juin 2021

<sup>15</sup> GIEC « *Climate change 2023 Synthesis Report, Summary for Policymakers*

se référant à la sobriété portent jusqu'à présent majoritairement sur des adultes de tous âges (e.g. Ben Kemoun, 2022 ; Collin-Lachaud et *al.*, 2022 ; Gorge et *al.*, 2015 ; Guillard, 2023 ; Kolli, 2022) ou des enfants et des adolescents (e.g. Gentina et Muratore 2012 ; Schill et *al.*, 2020)

Afin de mieux appréhender le vécu des jeunes éco-concernés nous proposons de nous inscrire dans le courant de la *Grounded Theory* (Glaser et Strauss, 1967) organisé autour d'un processus itératif fait d'allers-retours entre la théorie et le terrain qui nous a permis de délimiter graduellement notre objet de recherche et d'assurer la validité des résultats. En nous appuyant sur cette théorie, nous avons suivi une démarche inductive et émergente d'analyse par théorisation ancrée (Paillé, 1994) pour produire des résultats en étroite correspondance avec les données issues de la méthodologie qualitative multi-méthodes adoptée. Nous avons en effet triangulé les méthodes et les données (Caillaud et Flick, 2016 ; Dumez, 2021) en collectant à la fois des données secondaires, en menant une observation en ligne et en conduisant une série de 45 entretiens, d'abord exploratoires puis en profondeur. Ce corpus très riche nous a permis de nous placer à différents niveaux d'observation et d'adopter trois focales différentes adossées aux échelles d'observation des Desjeux (2004) : l'échelle micro-individuelle nous donne à voir les attitudes, motivations et comportements individuels, l'échelle micro-sociale nous plonge dans les dynamiques de la socialisation quand l'échelle méso-sociale qui nous donne à observer les interactions entre les acteurs, nous projette dans l'avenir.

Nous menons cette thèse en sciences de gestion et si les enjeux de cette recherche semblent d'abord sociétaux, ils sont en réalité d'une grande importance également en marketing et en management. Notre discipline est à la croisée des chemins et la communauté des chercheurs et praticiens doit la conduire à se réinventer (Collin-Lachaud et N'Goala, 2023 ; Volle et Schouten, 2022) et peut-être envisager qu'elle puisse disparaître (Rémy et Roux, 2022). Mieux connaître ces jeunes éco-concernés, qui restent toutefois des consommateurs, c'est se donner les moyens de les accompagner dans leur démarche de sobriété mais aussi une façon de revoir une partie des fondamentaux de la discipline pour les orienter vers un marketing bas carbone dédié au bien-être et à la transparence, un marketing plus durable qui prenne en compte « *les conséquences sociales et environnementales des activités économiques* » (Volle et Schouten, 2022 p.5). Ces jeunes sont les clients des entreprises mais constitueront aussi demain leurs forces vives. Ils sont demandeurs de nouvelles normes, de sens et de valeurs proches des leurs (Gentina et *al.*, 2022). Les organisations doivent s'y adapter et anticiper comment y répondre à

mesure que se feront les renouvellements générationnels. Enfin, nous ne pouvons pas, en tant qu'enseignante, ne pas nous interroger sur le rôle que l'éducation formelle (l'école, le collège, le lycée, l'université) doit jouer dans la socialisation aux comportements pro-environnementaux, à la nature et à la manière de ce qu'elle doit transmettre (Hétier et Wallenhorst, 2023).

Pour répondre à notre problématique et exposer plus en détail nos choix théoriques et méthodologiques qui vont permettre d'aborder ces enjeux, nous avons articulé ce document dans l'objectif d'en donner une lecture la plus claire possible.

**Ce travail de recherche doctorale est structuré en trois parties et huit chapitres.**

La première partie est consacrée à la revue de littérature centrée sur les deux concepts clés de cette recherche. Nous nous sommes intéressée dans le contexte de l'Anthropocène aux nécessaires mutations à la fois au niveau macro-économique et au niveau du comportement des citoyens-consommateurs. Notre étude porte sur les limites du modèle de société consumériste et évoque les éléments qui pourraient favoriser une bifurcation écologique. À partir de la littérature disponible nous évoquons la proposition de la décroissance et cherchons à définir les composantes essentielles de la sobriété et des courants de recherche apparentés (chapitre 1). En cherchant à comprendre comment sont façonnés les individus pour devenir des êtres sociaux, nous nous sommes ensuite penchée sur les mécanismes de la socialisation. Nous en avons étudié les lectures piagétienne et des différents courants de la sociologie. Notre réflexion nous a conduit à examiner comment s'opère la socialisation à la consommation et plus spécifiquement encore aux comportements pro-environnementaux (chapitre 2).

La seconde partie de cette thèse se concentre sur la méthodologie de la recherche déclinée en deux chapitres. Nous avons dans un premier temps défini notre positionnement épistémologique et nous justifions par notre objectif de compréhension de la réalité des acteurs tels qu'ils l'envisagent une posture interprétative. Nous positionnons notre recherche dans le courant de la *Grounded Theory* pour construire notre objet de recherche qui s'ancre dans un terrain très particulier, celui des jeunes éco-concernés que nous avons tenté de délimiter (chapitre 3). Nous avons ensuite décrit les différentes méthodes de collecte de données mobilisées dans le cadre de notre approche qualitative multi-méthodes et justifions le recours à un échantillon orienté pour recruter les informants dont nous avons établi des portraits. Nous décrivons ensuite comment nous avons procédé pour analyser nos données simultanément à

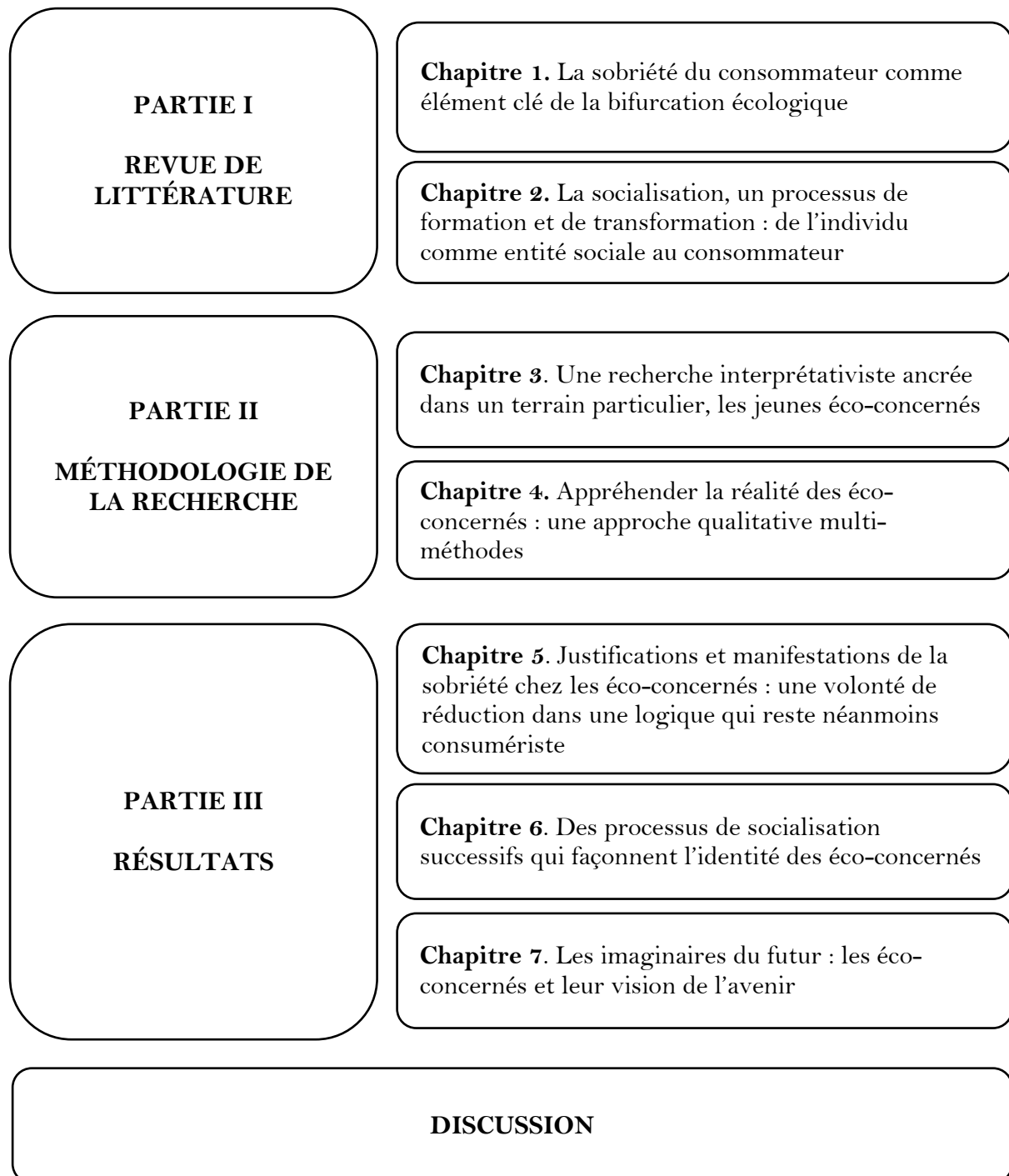
leur collecte et précisons comment nous répondons aux critères de validité de la recherche (chapitre 4).

La troisième partie comprend trois chapitres de résultats déclinés selon trois échelles d'observation (Desjeux, 2004). Nous avons débuté avec l'analyse des justifications et les manifestations de la sobriété chez les éco-concernés. Dit autrement, nous avons mis au jour quelles étaient leurs préoccupations, leurs motivations à moins consommer et comment cela se traduisait dans leurs pratiques (chapitre 5). Nous avons ensuite analysé les processus de socialisation qui ont conduit ces jeunes à changer leurs modes de vie. Au travers de l'analyse de leurs cheminements nous identifions quelles sont les instances à l'œuvre et quels effets cette socialisation produit en termes d'attentes et de relations aux autres (chapitre 6). Enfin, nous explorerons comment nos informants considèrent l'avenir sous trois dimensions : les modes d'actions à privilégier pour convaincre les non-concernés, leur avenir personnel puis celui de la société (chapitre 7).

Nous terminerons ce manuscrit par une discussion à partir des résultats obtenus. En mettant en parallèle la littérature existante et nos propres conclusions, nous discutons plus précisément des contributions de cette recherche et en détaillerons les implications sociétales, pour l'éducation et managériales.

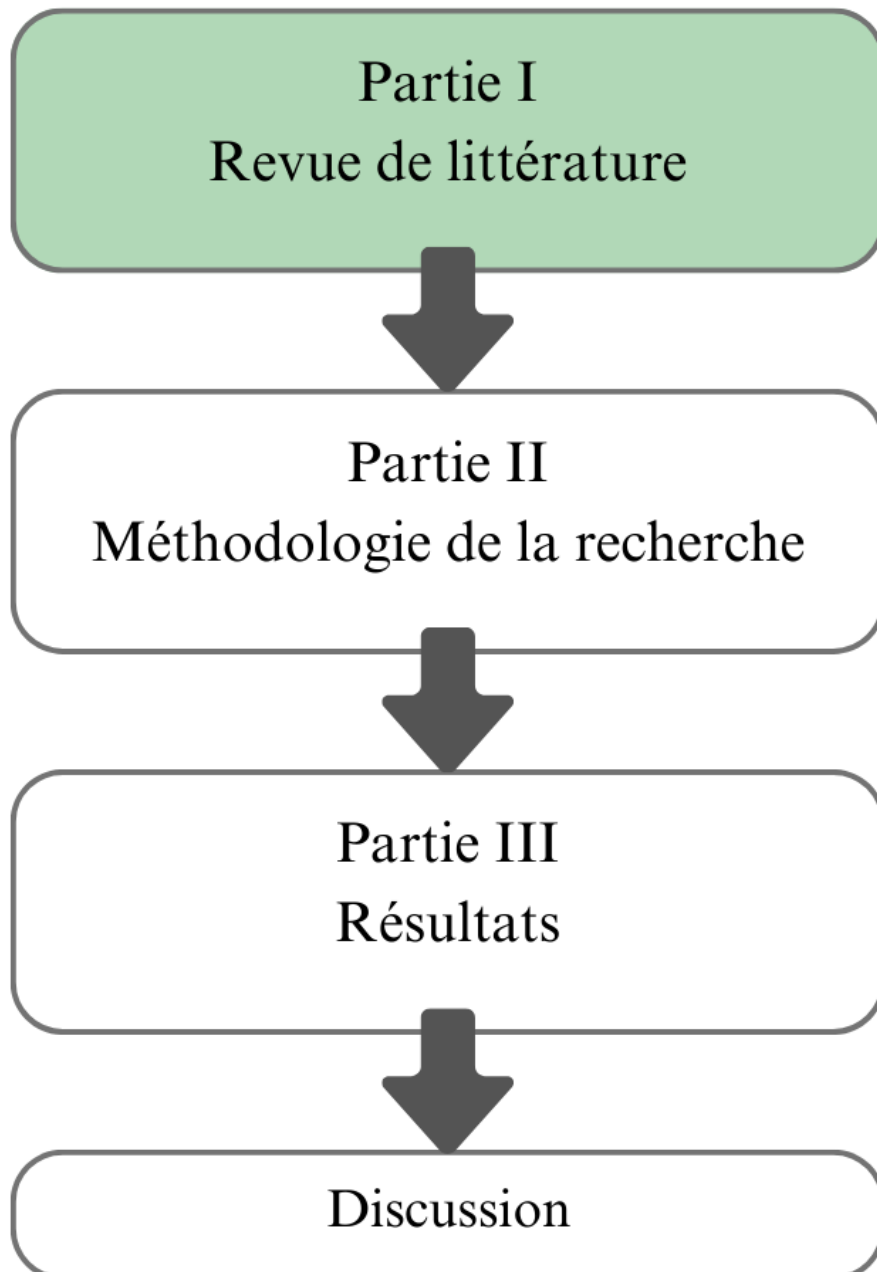
La conclusion générale nous amènera en dernier lieu à souligner les apports, les limites et voies de recherches de cette recherche doctorale.

## Plan général de la thèse





## Partie I. Revue de littérature



## **Introduction de la partie I**

À l'heure de l'Anthropocène, la société post-moderne est amenée à connaître de profondes mutations où les dynamiques de consommation et les interactions sociales vont jouer un rôle central. Nous allons, dans cette première partie consacrée à notre cadre conceptuel, nous intéresser à la manière dont la recherche académique traite de deux concepts que nous souhaitons interconnecter dans notre travail doctoral et qui en seront les piliers.

Le premier chapitre se penche sur la remise en question du paradigme social dominant (Kilbourne *et al.*, 1997) qui s'appuie sur la croissance perpétuelle de l'économie et définit l'individu à travers sa consommation. Nous explorerons pourquoi ce modèle montre aujourd'hui ses limites et comment sa perpétuation a contribué au franchissement des limites planétaires. Au niveau macro-économique nous nous pencherons sur une proposition de solution telle que la présentent les tenants de la décroissance et tenteront d'en préciser les objectifs et la teneur. Au niveau individuel et collectif c'est aujourd'hui la sobriété qui occupe le devant de la scène et bien que cette idée soit depuis quelque temps fortement plébiscitée, elle apparaissait dès l'Antiquité dans les écrits évoquant la modération. Nous verrons pourquoi la sobriété est redevenue un concept clé et quelles sont les définitions que la littérature, et notamment celle en marketing, en donne. Nous nous attarderons sur les différentes formes qu'elle peut emprunter dans la consommation, lorsqu'elle est volontaire : sobriété matérielle, sobriété énergétique et sobriété numérique. Comme la littérature en marketing n'a pas toujours fait appel au concept de sobriété pour étudier des approches moins consuméristes, il existe différents courants dont les racines conceptuelles sont proches sur lesquels nous avons choisi de nous concentrer comme l'anti-consommation ou la consommation socialement responsable.

L'un des objectifs de cette recherche doctorale est d'éclairer les dynamiques qui sont à l'œuvre lorsque des individus décident d'adopter des comportements de consommation plus sobre pour des raisons écologiques. Nous souhaitons ainsi mieux déterminer comment ils ont acquis les valeurs environnementales qui motivent ces choix.

Par conséquent, le deuxième chapitre de cette première partie sera consacré à la socialisation, processus fondamental par lequel les individus acquièrent les normes, valeurs, comportements et compétences nécessaires pour s'intégrer à la société (Dubar, 2022). Nous explorerons à travers l'étude de l'approche piagétienne centrée sur les stades de développement cognitifs et de trois approches majeures en sociologie qui placent l'individu au cœur de différentes influences externes, comment la société façonne l'identité sociale des individus. Nous



aborderons la socialisation dans le contexte de la consommation en examinant comment les relations avec les agents de socialisation (parents, école, pairs...) forment les compétences, préférences et habitudes des individus en tant que consommateurs. Nous ferons également un état de la recherche existante dans le registre plus spécifique de la socialisation aux comportements pro-environnementaux.

<b>PARTIE I</b> <b>REVUE DE LITTÉRATURE</b>	<b>Chapitre 1.</b> La sobriété du consommateur comme élément clé de la bifurcation écologique
	<b>Chapitre 2.</b> La socialisation, un processus de formation et de transformation : de l'individu comme entité sociale au consommateur
<b>PARTIE II</b> <b>MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE</b>	<b>Chapitre 3.</b> Une recherche interprétativiste ancrée dans un terrain particulier, les jeunes éco-concernés
	<b>Chapitre 4.</b> Appréhender la réalité des éco-concernés : une approche qualitative multi-méthodes
<b>PARTIE III</b> <b>RÉSULTATS</b>	<b>Chapitre 5.</b> Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste
	<b>Chapitre 6.</b> Des processus de socialisation successifs qui façonnent l'identité des éco-concernés
	<b>Chapitre 7.</b> Les imaginaires du futur : les éco-concernés et leur vision de l'avenir
<b>DISCUSSION</b>	

## **Chapitre 1.**

### **La sobriété du consommateur comme élément clé de la bifurcation écologique**

#### Introduction du chapitre 1

#### Section 1 : Les limites du modèle de société consumériste

##### 1.1 Un paradigme social dominant basé sur la croissance qui menace les écosystèmes

###### 1.1.1 Les effets indésirables du paradigme social dominant

###### 1.1.2 Une remise en question globale du modèle de société consumériste

##### 1.2 Une proposition de solution macro-économique : la décroissance ou le dépassement de la modernité

###### 1.2.1 Un ensemble d'idées et de propositions

###### 1.2.2 La décroissance, une démarche volontaire et planifiée

#### Section 2 : La sobriété du consommateur, origines et pratiques

##### 2.1 Origines et visions de la sobriété

###### 2.1.1 Petite histoire d'une idée

###### 2.1.2 Le progrès technologique comme première piste de réduction des émissions anthropiques

###### 2.1.3 Les méfaits du consumérisme sur le bien-être

###### 2.1.4 La sobriété un concept en cours de définition

##### 2.2 Les voies d'accès à la sobriété

###### 2.2.1 La sobriété énergétique

###### 2.2.2 La sobriété matérielle

###### 2.2.3 La sobriété énergétique

###### 2.2.4 Les freins à la sobriété

##### 2.3 Des courants de recherche aux racines conceptuelles proches

###### 2.3.1 Les deux courants les plus documentés de la littérature marketing : anti-consommation et consommation socialement responsable

###### 2.3.2 Les autres courants proches de la sobriété

#### Conclusion du chapitre 1

## Introduction du chapitre 1

Le caractère non soutenable de nos modes de vie est dénoncé par un nombre croissant de chercheurs depuis plusieurs décennies (e.g. Georgescu-Roegen, 1979 ; Kilbourne, et al., 1997 ; Latouche, 2019 ; Tanner et Kast, 2003 ; Wallenhorst, 2019). La compatibilité de notre système économique fondé sur la croissance au regard de la réalité environnementale est de plus en plus controversée. Il est en effet désormais confirmé que la pression exercée par nos besoins de croissance et de consommation sur la biosphère dépasse ce que notre environnement est capable de supporter. En effet, chaque année la date du « jour du dépassement » – date à laquelle l’humanité a consommé toutes les ressources que la Terre peut régénérer en une année – avance : 29 décembre en 1970, 2 août en 2023<sup>16</sup>. Ainsi, l’humanité consomme l’équivalent de 1,7 planète chaque année, et, si le mode de vie occidental se généralisait cela serait 2,7 planètes pour vivre comme un Français et 6 comme un Américain<sup>17</sup>.

Par conséquent, selon Lepesant<sup>18</sup>, à l’ère de l’Anthropocène, « *tout membre de l’humanité doit se penser et se sentir co-responsable des cadres écologiques dans lesquels s’inscrivent nos vies en société* ».

Pour Bonneuil (2021) également, les sociétés humaines sont collectivement responsables, mais oublient de faire le lien entre leurs modes de vie et l’état de la planète : « *La foi dans une croissance indéfinie repose en effet sur un déni de la finitude de notre planète et sur le projet d’un détachement des activités économiques de tout ancrage dans, et de toute limitation par la nature* » (ibid. p.235).

De la même manière, le troisième volet du rapport du GIEC, paru en avril 2022, dédié aux solutions pour limiter les méfaits de la crise climatique vient souligner **les impasses de nos systèmes économiques**. Pour la première fois il consacre un chapitre entier à la sobriété qu’il définit comme étant<sup>19</sup> : « *un ensemble de mesures et de pratiques quotidiennes qui permettent d’éviter la demande d’énergie, de matériaux, de terres et d’eau tout en assurant le bien-être de tous les êtres humains dans les limites de la planète* » (IPCC, 2022). Parmi les solutions évoquées par les experts **la sobriété figure donc en bonne place** et des actions tant au niveau collectif qu’individuel lui sont associées. Les acteurs d’une bifurcation écologique ou – pour reprendre le terme de Méda – d’une *reconversion écologique de nos sociétés* (Méda, 2021a

---

<sup>16</sup> Date calculée par l’ONG Global Footprint Network <https://www.footprintnetwork.org/our-work/earth-overshoot-day/>

<sup>17</sup> generationecologie.fr

<sup>18</sup> « *S’émanciper du tout-économique* », Michel Lepesant. Le Monde 28/09/21

<sup>19</sup> Zéro Waste France

p.71) vers davantage de considération des limites planétaires devront être les pouvoirs publics mais également les citoyens-consommateurs eux-mêmes.

Pour de nombreux auteurs, choisir la voie de la reconversion c'est remettre en question, au moins en partie, les fondements du capitalisme. Pour Bonneuil et Fressoz (2016) par exemple, c'est un long processus historique d'accumulation de capital et d'édification de toute « *une technostucture orientée vers le profit* » (*ibid.* p.247), qu'ils nomment « âge du capital » ou « Capitalocène », qui a entraîné le monde dans l'Anthropocène. L'essence du capitalisme étant la propriété privée et la valorisation des intérêts individuels, les éléments de la nature sont par conséquent traités comme des ressources commerciales, sans signification autre que celle de marchandises (Pellizzoni, 2011).

Pour Rosa (2020), le système culturel s'est en effet construit sur la volonté de rendre la totalité du monde *disponible*. Il se matérialise dans l'injonction impérieuse de la croissance économique et de l'accélération technique et selon Rosa, ce mouvement perpétuel a atteint ses limites dans la mesure où « *[le monde] se révèle à la fois menacé et menaçant, et donc au bout du compte, constitutivement indisponible* » (*ibid.* p.27).

Ce paradigme social dominant de nos sociétés occidentales fondé sur la croissance (Kilbourne, et al., 1997 ; Laurent, 2019b ; Méda, 2021a ; Morin, 2016) entretient et encourage des systèmes basés sur la consommation de masse et le gaspillage des ressources (Villalba, 2023). Mais ce modèle se trouve aujourd'hui à un seuil critique car, outre les conséquences néfastes sur l'environnement, il peine à assurer le bonheur et l'épanouissement promis aux individus par le capitalisme et le néolibéralisme contemporain (Cabanas et Illouz, 2018 ; Fromm, 1978 ; Lipovetsky, 2003 ; Moati, 2017). Notre époque connaît, tel que l'a exprimé Edgar Morin, une « *impasse civilisationnelle* » (Morin, 2016 éd. 2020 p.64).

Face à ces constats, différentes réponses sont envisagées. Depuis les années 2000 un courant minoritaire prône de cesser de rechercher la croissance et de réduire à tous les niveaux de la société la production et la consommation. Ce mouvement de la décroissance (Latouche, 2010 ; Parrique, 2019) s'il est souvent critiqué pour son manque de précision connaît toutefois un écho encore minoritaire mais grandissant dans la société et auprès des défenseurs de l'écologie. Il est surtout plébiscité pour son volet individuel qui encourage à s'interroger sur les changements nécessaires dans nos modes de vie. Ce mouvement remet au goût du jour une notion ancienne de modération et de tempérance : la sobriété. Encore peu étudiée en tant que telle (Kolli, 2022), elle est cependant implicitement présente dans différents courants de recherche depuis le début des années 70 (*e.g.* consommation responsable, simplicité volontaire, anti-consummation...) et

connâit un essor plus récent dans la recherche en marketing (*e.g.* Collin-Lachaud et *al.*, 2022 ; Guillard, 2019, 2021 ; Hémar-Nicolas et Hedegaard, 2023 ; Rémy et Roux, 2022 ; Vaal, 2022).

Ainsi, dans ce premier chapitre esquissant notre cadre conceptuel, nous évoquerons comment la consommation qui a acquis une dimension centrale dans nos sociétés doit s'orienter vers davantage de sobriété pour s'ajuster aux capacités limitées des ressources terrestres (Villalba, 2023). Nous aborderons dans un premier temps le fonctionnement de nos sociétés consuméristes et leurs limites auxquelles le mouvement de la décroissance tente d'apporter des réponses macro-économiques (section 1). Nous étudierons ensuite dans une deuxième partie la notion de sobriété : son histoire dans la pensée occidentale et comment elle peut se matérialiser aujourd'hui. Nous nous intéresserons également aux différents courants de la littérature qui en dessinent les contours pour terminer par les freins qui en restreignent l'adoption (section 2).

## Section 1 : Les limites du modèle de société consumériste

---

Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, la société occidentale est largement dominée par une culture de consommation qui favorise l'accumulation de biens matériels (Baudrillard, 1970 ; Jackson, 2019). Alimentée par la publicité et la culture de masse, cette société consumériste repose sur la croyance que la consommation de biens matériels est le principal moteur de la satisfaction et du bien-être humain (Baudrillard, 1970 ; Morin, 2011).

Afin de garantir un niveau d'expansion compatible avec cette culture de consommation, l'objectif politique majeur des sociétés occidentales est depuis plusieurs décennies d'atteindre des taux de croissance économique les plus élevés possibles (Jackson 2016 ; Latouche, 2007 ; Méda, 2016). La croissance économique est en effet considérée au sein du paradigme social dominant comme étant le reflet du développement général des sociétés modernes. Considérée comme essentielle à la prospérité et au progrès social, elle doit être maintenue en continu pour garantir l'accroissement de la richesse matérielle et du bien-être des populations, la création d'emplois, le financement des services publics et asseoir la puissance des États (Comélieu, 2006 ; Méda, 2016, 2021b ; Schmelzer, 2015).

Ce modèle de société épuise les ressources naturelles de la planète et exploite certaines populations (Gorge et *al.*, 2015 ; Meadows et *al.*, 1972) car ce « *fétichisme de la croissance* » (Latouche, 2007) a conduit à innover à des rythmes toujours plus effrénés et a fait de la société post-moderne une société d'accélération sociale, technique et plus généralement d'accélération des rythmes de vie (Jonas, 1990<sup>20</sup> ; Rosa, 2012).

Afin d'approfondir ces différentes thématiques, cette section aura par conséquent pour objectifs :

- de montrer comment la littérature traite des limites écologiques du modèle de société consumériste au travers de la mise en lumière des externalités négatives qu'elle produit pour l'ensemble des écosystèmes, humains et non humains,
- d'étudier de quelle façon le mouvement de la décroissance envisage de nouvelles voies pour sortir de ce modèle mortifère pour l'environnement.

---

<sup>20</sup> « *Le Principe de Responsabilité : une éthique pour la civilisation technologique* » Insel Verlag, 1979, traduit en France en 1990. Nous nous référerons dans nos citations à l'édition française de 1995 rééditée en 2013.

## 1.1 Un paradigme social dominant basé sur la croissance qui menace les écosystèmes.

L'indicateur de référence pour mesurer la croissance des économies nationales est le PIB (Produit Intérieur Brut) qui s'appuie sur trois piliers : une logique individualiste issue des théories fondatrices d'Adam Smith, une obsession productiviste et une place prépondérante accordée aux mécanismes du marché (Comélieu, 2006). La combinaison de ces caractéristiques a pour vocation de permettre d'accroître la richesse, notamment individuelle, et engendre une dépendance à l'augmentation de la consommation, de la production et du commerce extérieur (Comélieu, 2006 ; Morin, 2011 ; Schmelzer, 2015). En effet, dans les conditions actuelles, des domaines sociétaux centraux tels que l'emploi, l'éducation et les systèmes de sécurité sociale et de retraite dépendent de la croissance économique (Méda, 2016). Par conséquent, **le paradigme social dominant entretient l'idéologie de la consommation**, la définit comme norme de bien-être (Gorge et al., 2015 ; Kilbourne et al., 1997) et de garantie de l'existence des institutions (Bauman, 2003 ; Méda, 2021b).

### 1.1.1 Les effets indésirables du paradigme social dominant

La vision actuelle du progrès social est ainsi basée sur la multiplication des besoins matériels et l'accumulation de biens (Jackson, 2019 ; Kilbourne et al., 1997). C'est pourquoi, à toujours s'obstiner à rechercher cette croissance, nous sommes passés d'un système où il était nécessaire de produire pour consommer à un fonctionnement où il faut consommer pour entretenir l'activité économique et les emplois (Baudrillard, 1970 ; Caillé et al., 2014 ; Morin, 2011 ; Pelt et al., 2009). Notre société est devenue *liquide* c'est-à-dire une société dans laquelle l'unique référence est l'individu intégré par son acte de consommation : « *la société contemporaine engage ses membres avant tout en tant que consommateurs [...]. Pour satisfaire aux critères de normalité, pour être reconnu comme un membre authentique, en bonne et due forme, de la société, on doit répondre rapidement et efficacement aux tentations du marché de la consommation* » (Bauman, 2008 p.161).

Dès lors, pour perpétuer ce mythe de l'abondance, la société doit stimuler la demande de façon incessante, entretenir le désir de consommer et plus encore un désir « *volatile et éphémère, évasif et capricieux* » (Bauman, 2001 p.13) car comme le précise Baudrillard (1970) : « *La société de consommation a besoin de ses objets pour être et plus précisément elle a besoin de les détruire.* » (Baudrillard, 1970 éd. 2012 p. 69). Le gaspillage est ainsi devenu le moteur de l'activité économique. Il est entretenu par le marketing et la publicité qui encouragent au



renouvellement des objets vite dépassés, au vieillissement accéléré et à l'obsolescence programmée (Baudrillard, 1970 ; Bauman, 2001 ; Latouche, 2019).

**Environ deux tiers des émissions mondiales de gaz à effet de serre sont ainsi directement et indirectement liées à la consommation** des ménages (Ivanova et *al.*, 2020). En effet, la croissance économique moderne est alimentée par la consommation massive d'énergies primaires disponibles dans la nature et ne nécessitant pas de transformation : énergies fossiles, combustibles nucléaires, bois, eau, etc.... Au rythme d'accroissement que connaît l'économie mondiale depuis 70 ans, elle devrait peser 200 fois plus d'ici la fin du siècle qu'en 1950 (Jackson, 2019). Ainsi, cette consommation, constituée à 80% d'énergies fossiles non renouvelables, a quadruplé en 50 ans entraînant des émissions de gaz à effet de serre qui altèrent l'écosystème et engendrent un dérèglement climatique qui menace la civilisation humaine de risques existentiels (Li, 2020).

Pour y remédier des politiques environnementales volontaristes et radicales sont nécessaires. Cependant, leur mise en œuvre est le plus souvent entravée par les préoccupations économiques et les résistances politiques (Fremstad et Paul 2022 ; Porter et Van der Linde, 1995 ; Stiglitz, 2009). Associées dans les esprits à une forme de régression (Liegey, 2021b), elles sont le plus souvent perçues comme une forme de menace pour la croissance et le progrès (Boiral, 2005 ; Kozluk et Zipperer, 2014). Elles sont en outre considérées comme susceptibles d'engendrer la confrontation de priorités concurrentes au niveau des entreprises et des individus et être à l'origine de fortes contestations (comme l'atteste le mouvement récent des « gilets jaunes<sup>21</sup> » : « *fin du monde et fin du mois* » (Gollier, 2022<sup>22</sup>). Ainsi, pour amorcer une transformation socio-écologique indispensable et contourner les obstacles à l'action climatique, les mesures envisagées doivent être déconnectées des impératifs de volumes de production (Kozluk et Zipperer, 2014 ; Méda, 2021b ; Sinaï, 2021).

Il apparaît dès lors très nettement que des changements dans nos modes de vie et de consommation sont indispensables pour entreprendre un changement de trajectoire, la redirection écologique profonde que réclame l'épuisement des ressources de l'environnement (Alfredsson et *al.*, 2018 ; Bengtsson et *al.*, 2018 ; Bonneuil et Fressoz, 2016 ; Jackson, 2005 ; Perret, 2018 ; Testot et Wallenhorst, 2023).

---

<sup>21</sup> « *La sobriété est un enjeu de justice et de solidarité, avec les "gilets jaunes" hier ou les Ukrainiens aujourd'hui* » Entretien avec B. Villalba Le Monde 17/03/22

<sup>22</sup> <https://www.college-de-france.fr/agenda/cours/fin-du-mois-et-fin-du-monde-comment-concilier-economie-et-ecologie>.

Pour Bourg (2020), en outre, avec l'entrée dans l'Anthropocène, **il n'est plus envisageable de séparer les questions écologiques des questions d'inégalités**. Le programme pour le Développement des Nations Unies (PNUD) tire le même constat dans son rapport de 2022 consacré à la sécurité humaine<sup>23</sup>. D'une part la croissance a favorisé les populations et les individus de manière inégale, les revenus sont aujourd'hui plus inégaux qu'à tout autre moment depuis le milieu du 20<sup>ème</sup> siècle (Piketty, 2021 ; Piketty et Saez, 2014). Le paradigme croissanciste fortement axé sur la croissance économique et beaucoup moins sur le développement humain a en effet entraîné des inégalités de plus en plus flagrantes (Bourguignon, 2017 ; Meadows et *al.*, 1972) et une concentration des richesses (Flipo, 2017 ; Piketty et Saez, 2014 ; Vaal, 2022). En moins d'un demi-siècle, les 1% les plus riches de la planète ont plus que doublé leur part de revenu et la moitié la plus pauvre de la population mondiale gagne moins de 7 % du revenu total (PNUD, 2022). D'autre part, la limitation des ressources exacerbe les inégalités sociales qui entravent l'accès aux ressources naturelles ou les possibilités de les exploiter pour en vivre. Les populations les plus défavorisées et les plus vulnérables dans tous les pays du monde sont en outre davantage exposées aux nuisances environnementales, et la notion d'« inégalités environnementales » a vu le jour depuis le début des années soixante-dix et la naissance de l'écologie politique (Bourg, 2020 ; Brulle et Pellow, 2006).

Le monde voit l'augmentation rapide de sa population globale (8 milliards d'habitants en 2022 contre 4 milliards en 1974 soit un doublement en moins de 50 ans<sup>24</sup>) et notamment dans des pays en développement qui aspirent à l'abondance par la consommation (Bonneuil et Fressoz, 2016 ; Martucelli, 2014 ; Morin, 2011 ; Stiglitz, 2012). Les menaces environnementales, les effets psychologiques et les enjeux sociétaux – parmi d'autres effets indésirables – induits par le consumérisme sont ainsi amplifiés de manière inédite et à partir du modèle des pays hautement industrialisés étendus à l'ensemble de la planète. À mesure que les sociétés s'enrichissent, elles tendent à passer d'une consommation tournée vers la satisfaction des besoins fondamentaux (se nourrir, se protéger, se vêtir...) au consumérisme à forte dimension symbolique qui encourage des niveaux de consommation toujours plus élevés constitués en outre d'une part importante de consommation ostentatoire (Baudrillard, 1970 ; Bonneuil et Fressoz, 2016 ; Etzioni, 2004). Si l'on peut comprendre les aspirations légitimes des pays

---

<sup>23</sup> « Nouvelles menaces pour la sécurité humaine à l'ère de l'Anthropocène : une plus grande solidarité s'impose » Rapport Spécial 2022

<sup>24</sup> Ined Institut National d'Études Démographiques

émergents à accéder au confort et au plaisir par la consommation, « *il est particulièrement opportun de réexaminer les objectifs et les modes de vie des sociétés capitalistes matures* » (Etzioni, 2004 p.408).

### ***1.1.2 Une remise en question globale du modèle de société consumériste***

La critique du consumérisme n'est pas nouvelle mais consubstantielle de son développement. Le malaise concernant l'objectif global des économies capitalistes d'atteindre des niveaux toujours plus élevés de consommation est en effet présent depuis le début de l'industrialisation (Dubuisson-Quellier, 2018). On observe cependant un nombre toujours plus important de mouvements en faveur de solutions alternatives depuis la fin du 20<sup>ème</sup> siècle. (Bonneuil et Fressoz, 2016 ; Bossy, 2014 ; Etzioni, 2004 ; Méda, 2016 ; Moati, 2020) même si comme l'affirme Méda (2016) : « *la critique de la consommation reste un exercice difficile* » (*ibid.* p.293).

Néanmoins, outre leurs préoccupations concernant l'épuisement des ressources, les Français se montrent de plus en plus critiques vis-à-vis de l'*utopie consumériste* qui consiste à accumuler des biens pour aspirer au bonheur, (Lipovetsky, 2003 ; Moati, 2020). Cette recherche du bonheur est une valeur centrale, un imaginaire sur lequel s'est constituée la société de consommation et s'incarne dans l'accumulation d'objets (Baudrillard, 1970 ; Villalba, 2022) et le nombre toujours plus important de besoins à satisfaire (Lipovetsky, 2003 ; Morin, 2011). Ainsi cette quête apparaît de plus en plus vaine et d'ailleurs dès 1970, Baudrillard considérait que « *c'est une pensée magique qui régit la consommation (...) l'affluence n'est en effet que l'accumulation des signes du bonheur* » (Baudrillard, 1970 éd. 2012 p.28).

La relation entre les indicateurs économiques dans les sociétés économiquement développées (revenu, possessions matérielles) et le niveau de bien-être (qualité de la vie) apparaît en effet plus complexe qu'aux siècles précédents (Pancer et Handelman, 2012). Ainsi, le bonheur d'une population déjà riche dans l'ensemble peut-il s'accroître à mesure que son niveau de richesse augmente (Jackson, 2019) ? Il semblerait en effet **qu'au-delà d'un certain niveau de confort la hausse de la consommation matérielle ne s'accompagne pas d'une élévation du niveau de bonheur** (Burroughs, 2012 ; Burroughs et Rindfleisch, 2002 ; Lee et Ahn, 2016 ; Schmelzer, 2015). Le paradoxe d'Easterlin notamment remet en cause le lien entre richesse et bonheur. Cet économiste et démographe a démontré dans les années 70 qu'au-delà d'un certain niveau de richesse le bien-être ne s'élève plus avec l'augmentation des revenus. Lorsque les besoins de la

vie courante sont satisfaits et que l'argent permet de régler les problèmes, le bonheur que nous tentons d'atteindre par la consommation est éphémère (Easterlin, 1974 ; Easterlin et *al.*, 2010). Ce phénomène est semble-t-il dû à deux facteurs identifiés par Chancellor et Lyubomirsky (2014) :

- L'adaptation hédonique : initiée par Brickman et Campbell en 1971, cette théorie s'appuie sur la notion d'habitude. Des événements majeurs tels qu'un gain au jeu ou une blessure n'ont qu'une influence temporaire sur le bonheur. Les individus finissent par s'habituer à la nouvelle situation. Ainsi, selon Chancellor et Lyubomirsky (2014) lorsque nous achetons quelque chose, le sentiment agréable procuré par cet achat s'estompe rapidement en raison de son aspect devenu familier à mesure qu'il est utilisé.
- L'évolution des aspirations : lorsque les désirs sont satisfaits, de nouveaux désirs plus importants apparaissent. Baudrillard (1970) a lui-même soulevé ce problème de confusion entre besoin et désir et le caractère infini des aspirations au bien-être (Villalba, 2022).

Une autre explication réside dans un phénomène de comparaison sociale dit d'« utilité relative ». La manière d'estimer son bonheur serait lié au niveau relatif de revenu, c'est-à-dire la comparaison de son revenu avec celui d'un groupe de référence (Clark, 2000). Une croissance générale maintenant les écarts de revenus n'aurait pas d'influence dans l'accroissement du degré de satisfaction. D'autre part, comme nous connaissons depuis plusieurs décennies une stagnation séculaire – les crises économiques successives et plus particulièrement celle de 2008 ont enrayer la croissance – les conditions n'ont pas permis de faire progresser le pouvoir d'achat autant que le souhaiterait le « vouloir d'achat ». Les écarts entre très riches et très pauvres se creusant (Bourguignon, 2018 ; Chancel et Piketty, 2021 ; Piketty, 2021), la médiatisation des vies extravagantes des « happy fews » se diffusant, un sentiment de frustration s'est installé (Liegey, 2021a) et les questionnements sur le bien-fondé de notre modèle et ses dérives se sont généralisés. Pour certains courants de la littérature comme la TCR (*Transformative Consumer Research*) (Mick 2006 ; Mick et *al.*, 2011) l'idée que l'acquisition de biens permet d'accéder au bonheur favorise le sentiment d'insécurité sociale et économique et perturbe la construction identitaire (Gorge et *al.*, 2015).

Un autre axe de critique du consumérisme est la **perte de sens**. « *Le nouveau monde qui a émergé (...) n'est pourtant pas un monde accompli. Les gains énergétiques fabuleux de l'époque industrielle et l'accroissement de la production de biens matériels se sont en partie accompagnés d'un appauvrissement existentiel.* » (Sinai, 2021 p.23). En effet, comme le

soulignent les auteurs de la modernité tardive, ce monde en accélération est facteur d'aliénation (Rosa, 2012), la société est devenue *liquide* (Bardhi et Eckhardt, 2017 ; Bauman, 2001) et tout apparaît précaire, incertain et éphémère. L'homme post-moderne tente de combler le vide existentiel créé par cette société hyper-individualisée et marchandisée avec des possessions mais les vides existentiels ne se combent pas avec des biens (Lipovetsky, 2003, 2006 ; Morin, 2011).

Pour Bauman (2006), la société actuelle, qu'il qualifie de *liquide*, ne permet plus de vivre des expériences déterminantes mais un enchaînement d'essais, d'erreurs et d'expérimentations. « *Le mot d'ordre de notre époque est flexibilité : tout aspect doit être malléable, toute condition temporaire* » (*ibid.* p.150). Le changement est la seule chose permanente et l'incertitude, la seule certitude. Nos positions, décisions et responsabilités sont comme les objets, à *vieillesse rapide, d'une obsolescence quasi instantanée* en permanence passibles d'être mis au rebut d'être *dépassées* par le changement et la nouveauté. Il n'existe alors désormais plus de possibilités de connaître des moments de sécurité et de certitude. Les institutions sociales et les grandes structures de sens (la famille, le travail, la religion) elles-mêmes se liquéfient entraînant l'individu dans un questionnement permanent et douloureux sur sa vraie place et son identité (*ibid.*)

Rosa (2018) évoque quant à lui une perte de *résonance* dans une vie *aliénée*. La résonance est notre mode de relation au monde, une relation de réponse où « *le sujet et le monde (sont) suffisamment ouverts pour se laisser affecter et atteindre* » (Rosa, 2018 p.271). Nous n'entendons plus la voix du monde et nous n'arrivons plus à nous approprier nos propres expériences car nous sommes sous l'emprise des contraintes de l'accélération. Bien que non contraints, nous sommes soumis à l'obligation de *faire des choses* et dominés par des activités de consommation à gratification immédiate et « *nous perdons la sensation qu'il existe quelque chose d'authentique ou de cher à nos yeux* » (Rosa, 2012 p.127). À vouloir rendre le monde disponible, les choses utilisables à force de domination, de contrôle et de maîtrise, les sociétés modernes ont érigé des obstacles à la résonance. La destruction de la nature par son exploitation intensive et son instrumentalisation à des fins consuméristes, serait celle d'une sphère primordiale de résonance apte à nous guider et nous répondre, rendant muet notre rapport au monde (Rosa, 2018, 2020). Le monde deviendrait alors indisponible car planifié avec des perspectives d'avenir peu désirables (Rosa, 2020).

Les critiques récurrentes dont font l'objet la doctrine de la croissance et son aboutissement la société de consommation - que sont notamment l'épuisement des ressources, l'accroissement

des inégalités et la montée des frustrations - ne sont pas portées par les mêmes entités (ONG, mouvements écologiques et politiques, organisations internationales de développement, chercheurs en sciences politiques, économie, psychologie, philosophie, sociologie, et de plus en plus en gestion et plus récemment en marketing ) mais elles font consensus autour de la nécessité de revoir nos modes de vie et de traiter la question de la surconsommation (Laville, 2014 ; Maresca, 2017 ; Rémy et Roux, 2022).

On assiste ainsi dans la société civile de nombreux pays occidentaux à une prise de conscience des problèmes environnementaux et à une volonté de prise de recul par rapport à la société de consommation.

À titre d'exemple, le baromètre de la consommation responsable Greenflex de juin 2023 nous apprend notamment que :

- 60% des Français pensent qu'il est urgent d'agir pour l'avenir de la planète ;
- 93% pensent qu'il faut revoir en partie ou complètement le modèle économique.

Ces résultats sont confortés par ceux de l'Obsoco<sup>25</sup>

- 56% des Français sont d'accord pour dire que la situation est préoccupante et que nous devons changer l'organisation de l'économie pour « consommer moins mais mieux »,
- 64 % d'entre eux estiment que les entreprises n'en font pas assez pour la transition vers un mode de consommation plus responsable.

Comme nous pouvons le constater au travers de ces statistiques, une fraction importante d'individus s'interroge sur la place de la consommation dans leur vie car ils ont pris conscience de l'incompatibilité du modèle consumériste avec les capacités de la planète et donc des conséquences sanitaires, climatiques et environnementales d'un désir insatiable de consommer qui conduit à l'accumulation matérielle (Désaunay, 2021).

De nombreux économistes écologistes défendent que la principale cause du changement climatique est la croissance économique. Considérée dans la plupart des sociétés modernes comme une condition indispensable à la bonne santé des économies, elle est alimentée par la production et la consommation. Cette conception capitaliste atteint aujourd'hui ses limites dans la mesure où les externalités négatives tant au niveau de la biodiversité et de l'épuisement des ressources qu'au niveau des individus se multiplient toujours davantage. L'« économisation du

---

<sup>25</sup> Observatoire Société et Consommation - Observatoire de la consommation responsable 2<sup>ème</sup> édition 2023

monde » a entraîné des progrès manifestes mais ses effets pervers nécessitent de réfléchir à un nouveau paradigme, nous nous proposons d'étudier à présent celui de la décroissance.

## **1.2 Une proposition de solution macro-économique : la décroissance ou le dépassement de la modernité.**

Dans le sillage du rapport Meadows, le mot « décroissance » est prononcé la première fois par André Gorz<sup>26</sup> au cours d'un débat à Paris. Il réapparaît dans la revue lyonnaise *Silence*<sup>27</sup> en 2002 concomitamment à un colloque de l'UNESCO au cours duquel Serge Latouche, anthropologue de l'économie et critique de l'occidentalisation de l'Afrique (Gallissot, 1989), utilise le terme dans ses publications.

### ***1.2.1 Un ensemble d'idées et de propositions***

Les fondements de cette orthodoxie se trouvent dans les écrits de l'économiste et mathématicien américain d'origine roumaine Nicholas Georgescu-Roegen<sup>28</sup> considéré comme le père de la décroissance. Sa démonstration, développée à partir d'une théorie thermodynamique, repose sur la notion d'*entropie* en référence à l'énergie disponible : des ressources naturelles de faible entropie sont transformées en déchets à haute entropie qui dénaturent le biotope et dégradent l'écosystème. Ces matières premières minérales constituent un stock commun fini et non renouvelable, dont l'utilisation hypothèque l'avenir des générations futures. Il se montre de ce fait très critique à l'égard de l'état stable ou stationnaire défendu par John Stuart Mill en son temps et en pointe les limites dans la mesure où il n'implique pas un arrêt total de l'exploitation des ressources : « *L'erreur cruciale consiste à ne pas voir que non seulement la croissance, mais même un état de croissance zéro, voire un état décroissant qui ne tiendrait pas à l'annihilation, ne saurait durer éternellement dans un environnement fini* » (Georgescu-Roegen, 1979 éd. 1995 p.92).

Aujourd'hui le concept de **décroissance** ne peut être encore considéré comme un paradigme bien défini et stabilisé. Il est plutôt à envisager comme **un ensemble d'idées englobant à la fois un domaine de recherche, un mouvement social et un processus** (Khmara et

---

<sup>26</sup> Philosophe et journaliste français, pionnier de l'écologie politique et sociale, il a développé une critique de la « culture croissanciste » qui entraîne l'addiction à la consommation. Il est cofondateur en 1964 du Nouvel Observateur, sous le pseudonyme de Michel Bosquet, Source : Reporterre.net

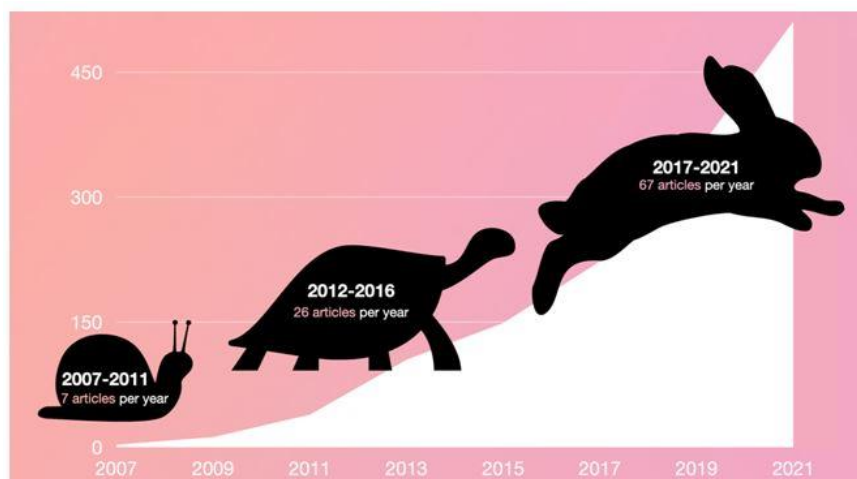
<sup>27</sup> On y parle de « décroissance soutenable » ou « décroissance conviviale »

<sup>28</sup> Nicholas Georgescu-Roegen (1906-1994).

Kronenberg, 2020). La recherche sur la décroissance couvre des champs aussi divers que l'histoire (l'invention du PIB, son hégémonie...), l'économie (comment les économies peuvent-elles vivre sans croissance ?), l'anthropologie et les sciences sociales (les sociétés prémodernes stables, l'adaptation à la stagnation...), la science politique (la démocratie et la décroissance, la dépendance des démocraties libérales à la croissance...) ou encore l'économie écologique (décroissance, utilisation des ressources et bien-être, le rôle des économies d'énergie et de ressources dans l'économie) et l'étude des sciences et techniques (Kallis et *al.*, 2018).

Depuis l'émergence de l'idée de décroissance dans les années 1970 en France, le mouvement de la décroissance s'est amplifié et structuré. Le concept connaît un essor important depuis le début des années 2000 (Fitzpatrick et *al.*, 2022 ; Kallis et *al.*, 2018 ; Weiss et Cataneo, 2017). Les concepts se sont précisés et la littérature s'est étoffée (Hanaček et *al.*, 2020 ; Weiss et Cataneo, 2017) comme l'illustre la figure 1 ci-dessous. Les approches ont intégré des perspectives intersectionnelles qui prennent en considération les inégalités socio-économiques, et notamment dans les relations Nord-Sud mondiales, mais également les questions d'identités de genre et d'ethnicité (Belmonte-Ureña et *al.*, 2021 ; Fitzpatrick et *al.*, 2022).

**Figure 1 - Évolution du nombre d'articles scientifiques parus sur la décroissance depuis 2007 (timotheeparrique.com)<sup>29</sup>**



<sup>29</sup> Avec son aimable autorisation



La décroissance fournit un cadre qui relie des idées, des propositions et des concepts divers. Bien que ses partisans ne soient pas convaincus de l'utilité d'une définition précise, préférant se concentrer sur les objectifs du mouvement (Cosme et al., 2017), l'association académique *Research and Degrowth* sur son blog<sup>30</sup> suggère la définition suivante : « *La décroissance durable est une réduction de la production et de la consommation qui accroît le bien-être humain et améliore les conditions écologiques et l'équité sur la planète. Elle appelle à un avenir où les sociétés vivent dans la limite de leurs moyens écologiques, avec des économies ouvertes et localisées et des ressources réparties plus équitablement grâce à de nouvelles formes d'institutions démocratiques. Ces sociétés n'auront plus à « croître ou mourir ». L'accumulation matérielle n'occupera plus une place de choix dans l'imaginaire culturel de la population. La primauté de l'efficacité sera remplacée par la suffisance, et l'innovation ne sera plus axée sur la technologie pour la technologie, mais sur de nouveaux arrangements sociaux et techniques qui nous permettront de vivre de manière conviviale et frugale. La décroissance ne remet pas seulement en question la centralité du PIB en tant qu'objectif politique global, mais propose un cadre de transformation vers un niveau de production et de consommation plus faible et durable, un rétrécissement du système économique pour laisser plus de place à la coopération humaine et aux écosystèmes* » (Research and Degrowth, 2022). De manière plus concise, la décroissance est définie par les économistes écologiques<sup>31</sup> comme une réduction équitable de la production et de la consommation, accompagnée d'une amélioration du bien-être et des conditions écologiques (Kallis et al., 2018 ; Parrique, 2019 ; Schneider, et al., 2010).

Le terme « décroissance » est utilisé par ses partisans comme un slogan de manière volontairement provocatrice, comme un « *mot obus* » selon l'expression du politologue Paul Ariès (2011) pour détruire un dogme, pour « *pulvériser l'idéologie dominante* » celle du maintien nécessaire de la croissance pour la survie de nos économies. Le mouvement de la décroissance exhorte les sociétés les plus riches à se libérer de l'obsession de la croissance économique pour se diriger vers un modèle de société de post-croissance ou d'« a-croissance » (Abraham, 2015 ; Ariès, 2018 ; Latouche, 2007). La décroissance doit résulter d'une volonté politique, d'un projet de société et non être subie comme pourrait l'être une récession (Latouche, 2019 ; Schneider et al., 2010). De simple slogan militant, la décroissance est devenue un cadre interprétatif pour un mouvement social (Demaria et al., 2013).

---

<sup>30</sup> Degrowth.org / traduction libre

<sup>31</sup> Champ transdisciplinaire né dans les années 1980 qui permet la convergence d'intérêts entre écologistes et économistes. (Etopia.be)

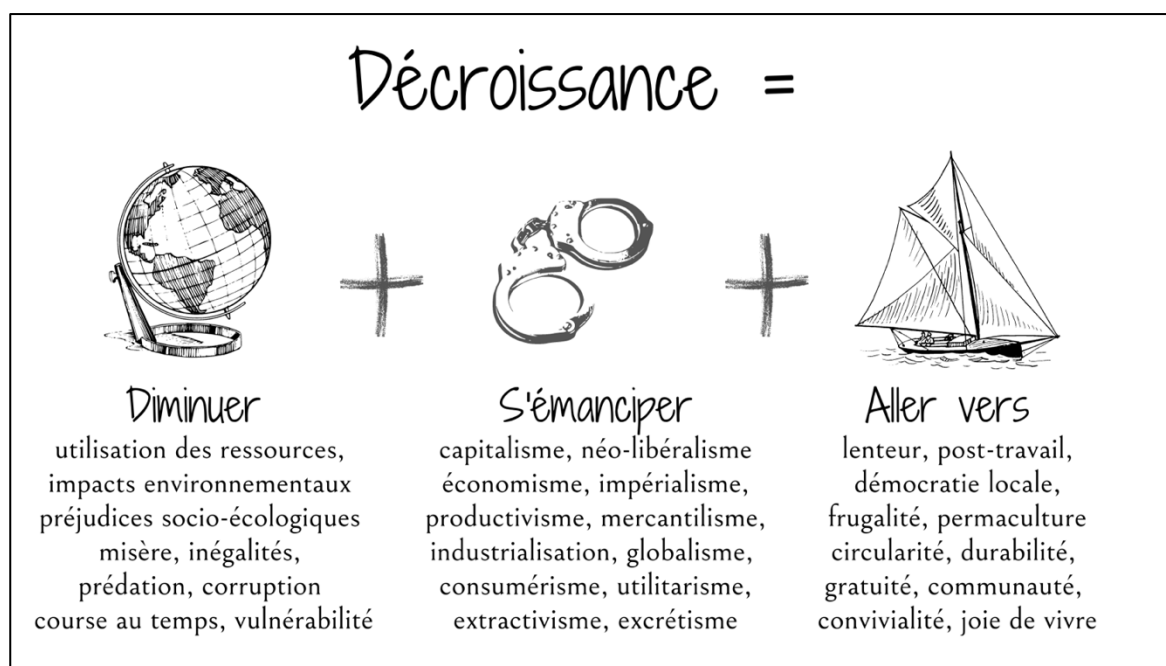
Il s'agit en fait de repenser les normes sociales, de penser la société autrement pour aboutir à une société de consommation « *écologiquement et socialement soutenable* » (Latouche, 2019 p.6), c'est-à-dire « *revenir à un niveau de vie matérielle compatible avec la reproduction des écosystèmes* » (Latouche, 2019 p.9). Choisir la décroissance implique de réordonner les systèmes de valeurs pour que les valeurs économiques cessent d'être centrales afin de changer de paradigme et **sortir du capitalisme, de l'économie de la société de consommation** conduisant à une réduction de l'utilisation des ressources et de l'énergie (Abraham, 2015 ; Kallis et *al.*, 2018 ; Latouche, 2019 ; Rumpala, 2009a).

### ***1.2.2 La décroissance, une démarche volontaire et planifiée***

Le point de départ de la démarche décroissante est **d'adopter de nouvelles règles économiques**, la première d'entre elles étant l'abandon du PIB comme indicateur de référence (Kallis et *al.*, 2018 ; Latouche, 2019 ; Méda, 2021b ; Testot et Wallenhorst, 2023). Le PIB est d'une manière générale une mesure de l'activité globale de l'économie, c'est-à-dire en termes plus précis, de la valeur monétaire des biens et services qui sont produits et consommés au sein d'une nation ou d'une région donnée. La croissance économique a lieu lorsque le PIB augmente - généralement à un taux de croissance donné - dans l'ensemble de l'économie. Les critiques à l'égard de cet étalon universel sont récurrentes et ses limites bien connues, même en dehors des cercles décroissants (Sinaï, 2021). Le PIB est bien souvent présenté comme représentatif du bien-être des populations car il mesure la croissance économique mais il est en réalité inadapté pour mesurer le niveau de vie et, en particulier, il occulte les coûts écologiques et sociaux de la croissance (Latouche, 2019 ; Meda, 2021b). Dans l'évaluation du PIB sont pris en compte tous les flux de biens et de services qu'ils soient nuisibles ou non à l'environnement mais également les moyens mis en œuvre pour lutter contre des externalités négatives comme la pollution, les marées noires ou les catastrophes industrielles, surestimant ainsi la richesse produite et entretenant de ce fait le mythe de l'abondance (Baudrillard, 1970). Le PIB ne prend en outre pas en compte le travail non rémunéré, le bénévolat et ignore la jouissance des biens communs (Kallis et *al.*, 2018 ; Latouche, 2019 ; Lepesant, 2018). De plus en plus de travaux préconisent de choisir d'autres indicateurs valorisant l'utilisation réduite des énergies et des matériaux sans impératif de croissance économique (Martinez-Alier, 2011 ; Sinaï, 2021) et de recourir à des conceptions du bien-être et de la qualité de la vie différentes de celles de la société de consommation (Rumpala, 2018).

Il faut donc construire un système économique différent qui puisse prospérer sans être contraint à une croissance constante. Pour la mise en œuvre d'une société décroissante, les économistes qui y travaillent font consensus autour de l'idée qu'elle ne serait possible qu'en sortant des contraintes de l'économie actuelle, en tentant progressivement de « dé-économiser » la vie sociale (Parrique, 2019), c'est-à-dire contester de façon radicale l'idéologie capitaliste et néo-libérale des systèmes économiques actuels. Il s'agirait donc de sortir du système qui a introduit la rentabilité, le profit et la concurrence dans tous les pans d'une société soumise au diktat d'une croissance constante. La décroissance s'articule en effet autour d'une conception holistique de la société et doit déboucher sur une pluralité d'actions en faveur de la durabilité écologique et de la justice sociale (Sekulova et *al.*, 2013). La figure 2 illustre comment le concept de décroissance permet d'articuler les différentes idées et mouvances qui le constituent : déclin des externalités négatives, émancipation des doctrines économiques pour se diriger vers une société plus juste et favorisant le bien-être dans la simplicité.

Figure 2 - Le concept de décroissance adapté de Parrique (2022)



Latouche (2010 ; 2019) par exemple, propose d'avoir comme objectifs les 8 R vers un « horizon de sens [...] un changement radical de valeurs par rapport à celles de la société de consommation » (Latouche, 2019 p.51) : Réévaluer (changer radicalement les valeurs sur lesquelles repose la société de croissance), Reconceptualiser (redéfinir la richesse et la pauvreté,

l'abondance et la rareté, l'idée de progrès), Restructurer (adapter l'appareil productif et les rapports sociaux), Relocaliser (démondialiser, reterritorialiser et promouvoir les monnaies locales), Redistribuer (la richesse et les habitats à l'intérieur de la société mais aussi entre le Nord et le Sud), Réduire (consommer et produire moins), Réutiliser (prolonger la durée de vie par l'éco conception notamment) et Recycler (créer de nouvelles sources de matières premières).

Pour obtenir une vision plus globale et concrète des idées des partisans de la décroissance - ou objecteurs de croissance comme ils se nomment parfois - nous nous sommes appuyée sur la revue de littérature réalisée par Cosme et *al.* (2017) sur la décroissance qui recense les propositions de déploiement, ou du moins de transition vers une société décroissante. Leur analyse finale porte sur 54 articles de langue anglaise publiés entre 2007 et 2014.

Bien que ce travail présente des limites par son caractère incomplet du fait notamment de l'intensification des publications depuis 2018 (Fitzpatrick et *al.*, 2022), nous avons choisi de toute de même nous y référer pour ses qualités synthétiques. Nous l'avons croisé avec des écrits plus récents et/ou en langue française et par conséquent, nous pouvons établir une synthèse des points clés avancés par les théoriciens des politiques de la décroissance qui s'articulent autour des trois thèmes majeurs :

- Réduire l'impact écologique : le pivot de la lutte contre le réchauffement climatique est le reformatage des habitudes de consommation, une rupture avec nos modes de vie actuels (Abraham, 2015) par une autolimitation de la consommation matérielle et de la production (Fitzpatrick et *al.*, 2022 ; Rumpala, 2018).
- Redistribuer les richesses : l'élément central est l'institution d'un revenu institutionnel garanti et d'un revenu maximum autorisé (Abraham, 2015) pour une répartition plus équitable de la richesse.
- Penser la société autrement : il s'agit de ne plus produire pour gagner de l'argent mais pour uniquement répondre à nos besoins et donc de *marginaliser le salariat* (Abraham, 2015 p.147) par une réduction du temps de travail et la promotion des pratiques communautaires et des circuits économiques courts afin d'élargir et enrichir les liens sociaux, « *moins de biens, plus de liens* » (Rumpala, 2018 p.162).

Le tableau 1 est une reprise en français du tableau de Cosme et *al.* (2017 p. 328-330) dans une version allégée conservant uniquement les propositions 1) les plus couramment étudiées 2) du ressort principalement de l'État et du pouvoir législatif 3) reprises dans la littérature plus récente (e.g. Fitzpatrick et *al.*, 2022 ; Kallis et *al.*, 2023 ; Latouche, 2019 ; Lepesant, 2018).

**Tableau 1 - Analyse sémantique de la décroissance dans la littérature académique** traduit et adapté de Cosme et *al.* (2017)

Réduire l'impact environnemental des activités humaines.	
Consommation	Promouvoir des changements dans les modes de consommation Réguler la publicité Diminuer le nombre d'appareils et le volume de biens utilisés ou consommés par ménage
Conservation écologique	Financer des fonds et des projets pour la conservation de la biodiversité
Pollution	Imposer des plafonds sur les émissions de CO <sub>2</sub>
Production	Réduire la production (à grande échelle, à forte intensité de ressources) Promouvoir l'agriculture biologique et l'agriculture durable
Utilisation des ressources	Plafonner l'utilisation et l'extraction des ressources, la consommation d'énergie et de matériaux Taxer l'utilisation des ressources Investir dans les énergies renouvelables
Commerce	Créer des incitations à la production et à la consommation locales
Redistribuer les revenus et les richesses à l'intérieur des pays et entre eux.	
Accès aux biens et services	Créer un revenu de base/citoyen Promouvoir les monnaies communautaires, les systèmes d'échanges non monétaires et les alternatives de crédit Améliorer la sécurité sociale et l'investissement dans les biens publics pour garantir l'égalité d'accès aux biens et aux services, et protéger ainsi les personnes de la pauvreté et de l'exclusion Créer une garantie d'emploi Promouvoir la reconnaissance et la gestion des biens communs
Équité	Promouvoir une redistribution équitable des ressources par des politiques de redistribution des revenus et des biens en capital Mettre en œuvre des régimes fiscaux redistributifs Promouvoir le transfert des coûts du travail vers le capital. Encourager la réforme des chartes d'entreprise et promouvoir de nouveaux modèles de propriété Créer des plafonds salariaux.
Opportunités socio-économiques	Promouvoir le partage du travail et de l'emploi Créer plus d'emplois dans les secteurs clés
Promouvoir le passage d'une société matérialiste à une société conviviale et participative.	
Développement communautaire, éducation et changement de valeurs	Investir dans la restauration et le renforcement des communautés locales

Démocratie et participation	Renforcer les régimes de possession commune et les institutions coutumières en les faisant reconnaître officiellement par des acteurs extérieurs. Décentraliser et approfondir les institutions démocratiques Promouvoir des systèmes politiques alternatifs et les moyens de les mettre en place
Temps libre	Réduire le temps de travail
Simplicité volontaire et réduction de la consommation	Promouvoir des modes de vie frugaux et décalés. Explorer la valeur des activités non rémunérées et informelles.

La décroissance suppose l'évolution simultanée de l'ensemble des sous-systèmes et leur influence mutuelle qu'ils soient économiques, institutionnels, sociaux, technologiques ou écologiques. Au niveau local, les pratiques des utilisateurs et des institutions se développent conjointement en se renforçant mutuellement (Khmara et Kronenberg, 2020).

Pour Parrique (2021), l'économie de décroissance constitue en réalité une transition vers une économie de post-croissance, c'est-à-dire une économie stationnaire respectant la nature et reposant sur un partage équitable des prises de décision et des richesses.

Comme la plupart des mouvements alternatifs rejetant l'analogie entre croissance et « mieux » (Kallis et *al.*, 2023), le courant de la décroissance fait l'objet de nombreuses critiques et notamment pour son imprécision sur des mesures concrètes et sa radicalité. Il rencontre en outre une forte résistance dans l'imaginaire collectif car il est associé à un retour en arrière, un « retour à l'âge de pierre » ou à « la lampe à huile<sup>32</sup> ».

Aujourd'hui le débat ne se cristallise plus vraiment sur la nécessité ou non de contrôler les émissions de gaz à effet de serre, cet aspect fait désormais consensus (Bayon et *al.*, 2010). Les décideurs et les chercheurs s'interrogent davantage sur les voies à privilégier pour décarboner l'énergie et sur les changements socio-économiques nécessaires à envisager pour une société plus durable (The Shift Project, 2021).

Dans ce domaine, la principale opposition à l'idée de la décroissance vient des tenants de la croissance verte qui misent sur le progrès technique et l'innovation. Pour ces derniers la croissance est nécessaire pour dégager des ressources afin de financer la décarbonation de l'économie et investir dans les énergies renouvelables. Le recours à des investissements publics

<sup>32</sup> Emmanuel Macron Septembre 2020 pour répondre aux oppositions au déploiement de la 5G.

massifs et le développement de l'État providence permettrait une transition juste tout en garantissant les emplois (Mastini et *al.*, 2021). Leurs critiques des idées de la décroissance reposent essentiellement sur des raisons pratiques et le manque de bases économiques (Weiss et Cataneo, 2017). Van den Bergh (2011) s'interroge notamment sur les conséquences d'une chute de la production globale et considère que les relations entre qualité de l'environnement et croissance économique sont plus complexes que ce qu'avancent les théories de la décroissance. Schwartzman (2012) quant à lui pointe l'insuffisance de l'analyse des aspects qualitatifs de la croissance et la focalisation sur l'économie à un niveau local et donc l'incapacité à fournir un programme politique global viable.

Les critiques récurrentes des thèses décroissantistes mettent également en lumière le manque de précision sur un point clé : quelles seraient les limites de consommation et de production envisagées et comment les quantifier ? Les réponses sont souvent évasives (Harribey, 2007 ; Schwartzmann et Engel-Di Mauro, 2019 ; Van den Bergh, 2011). Il est également reproché aux partisans de la décroissance de manquer d'études empiriques sur les effets de la décroissance et l'acceptation par les populations de modes de vie alternatifs (Weiss et Cataneo, 2017). Enfin, la magnification des communautés traditionnelles pose la question de l'étude des phénomènes de domination et d'usurpation constatés historiquement dans les exemples existants (Harribey, 2007).

Les prises de positions idéologiques de la décroissance restent minoritaires mais ce point de vue est intéressant dans la mesure où il encourage à repenser nos rapports à la surabondance et de ce fait à remettre en question les standards de production et de consommation des sociétés occidentales. Il engage décideurs et chercheurs à adopter une posture réflexive et critique à l'égard de la consommation et à redonner aux citoyens-consommateurs leur capacité à agir sur le monde, à retrouver leurs capacités actanciennes (*agency*) (Roux, 2012). L'un des postulats de la décroissance est que toute action, même progressive, allant dans le sens d'une transition vers « moins mais mieux » est à encourager<sup>33</sup>.

D'autre part, la pensée décroissante amène à reconsidérer l'utilisation des indicateurs tels que le PIB pour mesurer le développement et la richesse d'une société et appelle à recourir à des

---

<sup>33</sup> « *La décroissance c'est quoi au juste ? Faut-il en avoir peur ?* » C. Fournier 15/09/2020 Youmatter.world <https://youmatter.world/fr/décroissance-debats-arguments-economie-societe>

mesures alternatives dissociant croissance, développement et exploitation des ressources tout en privilégiant d'autres formes de richesses non matérielles.

Face aux limites écologiques, il ne fait plus aucun doute que les modes de fonctionnement de nos sociétés doivent changer et que les solutions seront d'abord politiques et sociétales. Nous avons souhaité dans cette section montrer les limites du modèle de société de consommation et présenter un type de réponse possible, celui de la décroissance.

Le modèle de société consumériste suivi par la plupart des pays occidentaux et les pays en développement repose sur un paradigme social dominant qui prône une croissance économique permanente et dont l'indicateur de référence est le PIB. Alimentée par la production industrielle, l'agriculture intensive et le développement du numérique, la croissance repose en grande partie sur la consommation. Dépendant majoritairement des énergies fossiles, ce modèle est aujourd'hui contesté car très polluant, épuisant les ressources naturelles et ne contribuant plus en outre au bien-être des populations. Il est, comme nous avons pu le constater dans cette section, notamment fortement remis en question par les partisans de la décroissance. Le paradigme de la décroissance repose sur une rupture avec l'idéologie de la croissance par une réduction planifiée et concertée de la production et de la consommation afin de réduire l'empreinte écologique des émissions anthropiques.

Même s'il n'est pas stabilisé ce paradigme de transition a le mérite de poser des questions cruciales pour l'avenir et trouve en partie un écho dans les comportements individuels de limitation de la consommation que nous allons explorer dans la section suivante.



## Section 2 : La sobriété du consommateur, origines et pratiques

---

Les solutions pour limiter la consommation font l'objet de diverses réflexions d'envergure nationale et internationale depuis les années 1980 et ont fait émerger progressivement **le retour dans l'actualité d'une notion ancienne, celle de la sobriété**. Nous nous attacherons dans cette section à expliquer pourquoi cette notion fait aujourd'hui l'objet d'une réflexion générale et d'un usage politique (Villalba, 2023) puis nous évoquerons différentes acceptions de la sobriété.

Le principe d'adoption d'une démarche de sobriété a été dans un premier temps envisagé dans la sphère énergétique puis étendu à la consommation en général sous la notion de sobriété matérielle et à des champs particuliers de la consommation comme la notion plus récente de sobriété numérique (Cézard et Mourad, 2019). La sobriété est du domaine des pratiques et se décline à l'échelle individuelle et collective, la décroissance revêtant davantage une dimension politique et macroéconomique (Guillard, 2021).

### 2.1 Origines et visions de la sobriété

Évoquée par le dernier rapport du GIEC (IPCC, 2022), la sobriété est de plus en plus souvent mentionnée dans les médias mais elle est encore peu étudiée dans la littérature académique française où les publications utilisant spécifiquement le terme « sobriété » sont très récentes (*e.g.* Collin-Lachaud et *al.*, 2022 ; Guillard, 2019, 2021 ; Hémar-Nicolas et Hedegaard, 2023 ; Kolli, 2022 ; Rémy et Roux, 2022 ; Vaal, 2022). Cette idée et le fait qu'elle puisse être source d'épanouissement existe depuis des siècles mais les pratiques qu'elle suggère trouvent des échos différents selon les époques. Aujourd'hui, elle peut être déclinée dans toutes les sphères de la vie du consommateur.

#### 2.1.1 Petite histoire d'une idée

La question de la sobriété – dans le sens de la modération par opposition à la démesure – n'est pas nouvelle puisque le principe est évoqué dès l'Antiquité. Elle est présente dans la pensée grecque, dans les écrits d'Aristote, Épicure et Sénèque notamment et dans les principales religions sous la forme de tempérance, frugalité ou ascèse (Defontaine, 2020 ; Tignol, 2020, Villalba, 2023). De manière générale, la sobriété fait référence dans ces traditions à un **comportement individuel d'autolimitation** par le contrôle des désirs qui ouvre la voie vers la sagesse et la *tranquillité de l'âme*, bonheur et possessions matérielles ne pouvant être associés (Tignol, 2020). Cette notion est restée longtemps une évidence pour les sociétés soumises aux

contraintes matérielles, géographiques et aux aléas climatiques et sanitaires. « *La lutte pour la survie s'est inscrite durablement dans les esprits, à travers ce que l'on appellera ici une « mentalité de production » : une culture de la frugalité, du travail, de la sobriété et de l'économie* » (Galluzzo, 2020 p.160).

C'est à partir de la fin du 18<sup>ème</sup> siècle avec l'industrialisation et le développement du capitalisme que s'opère un basculement de la pensée occidentale. Se répand alors l'idée que les machines et la science, en exploitant facilement et abondamment les ressources que la Terre a à offrir, vont libérer l'homme des contraintes d'un labeur difficile et peu gratifiant (Tignol, 2020). La modernité du 19<sup>ème</sup> siècle place la sobriété au rang des idées rétrogrades, synonyme de « misère » ou de « retard » (Jarrige et Le Roux, 2020). En effet, les évolutions techniques et économiques ont désenclavé les populations et fait émerger de nouvelles structures de marché dissociant travail productif et acte de consommation. Les marchandises pouvant voyager de plus en plus facilement, « *l'homme s'affranchit radicalement de la nature comme obstacle à son expansion matérielle* » (Galluzzo, 2020 p.14). Les régions agricoles se spécialisent dans des productions destinées à être vendues et les habitants font venir d'ailleurs les produits qui leur manquent. Il n'apparaît plus dès lors nécessaire de se rationner en prévision des saisons difficiles, ce qui était indispensable lorsque la survie dépendait uniquement des productions domestiques et communautaires (Galluzzo, 2020). Le processus, de « *décorrélacion entre la consommation humaine et les ressources de la nature* » s'est amorcé. Il s'amplifiera et transformera profondément et durablement nos modes de vie (Maresca, 2017).

L'idée de sobriété reste marginalisée au cours du 20<sup>ème</sup> siècle et seuls quelques auteurs dont Baudrillard, Illich ou Latouche en dénonçant les dérives de la société de consommation, en portent la voix. Ce n'est qu'à partir des années 1970 que les préoccupations écologiques, véhiculées par le mouvement d'écologie politique et le rapport Meadows commencent à éveiller les consciences aux ravages d'une exploitation débridée des ressources naturelles. La fin des Trente Glorieuses est en outre marquée par plusieurs crises socio-écologiques (chocs pétroliers, crises monétaires, débats sur le nucléaire) qui favorisent la **remise en question des choix effectués au cours des précédentes décennies** en termes de développement technique/technologique et par extension consumériste (Jarrige, 2017). En interrogeant la soutenabilité de la croissance économique, les travaux en sciences de l'environnement offrent à présent « *un terrain favorable aux propositions de modération de la production et de la consommation* » (Cézard et Mourad, 2019 p.9).

### ***2.1.2 Le progrès technologique comme première piste de réduction des émissions anthropiques***

Dans un premier temps cependant, si l'idée qu'il véhicule rencontre toujours davantage de partisans, le terme « sobriété » est très peu mentionné tant par les politiques que les académiques. Le rapport Brundtland « *Our Common Future*<sup>34</sup> » publié par la commission mondiale sur l'environnement de l'ONU en 1987 introduit par exemple la formule de « **développement durable** » en réponse aux questionnements sur la soutenabilité des modes de production et de consommation. Le développement durable sous-entend qu'il est possible d'atteindre un modèle économique capable de respecter les limites naturelles et les droits humains, sans compromettre les besoins des générations futures tout en favorisant la croissance des marchés (Latouche, 2019). En France, le développement durable est au cœur des politiques environnementales menées par le Ministère de l'environnement, rebaptisé depuis 2017 Ministère de la transition écologique et solidaire, avec des thématiques comme la transition énergétique, la protection de la biodiversité, l'économie circulaire ou le plan d'efficacité énergétique. La responsabilité sociale des entreprises (RSE<sup>35</sup>) et la consommation responsable<sup>36</sup> (Özçağlar-Toulouse, 2005, 2009) sont les traductions en pratiques du développement durable au niveau méso et micro-économique.

Cependant, cette voie privilégiée du développement durable ne fait pas consensus et notamment au sein des penseurs de la décroissance qui considèrent qu'il fait référence à la croissance économique et qu'il continue à valoriser l'idée d'une croissance infinie dans un monde de ressources limitées (Latouche, 2019). D'autre part, l'unanimité de la communauté scientifique et des experts du GIEC autour de l'urgence à agir pour inverser la tendance et garantir la pérennité des écosystèmes et des sociétés humaines en réduisant notre impact sur l'environnement, remet également en question l'utilisation massive de technologies vertes (Bengtsson et al., 2018 ; Bonneuil et Fressoz, 2016 ; Jackson, 2017).

En effet, depuis plusieurs décennies certains courants de pensée majoritaires, que Bonneuil (2021, 2022) qualifie de « techno-optimistes » ou « post-environmentalistes », considèrent

---

<sup>34</sup> « *Notre Avenir Commun* »

<sup>35</sup> La RSE est la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable. C'est une démarche volontaire. La RSE encourage l'entreprise à intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans son fonctionnement ainsi que dans ses produits et services (recyclage, recours aux énergies « propres » et économies d'énergie, achats responsables...).

<https://www.economie.gouv.fr/entreprises/responsabilite-societale-entreprises-rse>

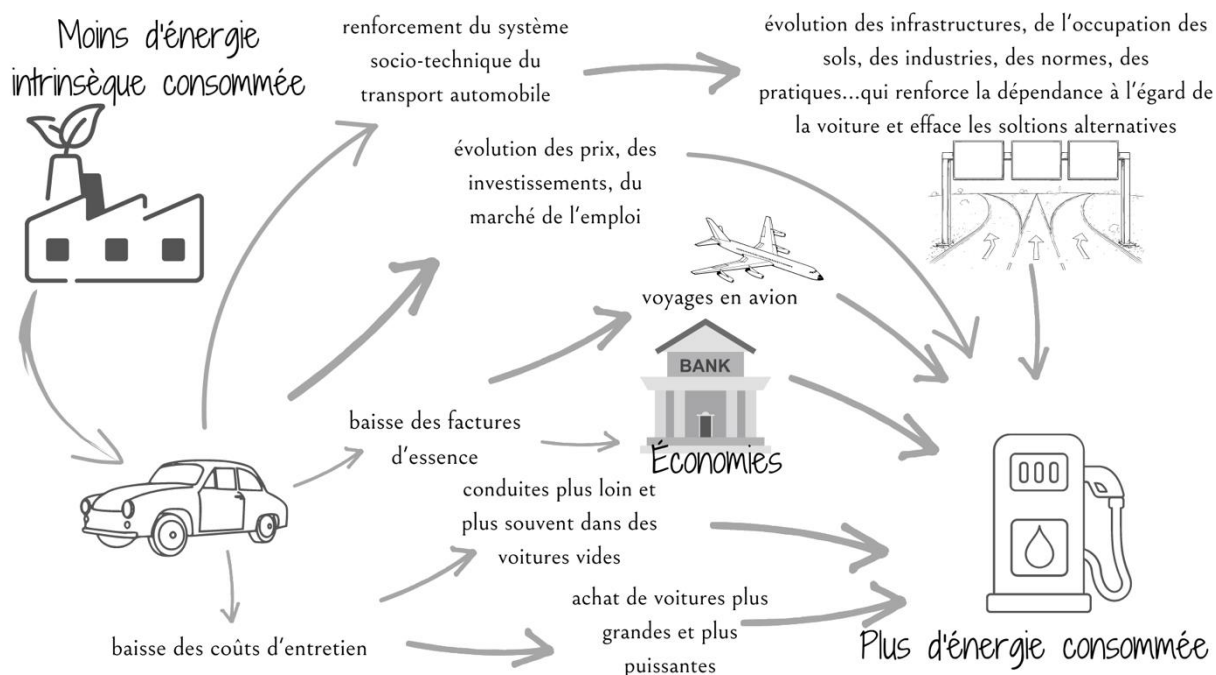
<sup>36</sup> Une partie de cette section sera consacrée à la consommation durable (p 64-65)

que le déclin des ressources naturelles peut être compensé par le progrès technologique – qui seul peut sauver la planète. Ce que la Terre ne peut plus nous donner, l'innovation technique peut y suppléer. Le capital économique se substitue alors au capital naturel (Bonneuil, 2021). Pour les partisans de ce que l'on appelle « le découplage » (comme le prix Nobel d'économie Robert K. Solow), l'avantage de cette théorie réside dans le fait qu'elle ne remet pas en cause notre modèle de société et entretient l'idéologie de la croissance infinie. Pourtant, **le paradoxe de Jevons**, ou son avatar le principe de « l'effet rebond » viennent contredire cette thèse. Cette « technologisation » accrue de notre quotidien viendrait en fait renforcer notre dépendance aux énergies fossiles (Flipo, 2017). « *L'idée selon laquelle un usage plus économe de combustible équivaudrait à une moindre consommation est une confusion totale. C'est l'exact contraire qui est vrai* » écrit Stanley Jevons<sup>37</sup> à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle à propos du charbon. Tout moyen d'économiser l'énergie va en fait encourager la consommation d'énergie ou de ressources supplémentaires (Ghosh et Blackhurst, 2014 ; Greening et *al.*, 2000). Si, grâce au progrès technologique un bien coûte moins cher à produire et consomme moins d'énergie, son coût d'acquisition et d'utilisation baissera et son usage sera démocratisé (effet rebond direct). Les économies engendrées serviront à acquérir d'autres biens et parfois des biens très consommateurs en énergie (effet rebond indirect). La figure 3 illustre le phénomène pour l'automobile.

---

<sup>37</sup> *The Coal Question. An Inquiry Concerning the Progress of The Nation, and The Probable Exhaustion of Our Coal Mines*, 1865 Pourleco.com

**Figure 3 - Illustration de l'effet rebond adapté de Sorrell et al. (2018)**



Les tenants de la nouvelle économie des ressources, qui considèrent que seul le marché peut apporter des solutions, prônent quant à eux l'attribution d'une valeur monétaire aux ressources. Défenseurs d'une vision ultra-libérale, ils avancent que la marchandisation des ressources c'est-à-dire l'instauration de droits de propriété privée sur l'ensemble des ressources naturelles et notamment l'eau est une des voies possibles des politiques environnementales (Boisvert et al., 2004 ; Petit, 2004). Ce modèle, source d'inégalités encore plus grandes, refuse de voir l'irréversibilité du temps et de la matière et entretient la chimère d'une croissance infinie dans un monde fini (Georgescu-Roegen, 1995). Cette ontologie postmoderne qui refuse d'associer activité humaine et nature, qui ne voit dans la nature « *qu'une source de matière première ou un objet à façonner* » (Rosa, 2018 p.425) a conduit à la perpétuation de modèles économiques basés exclusivement sur la croissance et son corolaire la consommation.

De plus en plus d'experts considèrent donc que la seule voie possible à une réduction substantielle de notre impact environnemental est de **sortir de la logique du « toujours plus »** et de modérer nos consommations à tous les niveaux (énergie, matières premières, biens et services...).

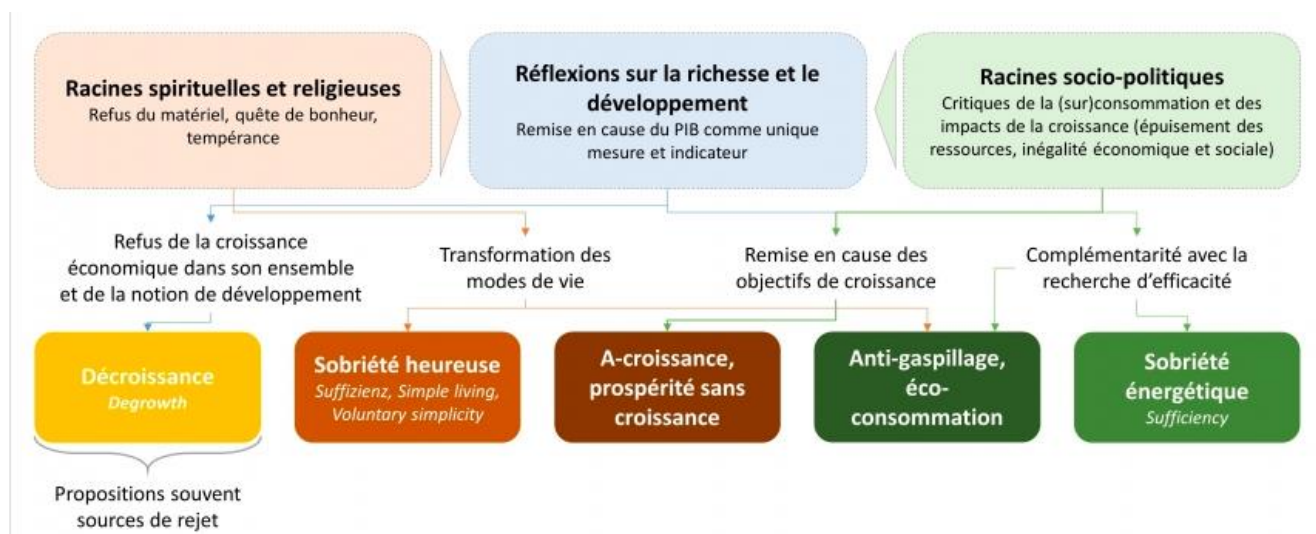
### **2.1.3 Les méfaits du consumérisme sur le bien-être**

Par ailleurs, la remise en question récurrente au cours des deux dernières décennies du capitalisme et de la société consumériste comme générateurs de bonheur a donné naissance à des plaidoyers en faveur d'une recherche de sources de satisfaction en dehors du marché (Jackson, 2019). Rosa (2012, 2018) par exemple, dénonce les méfaits de l'accélération de nos modes de vie du fait de la concurrence inhérente à la logique d'accroissement et déplore la perte du « *monde comme vis-à-vis parlant* » (Rosa, 2018 éd. 2021 p.662). Il évoque la restriction comme facteur de résonance et de vie réussie. La philosophe britannique Soper (2007, 2014) dépeint de son côté un désenchantement généralisé à l'égard de la vie moderne et les méfaits du matérialisme sur le bien-être. Elle prône un « *hédonisme alternatif* » distancié de la société de consommation qui conduirait à une vie écologiquement durable plus agréable, satisfaisante, source de plaisirs et d'épanouissement (Jackson, 2019 ; Rumpala, 2018). Pour l'écologue britannique Jackson (2016, 2019) la prospérité – dont l'acception qui prédomine est celle d'une expansion continue de la richesse matérielle – consiste en réalité à améliorer la qualité de la vie et des relations sociales. Il reprend les idées de Soper en suggérant « *une révolution tranquille* » permettant de « *s'épanouir dans des limites* », un hédonisme alternatif et solidaire, cousin de la sobriété (Jackson, 2019 p.256-257).

Nous devons une diffusion dans le domaine grand public du terme « sobriété » au penseur militant et agroécologue Pierre Rabhi qui depuis 2002 a tenté de promouvoir l'idée d'une « *sobriété heureuse* » au travers de ses ouvrages, conférences et différentes structures comme le mouvement Colibris. Pour lui, la sobriété doit être une réponse au « *caractère carcéral du système* » (Rabhi, 2010 p.42) qui aliène de façon définitive les individus. « *Face au « toujours plus » indéfini qui ruine la planète au profit d'une minorité, la sobriété est un choix conscient inspiré par la raison. Elle est un art et une éthique de vie, source de satisfaction et de bien-être profond.* » (Rabhi, 2010 p.161). Illich (1973) évoquait quant à lui « *l'ivresse joyeuse de la sobriété choisie* ».

Ainsi, la notion de sobriété est-elle revenue sur le devant de la scène et voit s'accroître l'intérêt que lui portent les sciences sociales et politiques depuis les années 2000 (Villalba, 2016, 2023). La figure 4 ci-après issue d'une synthèse sur le sujet de la sobriété de l'ADEME (2019) apporte une vision synthétique des évolutions de la définition de la sobriété que nous avons développées en partie précédemment.

**Figure 4 - Origines et visions de la sobriété** repris de Cézard et Mourad (2019).



#### 2.1.4 La sobriété, un concept en cours de définition

Comme nous avons pu le constater précédemment, la notion de sobriété est souvent évoquée de manière implicite. Si les idées qu'elle sous-tend sont assez souvent mobilisées dans la littérature, le terme en lui-même reste assez peu usité en dehors de thématiques précises notamment dans le cadre énergétique (e.g. Semal et al., 2014 ; Toulouse, 2020 ; Villalba et Semal, 2018). Bien que nous assistions dans le domaine des sciences de gestion à un tournant paradigmatique (Kolli, 2022) et à une mobilisation croissante du terme de sobriété dans le discours politique (Villalba, 2023), la littérature utilisant ce concept précis dans un contexte plus général reste assez rare pour le moment. Les raisons sont diverses. Tout d'abord **l'absence de définition stabilisée et de délimitation des champs d'application** ainsi qu'un manque de connaissance précise de pratiques (Daoud, 2018 ; Hayden, 2019 ; Speck et Hasselkuss, 2015) en font une « *notion délicate à manier* » (Villalba, 2016 p.41). D'autre part, il n'existe pas de traduction exacte en anglais, langue de travail de la plupart des chercheurs. Le faux ami *sobriety* renvoyant quasi uniquement à la consommation d'alcool, les termes les plus proches que l'on retrouve dans la littérature sont ceux de *sufficiency* (suffisance) ou beaucoup moins usité de *restraint* qui signifie retenue, modération, limitation ou restriction. D'ailleurs, Princen, auteur de référence sur le sujet, a dans un premier temps associé les deux formules dans l'article « *Toward a Theory of Restraint* » (1997) où la modération (*restraint*) est un comportement visant à maintenir une consommation réduite dans le temps en établissant un point de suffisance

(*sufficiency*), ou seuil de contre-productivité comme norme. Il a finalement choisi d'ancrer sa théorie davantage autour de la suffisance qu'il est nécessaire selon lui de mettre en œuvre pour résoudre les problèmes environnementaux dans des économies focalisées sur l'efficacité ou la maximisation des profits. Son ouvrage « *The Logic of Sufficiency* » (2005) fait désormais autorité dans certains cercles de penseurs économistes contemporains.

Il existe toutefois de fortes similitudes entre les idées véhiculées par les termes de « sobriété » et de « *sufficiency* » car les deux notions interrogent sur le maintien de l'idéal de croissance infinie de nos sociétés actuelles (Jackson, 2016 cité par Villalba et Semal, 2018). Nous nous sommes ainsi focalisée dans nos recherches sur des approches équivalentes à ce qu'en français nous associons à sobriété (*e.g. sufficiency-oriented consumption*) dans les articles en anglais. Le nombre de publications faisant référence à la suffisance est en augmentation depuis quelques années et est issu de diverses disciplines comme l'écologie, l'économie, la philosophie ou la recherche sur le bien-être entre autres (Spangenberg et Lorek, 2019). Les auteurs germaniques et scandinaves ont particulièrement investi ce champ (Jungell-Michelsson et Heikkurinen, 2022).

Quoiqu'il en soit, la sobriété relève à la fois de démarches individuelles et collectives<sup>38</sup> (Defontaine, 2020 ; Gorge et *al.*, 2015 ; Guillard, 2021 ; Persson et Klintman, 2022 ; Toulouse, 2020 ; Villalba, 2023). Les politiques publiques environnementales ont jusqu'à présent très largement privilégié la croissance verte et l'efficacité énergétique c'est-à-dire le recours à des solutions technologiques pour atteindre une consommation durable. Ces stratégies de découplage s'avèrent insuffisantes à elles-seules et n'ont par conséquent pas permis d'atteindre les objectifs de réductions des dommages causés à l'environnement (Bengtsson et *al.*, 2018 ; Hickel et Kallis, 2020 ; Lange et *al.*, 2020). Elles doivent être associées à des approches fondées sur la sobriété remettant fondamentalement en question les niveaux de consommation et d'utilisation des ressources (Bourg et Roch, 2012 ; Gorge et *al.*, 2015), les volumes de consommation étant les principaux responsables des émissions de gaz à effet de serre (Bengtsson et *al.*, 2018).

À l'échelle collective, pratiquer la sobriété demande une approche systémique de maîtrise de l'énergie et des ressources nécessaires à la production et à l'organisation de la société

---

<sup>38</sup> Définition de l'ADEME : « Dans un contexte où les ressources naturelles sont limitées, la sobriété consiste à nous questionner sur nos besoins et à les satisfaire en limitant leurs impacts sur l'environnement. Elle doit nous conduire à faire évoluer nos modes de production et de consommation et plus globalement nos modes de vie, à l'échelle individuelle et collective » (Juin 2021)



(entreprises, services publics, territoires, villes et mobilités) (Bengtsson et *al.*, 2018 ; Defontaine, 2020). À l'échelle individuelle, la sobriété renvoie à la réduction des volumes consommés soit par la baisse générale de la consommation soit par le recours à des formes alternatives de consommation (Sandberg, 2021). La sobriété peut être subie et dans ce cas elle est contrainte par des difficultés économiques (pauvreté) ou volontaire *pour des raisons à la fois environnementales et sociales et [...] s'appuie sur l'idée de « consommer moins, consommer mieux »* (Cézard et Mourad, 2019 p.17). Elle incarne l'antithèse de la société de consommation et devrait contribuer davantage au bien-être. Dans le cadre de ce travail doctoral, c'est cette dernière acceptation qui nous intéresse : **la sobriété du consommateur, individuelle et volontaire**, une sobriété des usages.

Dans la littérature, nous pouvons observer diverses tentatives de définir et cartographier la sobriété (Jungell-Michelsson et Heikkurinen, 2022 ; Sandberg, 2021). La plupart des auteurs s'accordent sur la perspective d'un changement de valeurs et de normes pour une réduction du niveau global de la consommation mais des divergences subsistent encore quant à l'inclusion ou non d'un volet social (populations concernées, paliers de suffisance, ...) dans le construit (Jungell-Michelsson et Heikkurinen, 2022 ; Persson et Klintman, 2022).

Notre démarche s'inscrivant dans une perspective individuelle et délibérée, nous avons choisi de ne retenir que les dimensions concernant les actes individuels de consommation sobre. Kolli (2022) propose de la définir comme une : « *tendance à diminuer la consommation et à renoncer à des pratiques impulsées par un système consumériste dominant* » (p.66), ce qui répond aux idées que nous avons précédemment développées. Toutefois, la définition de Guillard (2021) dans son dernier ouvrage « *Comment consommer avec sobriété ? Vers une vie mieux remplie* » nous semble plus complète et plus précise, elle permet notamment d'introduire les notions clés de volontariat et de besoin.

*« La sobriété est une façon d'être en relation au monde qui nous entoure. Elle se matérialise par une démarche (c'est-à-dire une manière de penser) qui :*

- *est volontaire ;*
- *consiste à repenser, voire transformer la consommation de ressources en faisant des choix cohérents quant à la qualité (mieux) et la quantité ajustée aux besoins ;*
- *fait de la consommation- et du plaisir qu'elle génère-un moyen et non une fin ;*
- *est initiée dans l'objectif de ne plus nuire à l'environnement naturel et social afin de mieux vivre. »*

Ainsi, ce concept multidimensionnel qu'est la sobriété renvoie à l'idée d'un mode de vie en phase avec le fonctionnement des écosystèmes nécessaires au bien-être humain qui encourage à se questionner sur la notion de besoin (Gorge et *al.*, 2015). Il s'agit donc **à la fois d'une attitude et d'un comportement.**

La sobriété consiste à se passer du superflu. La consommation pour être sobre doit en effet nourrir/satisfaire un véritable besoin qui nécessite de réfléchir au **bien-fondé de tout acte de consommation** et à tempérer ses achats. Il s'agit également de favoriser des produits de qualité c'est-à-dire moins gourmands en ressources car produits localement ou à partir de matériaux renouvelables et de bonne facture. L'aspect social est aussi présent dans cette définition et fait référence au recours à d'autres filières de production et de distribution respectueuses des droits humains et fondées sur une juste rémunération des différents acteurs.

La sobriété est une notion ancienne liée à la modération qui dans un contexte d'épuisement des ressources et de dérèglement climatique est de nouveau plébiscitée par l'ensemble de la communauté scientifique et les pouvoirs publics. Il s'agit de pallier les insuffisances d'un modèle de transition écologique fondé sur la croissance verte et reposant sur le progrès technologique car ce modèle, un temps privilégié, a montré ses limites. En effet, ce choix d'une voie technologique contribue à perpétuer des schémas consuméristes peu soutenables. Ainsi, telle que définie dans la littérature marketing, la sobriété consiste pour le consommateur à réduire de manière volontaire sa consommation. Nous allons par conséquent à présent nous intéresser de manière plus précise aux façons dont la sobriété peut s'exprimer au niveau individuel.

## 2.2 Les voies d'accès à la sobriété

Pour construire sa propre définition, Guillard s'est appuyée sur les écrits de l'économiste Wolfgang Sachs qui, le premier, a utilisé le terme en 1933 en le reliant à quatre verbes constitués du préfixe « dé » qui évoque « *l'éloignement, la cessation, une action inverse* » (Guillard, 2021 p.48) :

- *Décélérer* : aller moins vite, moins loin
- *Désencombrer* : accumuler moins de biens
- *Décentraliser* : choisir le local et le régional
- *Démarchandiser* : laisser moins de place au marché dans sa vie.

Cette première approche est intéressante à évoquer car elle met encore plus en lumière un aspect notable de la sobriété à savoir le fait qu'elle permette aux individus de **s'émanciper et de**

**s'autonomiser des forces du marché.** Le vrai besoin et la façon la plus soutenable de le satisfaire étant au centre du dispositif, pour Bekin et *al.*, (2006) cet « *empowerment* » est principalement de deux ordres : émotionnel dans la mesure où les injonctions commerciales et l'approbation extérieure ne sont plus la mesure de la pertinence, et instrumental puisque le besoin peut être satisfait de différentes manières et notamment en dehors du marché. En effet, la sobriété peut s'exprimer dans le marché par des formes alternatives de consommation qui diminuent la consommation matérielle absolue (achat d'occasion, recours à des services de réparation, ...). La sobriété peut également s'exprimer à distance du marché (Persson et Klintman, 2022) à travers le bénévolat, le faire soi-même, l'échange, la récupération, le don. Ces activités vont généralement au-delà de la consommation et impliquent des dimensions sociales importantes (*e.g.* Madon, 2022 ; Roux et Guillard, 2016). Se procurer les biens et services dont on a besoin en dehors du marché permet de se concentrer davantage sur la valeur d'usage plutôt que la valeur d'échange (Persson et Klintman, 2022), remodelant ainsi les rapports au marché.

Dans sa revue de littérature sur les pratiques de consommation sobre, Sandberg (2021) dresse un panorama des changements nécessaires de modes de consommation que l'on peut retenir pour dessiner les contours de la consommation sobre (Tableau 2). Une distinction importante a été faite entre les réductions absolues et les changements de modes de consommation pour lesquels un individu passe d'un mode de consommation à un autre ayant un impact environnemental plus faible. « *Ainsi, [pour la voiture particulière] un transfert modal maintient la pratique de la mobilité, bien que sous une forme modifiée, tandis qu'une réduction absolue réduit ou élimine complètement cette pratique* » (Sandberg, 2021 p.7).

**Tableau 2 - Typologie des changements de consommation induits par la sobriété** adaptée de Sandberg, 2021

Type de changement de consommation	Définition	Exemple pour la voiture
Réductions absolues	Réduction de la quantité de consommation	Parcourir de plus courtes distances
Changements modaux	Passage d'un mode de consommation à un mode moins gourmand en ressources	Passer de la voiture particulière aux transports en commun ou au vélo
Longévité du produit	Allongement de la durée de vie des produits	Prolonger l'utilisation des véhicules existants
Pratiques de partage	Partage des produits entre les individus	Covoiturage entre particuliers

La littérature portant sur la sobriété des pratiques est relativement fragmentée et dispersée dans différents courants de recherche. Une compréhension de leur multi-dimensionnalité semble manquer (Sandberg, 2021). Ainsi, dans cette même revue, l'auteur recense dans la littérature académique les conduites personnelles qui relèvent de la sobriété et les classe en quatre catégories : le logement, la nutrition, la mobilité et les consommations diverses. L'étude de la littérature sur les usages nous ayant amenée à constater des chevauchements entre ces catégories, nous avons opté, de notre côté, pour une typologie plus utilisée dans la littérature académique des différents contextes de la sobriété à l'échelle individuelle (Kolli, 2022) : sobriété énergétique, matérielle et numérique.

### ***2.2.1 La sobriété énergétique***

Pendant plusieurs décennies, la norme a été celle de « l'opulence énergétique » avec un accès facile et quasi illimité à l'énergie. Cette abondance a longtemps été perçue comme une condition indispensable au développement des économies et la crise écologique est venue souligner leur dépendance à l'énergie, produite principalement par la consommation de combustibles carbonés (Villalba et Semal 2018). La guerre en Ukraine a rendu encore plus visible cette réalité en mettant en lumière la dépendance européenne aux hydrocarbures russes et est venue souligner « *l'impasse de la gouvernance climatique* » (Aykut et Dahan, 2022 p.34).

**Le domaine de l'énergie est le premier à avoir valorisé la notion de sobriété**, dès les années 2000, d'abord dans les cercles militants puis pour en généraliser l'usage dans les discours sur la maîtrise de la demande d'énergie (Semal et *al.*, 2014). L'association négaWatt qui regroupe des professionnels et des citoyens engagés pour la transition écologique a contribué de manière très significative à sa diffusion en faisant de la sobriété un pilier de sa démarche depuis sa création en 2001 (Villalba et Semal, 2018). Aujourd'hui la sobriété est au cœur des programmes d'action publique dans de nombreux domaines et le terme est désormais inscrit dans la loi de transition énergétique (Zélem, 2018). Un plan de sobriété énergétique a d'ailleurs été lancé par le gouvernement français en juin 2022 afin de sortir des énergies fossiles et faire face à la crise énergétique engendrée par la guerre en Ukraine<sup>39</sup>.

La sobriété énergétique nécessite d'abaisser globalement notre consommation énergétique et de ne produire que ce qui est nécessaire, de renoncer à certaines activités pour réduire la consommation totale d'énergie. Comme le souligne Stéphane Chatelin<sup>40</sup> (2016), directeur de négaWatt, le point de départ est un choix de société, collectivement négocié qui permette une répartition équitable des ressources mais concerne tous les usages de l'énergie. Ainsi, au niveau domestique il préconise trois types de démarches : 1) **une sobriété dimensionnelle** qui consiste à adapter la taille des équipements à leur utilisation 2) **une sobriété des usages** par des pratiques quotidiennes de contrôle et de modération des équipements énergivores (chauffage, éclairage, appareils électriques, avion, voiture...) et de prolongement de leur durée de vie, 3) **une sobriété conviviale** avec la promotion de dispositifs de mutualisation et de partage notamment en privilégiant l'usage plutôt que la possession. En ce qui concerne les transports par exemple, les options présentant le plus fort potentiel de limitation sont de vivre sans voiture, de passer à un véhicule électrique et de réduire les déplacements en avion (Barr, 2018) avec une possible réduction de plus de 1,7 t CO<sub>2</sub> équivalent par habitant. Pour le logement, le passage à de l'électricité renouvelable et des mesures de rénovation et d'isolation permettraient de récupérer entre 0,9 et 1,6 t par habitant (Ivanova et *al.*, 2020).

La question de **l'acceptabilité sociale** est cependant très présente dans la démarche énergétique (Bruel, 2018). En effet, au niveau des ménages on observe que, loin d'être une évidence, la sobriété interroge sur les normes de confort moderne et peut être vue comme une forme de régression (Gaspar et *al.*, 2017 ; Roques et Roux, 2018 ; Villalba et Semal, 2018). Zélem (2018) a de son côté étudié les pratiques des habitants de logements performants énergétiquement et a

---

<sup>39</sup> <https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/dp-plan-sobriete.pdf>

<sup>40</sup> « *Qu'est-ce que la sobriété ?* » Fil d'Argent n°5 Hiver 2016

mis en évidence des formes de résistance à l'écologisation des modes de vie due à une méconnaissance des principes de fonctionnement, des habitudes difficiles à changer ou de la persistance de formes de précarité. Cependant Innocent et François-Lecompte (2020) ont montré que la répétition de pratiques conduisant à économiser l'électricité contribuait à en faire accepter les aspects négatifs par le développement d'une forme de satisfaction liée à l'engagement.

L'acceptabilité est également au cœur des questions de généralisation des énergies renouvelables comme l'éolien ou le photovoltaïque dont l'installation est parfois difficile à faire adopter (Bruel, 2018).

### ***2.2.2 La sobriété matérielle***

Au cours des années 1990, la recherche s'est principalement concentrée sur l'efficacité énergétique des ménages et le recyclage. Les publications et les projets d'écologisation ont tout d'abord cherché à promouvoir de meilleures pratiques d'achat et de choix de produits ayant moins d'impacts environnementaux et sociaux. Il s'est cependant rapidement avéré que cette approche basée sur un « verdissement de la consommation » ne permettait d'améliorer les performances que pour certains produits et pour certains types de consommateurs et qu'une démarche plus globale était nécessaire (Bengtsson et *al.*, 2018). En outre, ce type de stratégie fondée sur l'idéologie de l'efficacité a montré ses limites dans tous les domaines pour réduire l'impact environnemental des activités humaines. Un certain nombre de chercheurs comme Bourg (2012) ou Jackson (2016) ont alors appelé au cours des années 2010 à adopter une approche davantage axée sur la sobriété matérielle.

Figge et *al.* (2014) définissent le concept de sobriété matérielle comme la **réduction de la consommation et le fait de « bien vivre avec moins »**. Plus strictement, Spangenberg et Lorek (2019) considèrent que la sobriété suppose de « *se satisfaire de moins de nouveaux biens matériels que ceux habituellement consommés aujourd'hui, tout en profitant de ceux qui existent, en plus de biens immatériels sociaux et collectifs* » (*ibid.* p.1073). Il n'est pas question ici de perdre en qualité de vie mais de restructurer sa consommation autour de biens plus durables et de favoriser les relations interpersonnelles par le partage des activités et la décélération (Spangenberg et Lorek, 2019). Dans la recherche, l'approche de la sobriété est généralement envisagée pour les groupes sociaux aisés qui pourraient réduire leur consommation sans perte significative de bien-être (O'Neill et *al.*, 2018). En résumé, pour

Princen (2005) la sobriété implique une mesure intuitive et individuellement acceptable d'une consommation suffisante dans une logique qui ne soit pas forcément sacrificielle.

La sobriété matérielle concerne principalement les types de produits alimentaires et non alimentaires consommés par les ménages mais est peu traitée pour elle-même en dehors du cadre global de la consommation ou est fragmentée selon les différents postes du budget : les objets (Khamis, 2019), les vêtements (Frick et *al.*, 2021 ; Joyner-Amstrong et *al.*, 2016) ou la consommation alimentaire (Mourad et *al.*, 2019 ; Udovyk et Hedren, 2014).

Guillard, autrice de plusieurs articles et ouvrages fondateurs sur le sujet, associe sobriété matérielle et gaspillage car la prise de conscience par les individus du gaspillage peut conduire à la sobriété mais ce mouvement implique de revoir notre relation aux objets (Guillard, 2019). Elle nous apprend que la sobriété est atteignable au travers d'un **processus réflexif tout au long du cycle de consommation** des objets : lors de l'acquisition (nature du besoin, façon de les acquérir, qualité des objets, quantités), lors de l'usage (comment l'utiliser avec soin et précaution) ou du non usage (comment le réemployer, le réutiliser autrement) et lors de la dépossession (comment donner une seconde vie) (Guillard, 2021). De tels changements de comportements peuvent apparaître difficiles à mettre en œuvre dans une société qui encourage encore largement la consommation matérielle (Speck et Hasselkuss, 2015) et résister à la consommation peut avoir un coût émotionnel et financier (Cherrier, 2009). Pourtant, pour certains consommateurs se focaliser sur ses propres préférences sans suivre les injonctions du marché constitue déjà une forme de libération (Spangenberg et Lorek, 2019). Villalba (2023), dont l'orientation est plus politique, considère cependant que la lutte contre le gaspillage n'est pas une solution. Pour lui, les écogestes vont à l'encontre de la sobriété dans la mesure où ils ne contribuent pas à réduire en amont la production de surplus. En déculpabilisant les individus, les écogestes entretiennent au contraire une forme d'« *éco-capitalisme* » et ne sont que « *des solutions réformistes de courte durée, qui participent au colmatage du système en essayant de le prolonger le plus possible* » (*ibid.* p.325).

Il est encore assez rare de parler de sobriété alimentaire (Hémar-Nicolas et Hedegaard, 2023) et le terme n'est employé quasiment que dans le cadre de contraintes médicales ou religieuses. Il nous a semblé toutefois pertinent d'inclure cette consommation à ce paragraphe. En effet, d'une part le gaspillage alimentaire est souvent évoqué comme étant très important en France (10 millions de tonnes chaque année soit 150kg par habitant/an<sup>41</sup>) mais d'autre part surtout, la

---

<sup>41</sup> Soit 20% de la nourriture produite : Ministère de la Transition Écologique 2022

production alimentaire a été identifiée comme étant la plus grande cause de changement climatique par l'exploitation des sols et des surfaces, la déforestation pour accroître les surfaces arables et de pâturages, l'utilisation de l'eau douce et la perte de biodiversité par la destruction et la fragmentation des habitats (Willett *et al.*, 2019). Dans le contexte de l'alimentation, les économies de carbone les plus importantes proviennent des changements de régime alimentaire, en particulier l'adoption d'un régime non carné avec un potentiel de baisse moyenne des émissions de 0,9 t de CO<sub>2</sub> équivalent par habitant (Ivanova *et al.*, 2020 ; Villalba, 2023). Ainsi, selon le scénario pour 2050 d'Agrimonde-Terra<sup>42</sup>, la sobriété alimentaire est la condition indispensable à toute amélioration de l'empreinte écologique du système alimentaire et s'articule en trois axes pour les pays développés et une partie des pays émergents : 1) réduire les quantités de nourriture (manger moins), 2) réduire le gaspillage alimentaire et 3) végétaliser l'alimentation (Cartron et Fichet, 2020).

Les comportements alimentaires liés à la sobriété impliquent en général de favoriser la consommation de produits le moins transformés possibles, issus de filières locales, vendus en circuits courts, de réduire au maximum les d'emballages, de privilégier le « fait maison » et éventuellement de cultiver un potager (Hémar-Nicolas et Hedegaard, 2023 ; Speck et Hasselkuss, 2015).

L'alimentation a depuis toujours été un puissant marqueur social et l'on observe des disparités fortes entre les catégories de population. Les classes les plus aisées et les plus diplômées ont amorcé une transformation de leurs pratiques alimentaires depuis trois décennies fondées sur des « *valeurs de modération et de contrôle ainsi que de qualité et de naturalité* » (Cartron et Fichet, 2020 p.45). Les catégories les plus modestes, qui sont aussi les plus nombreuses, ont un régime alimentaire dont l'impact négatif sur l'environnement et la santé est important et il apparaît nécessaire de décroisonner socialement les régimes alimentaires en favorisant des politiques publiques destinées à lever les barrières culturelles et économiques (*ibid.*). Dans leur étude des pratiques alimentaires zéro-déchet, Mourad *et al.* (2019) ont relevé que les consommateurs qui les mettent en œuvre « *associent sobriété, bien manger et bien vivre* » (*ibid.* p.90).

---

<sup>42</sup> La prospective Agrimonde-Terra réunit plusieurs experts internationaux pour explorer et construire des scénarios sur les évolutions possibles pour la sécurité alimentaire et l'usage des terres dans le monde grâce à une combinaison d'approches quantitatives et qualitatives (cirad.fr et Sénat.fr).



### 2.2.3 La sobriété numérique

La digitalisation croissante de nos modes de vie a intensifié de manière exponentielle et préoccupante les émissions de gaz à effet de serre qu'elle génère puisqu'elles doublent tous les 15 ans et sont aujourd'hui équivalentes à celles du secteur aérien<sup>43</sup> Aucun autre secteur n'a connu une telle augmentation. L'accroissement des volumes consommés est principalement dû aux smartphones, et plus particulièrement au rythme de leur renouvellement, aux périphériques, à l'internet des objets et surtout à l'intensification de l'usage et de la circulation des données (Flipo, 2021). Les implications écologiques du numérique sont à la fois directes par la production, l'utilisation et l'élimination des outils numériques et indirectes par l'étendue des secteurs qui mobilisent ces technologies (chaînes logistiques, e-commerce notamment) (Lange et al., 2020).

Le digital constitue une bonne illustration de l'effet rebond car tout en permettant une production et des produits plus performants il entraîne aussi de nouveaux comportements plus énergivores, une hausse des niveaux de consommation. Par exemple, les gains énergétiques réalisés dans des secteurs comme l'électro-ménager ont été compensés par la généralisation des usages numériques dans les foyers (Flipo, 2021). Par ailleurs, les services numériques, loin de se substituer aux produits et services traditionnels viennent en fait les compléter (par ex : webinaires) (Lange et al., 2020).

C'est l'association Green IT qui a introduit en 2008 le concept de sobriété numérique avec pour ambition de réduire l'impact peu visible et néanmoins grandissant du numérique. Pour Frédéric Bordage, son fondateur, « *nous devons absolument considérer le numérique comme une ressource finie qui s'épuise trop vite [...] au rythme actuel cette ressource sera épuisée dans trente ans* » (Bordage, 2021). En effet, les équipements digitaux nécessitent pour leur fabrication et leur fonctionnement d'extraire des minerais et métaux rares comme le gallium, le coltan ou l'or dans des conditions effroyables tant sur le plan écologique qu'humain (Flipo, 2021), d'exploiter une main d'œuvre précaire et vulnérable, d'utiliser massivement de l'électricité et de l'eau pour les faire fonctionner— sans oublier qu'il n'existe pas de filière de recyclage fiable à proprement parler.

**La plupart des individus sur-consomme des produits numériques** : en janvier 2023 on comptait plus de 71 millions de mobiles en France (soit 110% de la population) et nous avons

---

<sup>43</sup> Étude ADEME-ARCEP Mars 2023

passé en moyenne 5h26 par jour devant nos écrans en 2022<sup>44</sup>. L'impact du numérique a de fortes chances de continuer à s'intensifier en raison notamment de l'augmentation de la résolution des vidéos, de l'intensification du visionnage (en tous lieux), des avancées des jeux vidéo et des métavers, de la réalité augmentée, de l'explosion des monnaies virtuelles, du déploiement des réseaux de communication ... (Flipo, 2021 ; The Shift Project, 2021). Les effets addictifs des écrans sont aujourd'hui bien connus ainsi que la charge cognitive que génère une sollicitation constante des différents outils de communication (Bordage, 2021 ; Ferreboeuf, 2019). Une des dimensions du problème est également que cette pollution n'est pas visible, il est en effet difficile de constater à l'œil nu qu'une recherche sur Google produit 5 à 7 grammes de CO<sub>2</sub> (Bordage, 2021 ; Guillard et al., 2023).

Ainsi pour contrer les effets de cette tendance non soutenable, il est urgent de réduire notre empreinte numérique (Testot et Wallenhorst, 2023). Pour Ferreboeuf (2019 p.30) il s'agit de sortir de la logique consumériste en reprenant « *le contrôle de nos usages numériques et de valoriser la sobriété* ». Contrairement à la thématique énergétique, la littérature académique sur la sobriété numérique est peu fournie et manque de références en matière de limitation des usages mais l'une des premières sur le sujet, l'étude de Elgaaïed-Gambier et al. (2020) vient confirmer que les consommateurs, peu sensibilisés aux impacts environnementaux de leurs comportements numériques, ne sont pas prêts à les revoir d'autant plus qu'ils tendent à occulter leur responsabilité individuelle. Cet article vient étayer le besoin d'une prise de conscience individuelle et collective et la mise en place de politiques publiques de régulation (Colaço, 2021 ; Ferreboeuf, 2019). Les auteurs présentent un certain nombre d'écogestes numériques (supprimer ses mails, utiliser des moteurs de recherche *eco-friendly*, regarder des vidéos au format standard plutôt que HD...) et les répertorient en trois catégories de comportements : optimisation, évitement ou substitution. Ils ne couvrent pas cependant l'étendue de la sobriété numérique.

Pour le Shift Project (2020), think thank **dont l'objectif est de libérer l'économie de la contrainte carbone**<sup>45</sup>, la sobriété numérique, c'est « *passer d'un numérique instinctif voire compulsif à un numérique piloté, qui sait choisir ses directions : au vu des opportunités, mais également au vu des risques* ». Cette définition est en phase avec Lange et al. (2020) pour qui la sobriété numérique passe par la mise à disposition du numérique nécessaire pour entreprendre une transition socio-écologique urgente mais dans des limites qui permettent d'éviter les

---

<sup>44</sup> We are social Digital Report 2023 wearesocial.com

<sup>45</sup> theshiftproject.org

impacts négatifs sur l'environnement et les individus. C'est également le point de vue de Courboulay (2021) qui énonce : « *Le numérique en soi n'est pas bon ou mauvais. Il doit trouver sa place comme simple auxiliaire permettant aux citoyens de mieux vivre et non pas de se développer dans nos sociétés tel un parasite.* » (*ibid.* p.30).

Bordage (2021) qualifie cette démarche de *slow tech*, association de low- et high-tech. Ce n'est donc pas une succession de petits gestes dont il s'agit mais d'un changement des usages au global : acheter moins d'appareils, adopter un comportement moins compulsif vis-à-vis des écrans et réduire la consommation énergétique du numérique en vérifiant impacts carbone et énergétique des appareils connectés.

Cette vision est cependant souvent considérée comme technophobe (Colaço, 2021) et vient remettre en question nos modes de vie et de travail (Bruel, 2018).

#### ***2.2.4 Les freins à la sobriété***

Les freins liés aux pratiques de réduction de la consommation pour des raisons écologiques ont fait l'objet de recherches dans différents courants de la littérature. D'une perspective à l'autre, nous retrouvons des éléments récurrents que nous allons aborder ci-après.

Les chercheurs ont tenté dans un premier temps de comprendre le « *green gap* » c'est-à-dire **lorsque les consommateurs affirment être préoccupés par l'environnement mais ne le traduisent pas dans leur façon de consommer** (Black, 2010 ; Ochs, 2020). Eckhardt et *al.* (2010) ont montré par exemple que les consommateurs utilisent trois types d'arguments pour se justifier : la rationalisation économique (la valeur attribuée aux produits éthiques est insuffisante), la dépendance institutionnelle (la responsabilité incombe aux politiques) et le réalisme développemental (il est nécessaire de nourrir la croissance économique). Plusieurs études ont également fait apparaître que la perception du coût induit par un changement d'habitudes et de routines personnelles pouvait se révéler trop élevé pour la plupart des consommateurs (Bozonnet, 2007 ; Kolli, 2022 ; Verplanken et Roy, 2015 ; Verplanken et Whitmarsh, 2021). Cela avait déjà été abordé dans le contexte de la consommation socialement responsable (*e.g.* François-Lecompte, 2009). Longo et *al.* (2017) ont par ailleurs mis en évidence que si le manque d'information est un frein aux comportements écologiques, une trop grande quantité d'information et un degré élevé de connaissances peuvent également entraîner des tensions et dilemmes chez les individus qui conduisent à l'inaction.

Dans la littérature spécifique sur la sobriété<sup>46</sup>, les attitudes et comportements individuels sont encore peu étudiés<sup>47</sup> et ce sont essentiellement les freins à la sobriété qui sont abordés (Sandberg, 2021). La littérature, encore assez rare sur le sujet cependant, a mis en avant des difficultés structurelles d'accès à l'information et aux produits (Garcia de Frutos et *al.*, 2018), mais aussi un manque évident d'infrastructures permettant d'expérimenter un mode de vie sobre. Dans ce domaine ce sont les transports qui sont le plus souvent évoqués (Barr, 2018 ; Speck et Hasselkuss, 2015) avec entre autres la difficulté à vivre sans voiture à la campagne ou le manque de connections ferroviaires et/ou à prix raisonnable.

Plus généralement, il se dessine que le premier obstacle est la nécessité pour les consommateurs de **dévier des schémas culturels** généralement véhiculés par la société de consommation, (Gossen et *al.*, 2019 ; White et *al.*, 2019) tout en risquant l'incompréhension et la marginalisation du groupe de pairs (Cherrier et *al.*, 2012 ; Joyner-Armstrong et *al.*, 2016 ; Guillard, 2023). Dans le contexte australien, Perera et *al.* (2018) ont montré par exemple que les jeunes qui souhaitaient adopter des pratiques écologiques étaient amenés à composer entre différentes normes sociales, les leurs et celles de leur entourage. Cette situation est particulièrement vraie lorsque le produit revêt une signification réelle ou supposée de distinction sociale ou d'appartenance (Spangenberg et Lorek, 2019). Il convient alors de s'interroger sur le sens que les consommateurs peuvent donner à leurs pratiques car dans nos sociétés consuméristes c'est jusqu'à présent davantage « *la richesse matérielle, l'accumulation de biens et la propriété (qui en sont) les orientations centrales* » (Speck et Hasselkuss, 2015 p.3). Pratiquer la sobriété demande de remettre en cause ces valeurs dominantes et d'être capable d'en accepter les conséquences personnelles et sociales, ce qui peut être ressenti comme une certaine forme de sacrifice (Kolli, 2022). Par ailleurs, la sobriété est encore considérée par un grand nombre de politiques comme étant punitive et liberticide (Aykut et Dahan, 2022).

Par conséquent les auteurs en marketing ou en économie de l'écologie préconisent que la recherche s'intéresse aux façons de promouvoir la sobriété (Gossen et *al.*, 2019 ; Persson et Klintman, 2022), aux mécanismes permettant de réduire les obstacles à la sobriété (Sekhon et Armstrong, 2020), comprenne les pratiques (Speck et Hasselkuss, 2015) et se penche sur leurs évolutions (Guillard, 2020).

---

<sup>46</sup> ou plus précisément la « *sufficiency* »

<sup>47</sup> Comme cela a pu être le cas dans la littérature sur la consommation durable ou l'anti-consommation

Nous avons pu constater que le champ d'application de la sobriété dans la consommation est assez large. On peut par ailleurs, selon Jean-Baptiste de Foucault<sup>48</sup>, co-fondateur du Pacte Civique, « *distinguer des degrés dans l'intensité des changements de modes de vie axés sur la sobriété* : 1) des habitudes de la vie courante simples et faciles à s'approprier (ex : le tri, le recyclage) 2) l'adoption de pratiques différentes mais qui restent en phase avec le modèle actuel (co-voiturage) et 3) des modifications plus drastiques qui correspondent à une nouvelle définition des besoins et/ou expriment des choix militants (usage partagé des biens, productions alternatives...)»<sup>49</sup>. Parfois cependant l'adoption de pratiques sobres est entravée par des considérations sociales ou freinée par le poids des habitudes, ce qui peut entraîner chez des individus une dissonance entre attitudes et comportements.

Les différentes pratiques étudiées et les freins inhérents que nous avons évoqués dans le début de cette section renvoient à différents courants de la littérature liés à ces changements. En conséquence, nous avons choisi d'élargir notre revue de littérature aux principaux courants de recherche autour de l'auto modération de la consommation.

### **2.3 Les courants de recherche apparentés à la sobriété**

De multiples pratiques de réduction ou de modification de la consommation qui couvrent des domaines de recherche assez larges, et parfois éloignés les uns des autres, sont étudiées dans la littérature : les principaux sont l'anti-consommation, la déconsommation, la consommation collaborative, la seconde main et la consommation responsable.

Un travail préliminaire de lecture en début de thèse nous avait déjà donné une vision assez précise de ces différents courants et des pratiques qu'ils explorent. Nous avons donc déjà identifié les articles fondateurs et les plus cités. En complément et afin de bien délimiter les différentes perspectives, et dans une volonté d'éviter les confusions et chevauchements, nous avons choisi d'adopter une posture stricte qui consiste à nous référer uniquement à la littérature employant expressément les termes étudiés. Nous avons donc seulement utilisé pour cette revue les idées précisées de manière exclusive et explicite dans le titre et résumé des articles. Nous avons par exemple exclu dans les articles fléchés « consommation responsable » les références à la simplicité volontaire qui se situe davantage au sein du courant de l'anti-consommation.

---

<sup>48</sup> « *Sobriété et fraternité sont les deux mamelles de la transition démocratique et écologique* » Entretien pour DARD/DARD n°6 2021

<sup>49</sup> Nous pouvons rapprocher cette échelle de la typologie de Sandberg (2021) présentée p.50 qui est très similaire.

Différents courants de la littérature étudient les attitudes et comportements des consommateurs qui changent leurs modes de consommation ou restreignent leur consommation de manière intentionnelle pour des raisons écologiques, sociales, éthiques, personnelles ou autres. Les perspectives les plus richement documentées sont l'anti-consommation et la consommation responsable qui selon Guillard (2021) sont très proches de la sobriété. Les autres concepts sont soit moins étudiés soit ne peuvent être considérés comme une réduction de la consommation qu'à certaines conditions (par exemple avoir recours à la consommation collaborative pour consommer moins et non pas pour voyager davantage).

### ***2.3.1 Les deux courants les plus documentés de la littérature marketing : anti-consommation et consommation socialement responsable.***

#### *2.3.1.1 L'anti-consommation*

L'anti-consommation est un **courant important qui a fait l'objet de nombreuses publications**. Tout comme la sobriété, l'anti-consommation dont les intentions sont délibérées renvoie à la fois à des comportements et des attitudes (Chatzidakis et Lee, 2013 ; Lee, 2022). Dans leur revue de littérature portant sur 120 articles, Makri et *al.* (2020), ont élaboré un cadre de recherche portant sur les antécédents, les conséquences et les effets de l'anti-consommation et ont mis en évidence un manque de clarté des définitions et de chevauchement des concepts. La définition de l'anti-consommation a évolué au cours des deux dernières décennies et n'est pas encore stabilisée tout comme le type de pratiques considérées.

Le tableau 3 nous offre une perspective historique des évolutions connues par ce domaine de recherche. Nous avons répertorié dans ce tableau les articles fondateurs pour chaque sous-champ. On notera que la première mention académique du terme anti-consommation est apparue dans un éditorial invité de 2002 de la revue *Psychology and Marketing* sous la plume de Zavestoski (2002a).

**Tableau 3 - Principaux repères historiques des publications sur l'anti-consommation**  
(liste non exhaustive)

d'après Lee, Ortega Egea et Garcia de Frutos (2020) ; Makri et al. (2020) et Lee (2022).

Période	Numéros spéciaux	Champs de l'anti-consommation	Sujets d'étude	Auteurs (année)
2002-2009 : Prémices	Psychology and Marketing 2002 19(2)	Résistance, dégoût, voire ressentiment ou rejet de la consommation en général (Zavestoski, 2002a p.121)	Simplicité volontaire « <i>Culture Jamming</i> <sup>50</sup> »  Résistance du consommateur Évitement « <i>Downshifting</i> <sup>51</sup> »  Consommation éthique	Zavestoski (2002b) Craig-Lees et Hill (2002) Cherrier (2009)  Duke (2002)  Thompson et al. (2006) Nelson et al. (2007)  Shaw et Newholm (2002)
2009-2013 : Extension du domaine	Journal of Business Research (2009) 62(2) Consumption Markets and Culture 2010 13(3) European Journal of Marketing 2011 45(11-12) Journal of Consumer Behavior	Importance pour les entreprises de comprendre l'anti-consommation (Lee, Fernandez et Hyman, 2009). Élargissement de l'idée d'anti-consommation à des phénomènes de rejet, restriction et récupération. (Lee et al., 2011)	Boycott  Évitement  Représailles  Partage  Communautés anti-marques	Hoffmann (2011)  Lee et al. (2009) Sandikci et Ekici (2009)  Funches et al., 2009  Ozanne et Ballantine (2010)  Hollenbeck et Zinkhan (2010)

<sup>50</sup> Brouillage/sabotage ou détournement culturel : Adbusters, une organisation anti-consumériste, a popularisé cette pratique en obligeant souvent ceux qui rencontrent leur travail à remettre en question la présence et l'influence de la publicité dans nos vies, le rythme et le volume auxquels nous consommons et le rôle incontesté de cette consommation des biens joue dans nos vies, malgré les nombreux coûts humains et environnementaux de la production de masse mondiale. fr.lifehackk.com

<sup>51</sup> (rétrogradation) «libre échange d'une carrière économiquement satisfaisante mais évidemment stressante, avec un style de vie moins fatigant et moins payé mais plus gratifiant». New Oxford Dictionary cité par selleroyal.com

2013-2016 : Légitimation	Journal of Macromarketing 2013 33(3)	Raisons « contre » la consommation, différentes de leurs opposés conceptuels - les raisons pour la consommation (Chatzidakis et Lee, 2013)	« <i>Carrotmob</i> <sup>52</sup> »  Minimalisme  <i>Dumpster Diving</i> <sup>53</sup>	Hoffman et Hutter (2012)  Zalewska et Cobel- Tokarska (2016)  Vinegar et <i>al.</i> (2016)
2016-2020 Pérennisation	The Journal of Consumer Affairs 2016 50(1)  Journal of Public Policy and Marketing 2018 37(2)  Psychology and Marketing 2020 37(2)	Multitude de phénomènes au cours desquels les individus prennent consciemment la décision de rejeter certains produits, marques, organisations ou pays (Lee, Ortega Egea, Garcia de Frutos, 2020 p.172).	Bien-être et statut  Consommation à visée environnementale (EOA)  Anti-gaspillage  <i>Boycott</i>  Réaffectation des ressources ( <i>Repurposing</i> )  Rejet Moral ( <i>moral avoidance</i> )  Éviction de la viande	Lee et Ahn 2016 Seegebarth et <i>al.</i> (2016) Garcia de Frutos et <i>al.</i> (2018)  Guillard (2018)  Hoffman (2018)  Scott et Weaver (2018)  Sudbury-Riley et Kohlbacher (2018)  Tosun et Gurce (2018)
Depuis 2020	Psychology and Marketing 2022 39(3)	Exclusion ou réduction intentionnelle et significative de biens de sa routine de consommation ou la réutilisation de biens déjà acquis dans le but d'éviter la consommation (Makri et <i>al.</i> , 2020 p.178)	Anti-consommation ostentatoire  Modération ( <i>restraint</i> )    Subversion du consommateur	Sekhon et Amstrong-Soule (2020) Paschen et <i>al.</i> (2020)  Wilson et <i>al.</i> (2022)

<sup>52</sup> Mode d'activisme positif avec pour ambition d'inciter les commerçants à effectuer des aménagements durables dans leurs boutiques, ou à prendre des engagements plus écologiques par des mobilisations de consommateur. Le Monde.fr

<sup>53</sup> Déchétarisme ou glanage alimentaire : récupération de denrées alimentaires encore consommables dans les poubelles des magasins.



Nous pouvons observer que la définition de l'anti-consommation est passée d'une vision radicale de résistance et de rejet (Zavestoski, 2002a) à celle de phénomènes plus larges d'exclusion et/ou de réduction (Kozinets et *al.*, 2010 ; Lee, 2022 ; Makri et *al.*, 2020). **L'anti-consommation reste néanmoins de la consommation** (Galvagno, 2011 ; Kozinets et *al.*, 2010).

Au sein du courant de l'anti-consommation les recherches ont abordé le phénomène selon deux angles, le plus souvent de manière exclusive en se penchant soit pour les plus anciennes sur les attitudes soit pour les plus récentes sur les comportements (Garcia de Frutos et *al.*, 2018 ; Kolli, 2022). Les travaux fondateurs du courant se sont par exemple intéressés aux raisons et prédispositions qui incitent les individus à restreindre leur consommation et à rechercher d'autres sources de satisfaction. Dans ces premiers cas il apparaît que l'anti-consommation est une forme d'expression de son identité, existante ou souhaitée (Black et Cherrier, 2010) à travers la réalisation de soi (Zavestoski, 2002b), l'introspection (Cherrier et Murray, 2007), l'affirmation de soi (Iyer et Muncy, 2009 ; Lee et *al.*, 2009) ou l'établissement d'un projet de vie (Cherrier, 2009). Quelles que soient leurs formes, les pratiques d'anti-consommations sont inscrites dans la subjectivité des consommateurs et leur permettent « *d'exprimer leurs valeurs, leurs idées, leurs croyances et leurs identités globales* » (Cherrier et *al.*, 2011 p.1758). Ainsi dans cette optique, les pratiques de rejet, de restriction et de récupération ne sont pas principalement dues à des préoccupations environnementales ou sociales mais davantage motivées par des notions d'intérêt personnel (Black et Cherrier, 2010). Par conséquent, les récits personnels, les valeurs, la culture, l'expérience et la perception influencent la décision d'un individu de restreindre sa consommation et s'inscrivent dans la post-modernité (Cherrier et *al.*, 2011).

La littérature existante s'est aussi penchée sur les causes profondes d'opposition à la consommation et en offre différentes visions. Iyer et Muncy (2009) distinguent objectif et objet de l'anti-consommation afin d'évaluer les motivations et identifier quatre types de consommateurs. La première dimension distingue les raisons sociales ou personnelles, la seconde est caractérisée par le degré de spécificité de l'objet : produits, marques et offres spécifiques d'une part et activité générale du marché d'autre part. Cherrier (2009) s'est intéressée à l'auto-identification de deux groupes d'anti-consommateurs et il en ressort qu'ils cherchent soit à se changer eux-mêmes en résistant soit à changer le monde en alertant. Cherrier et *al.* (2011) ont montré que les actes d'anti consommation, en s'inscrivant dans des pratiques banales et quotidiennes permettaient aux consommateurs de vivre en accord avec leurs valeurs

écologiques tout en souhaitant se distinguer des autres consommateurs qualifiés de « *négligents* » (p.1764). Chatzidakis et Lee (2013), dans un article qui fait référence sur le sujet, ont jugé qu'il était réducteur de n'étudier que les « raisons contre » la consommation à l'origine des comportements d'anti-consommation car ces raisons sont souvent l'exact opposé des « raisons pour ». Par exemple les raisons d'un consommateur de ne pas acheter une marque (« elle utilise de la fourrure ») peuvent être les mêmes que celles d'un autre pour acheter cette marque (« cela tient chaud »).

Dans son acception comportementale, l'anti-consommation est majoritairement définie comme un phénomène embrassant trois comportements non exclusifs : **rejeter**, **restreindre** et **recupérer**, de manière consciente et significative un aspect du processus de consommation (Lee, 2022 ; Lee et al., 2020). Rejeter consiste à exclure des offres de sa consommation, restreindre implique de limiter certains produits ou marques et récupérer engage une reconsidération des étapes d'acquisition, d'utilisation et de dépossession (Lee et al., 2011). Les manifestations en sont donc très variées et par conséquent l'anti-consommation est elle-même considérée comme un terme ombrelle (Garcia de Frutos et al., 2018 ; Lee, 2022) dont les différentes pratiques font l'objet de sous-champs de recherche (pour un aperçu voir tableau 3).

L'un de ces sous-champ, la **simplicité volontaire**, a été très largement étudié (par ex : Alexander et Ussher, 2012 ; Boujbel et d'Astouss, 2017 ; Craig-Lees et Hill, 2002 ; Rebouças et Soares, 2021 ; Zavestoski, 2002b). Guillard (2021) considère que la simplicité volontaire est un terme éponyme pour la sobriété mais nous estimons de notre côté que les deux phénomènes diffèrent par certains aspects et notamment dans la mesure où les simplificateurs ont un mode de vie très centré sur leur développement personnel et leur spiritualité (Craig-Lees et Hill, 2002 ; Seegebarth et al., 2016). Ils choisissent de dépenser moins en biens matériels mais davantage en expériences immatérielles (Rebouças et Soares, 2021) comme des activités de bien-être (yoga, méditation...) pour fuir un mal-être général (Alexander et Ussher, 2012).

### 2.3.1.2 La consommation socialement responsable (CSR)

Dans la littérature, on regroupe généralement sous la terminologie de **consommation durable** (*sustainable consumption*, Jackson, 2005 ; Kilbourne et al., 1997) toute consommation qui minimise les impacts sur l'environnement et agit dans l'intérêt des générations futures (Phipps et al., 2013). Elle a fait l'objet de nombreuses recherches en marketing (White et al., 2019). Sous l'impulsion des institutions publiques, la thématique du développement durable, initiée par le rapport Brundtland en 1997, s'est emparée de la sphère de la consommation au cours des

années 1990. Ces premières tentatives institutionnelles de faire évoluer la consommation en intégrant davantage de préoccupations écologiques ont cherché à modifier les habitudes de consommation en axant les discours sur la responsabilité des individus dans l'épuisement des ressources et en mettant en œuvre des campagnes d'information et d'éducation (Rumpala, 2009b). Toutefois cette *gouvernementalisation*<sup>54</sup> de la consommation n'a jamais eu pour objectif de la faire décroître mais de la *discipliner* tout en continuant à nourrir la croissance économique (Rumpala, 2009b p.970). L'ancien ministère français du développement durable a défini ainsi la consommation durable à travers trois dimensions : mieux acheter (acheter des produits plus écologiques), mieux consommer (moins gaspiller) et mieux jeter (prendre en compte le recyclage notamment).

Les consommateurs concernés (les éco-consommateurs de l'ADEME dans les années 2000) sont attentifs aux conditions de fabrication des produits, à leur provenance et à leurs emballages, ils s'aident d'éco labels et de dispositifs normalisés (de type étiquette énergie) pour choisir des produits respectueux de l'environnement ou moins gourmands en énergie<sup>55</sup>.

La littérature traite aussi de la notion de **consommation éthique** (Cherrier, 2007 ; Gram-Hanssen, 2021), laquelle comprend d'autres aspects que ceux liés à l'environnement comme les conditions de travail et la rémunération liées par exemple au maintien de l'emploi en France ou en Europe, au respect d'un salaire minimal (Cassely, 2021), les discriminations ou l'expérimentation et le bien-être animal (Cooper-Martin et Holbrook, 1993). La littérature nous offre peu de clarification sur les frontières entre éthique et durable et l'on observe assez fréquemment des chevauchements de concepts comme par exemple pour la consommation écologique (Gregory-Smith et *al.*, 2017). L'accent dans la littérature est le plus souvent mis sur le consommateur qui est présenté comme un être rationnel qui transpose dans ses achats les informations dont il dispose (Fraj et Martinez, 2007) et exprime de cette manière un jugement moral (Devinney et *al.*, 2006 ; Muncy et Vitell, 1992). Cette représentation est néanmoins le plus souvent remise en question dans les études portant sur les pratiques de la vie quotidienne (Barnett et *al.*, 2005 ; Cherrier, 2007). Dans ce domaine le consommateur est finalement assez tributaire de la manière dont il est orienté par les discours des marques et des enseignes (Barnett et *al.*, 2005). Au-delà de l'achat de produits catégorisés comme « éthiques » (issus commerce

---

<sup>54</sup> Terme repris de Foucault et précisé par Rumpala : « *Nous adopterons ce terme de gouvernementalisation notamment pour désigner le processus historique et collectif qui se déploie par l'assemblage d'interventions rationalisées dans le champ des pratiques et par le développement de technologies visant à orienter ces pratiques.* » (Rumpala, 2009b. p.967)

<sup>55</sup> « *Devenir éco-consommateur, acheter et consommer mieux. Les actes d'achat* » ADEME, mars 2004

équitable par exemple), le recours au boycott est mis en avant dans la littérature comme étant un moyen privilégié d'action dans ce domaine (Cooper-Martin et Holbrook, 1993).

### **Consommation durable et consommation éthique forment la consommation responsable**

(Özçağlar-Toulouse, 2005, 2009 ; Roberts, 1995) qui fait l'objet d'une abondante littérature. Les consommateurs responsables ont conscience de l'impact de leur consommation sur l'environnement, la société et les autres et s'efforcent de modifier leurs comportements au-delà de leur intérêt personnel (François-Lecompte, 2009 ; Mc Donagh et Prothero, 2014 ; Özçağlar-Toulouse, 2005, 2009 ; Schrader, 2007). La consommation responsable est un phénomène global de nature multidimensionnelle et revêt des aspects à la fois attitudeux et comportementaux (Durif et *al.*, 2011 ; Séré de Lanauze et Lallement, 2018). Ainsi, nous retiendrons la définition d'Özçağlar-Toulouse (2005) qui reprend ces différents aspects : « *La consommation responsable est constituée par l'ensemble des actes volontaires, situés dans la sphère de la consommation, réalisés suite à la prise de conscience de conséquences jugées négatives de la consommation sur le monde extérieur à soi, ces conséquences ne relevant donc ni de la fonctionnalité des achats ni de l'intérêt personnel immédiat* » (p.52).

Depuis les travaux fondateurs de Webster (1975), le profil du consommateur responsable, ou plus précisément socialement responsable, a été largement exploré et a connu progressivement des enrichissements conceptuels qui ont amené à éclaircir les objectifs poursuivis. Le consommateur responsable est représenté comme ayant conscience de son pouvoir d'influence et de sa responsabilité (Prendergast et Tsang, 2019 ; Schrader, 2007 ; Webster, 1975) et qui utilise sa consommation comme moyen d'expression (François-Lecompte et Valette-Florence, 2006 ; Özçağlar-Toulouse, 2009). Il adopte un comportement qualifié de pro-social (Prendergast et Tsang, 2019) afin de minimiser les atteintes sur la société et d'en maximiser les impacts positifs (Mohr et *al.*, 2001 ; Roberts, 1995 ; Ulusoy, 2016 ; Webb et *al.*, 2008). Dans la littérature en marketing le consommateur socialement responsable est parfois dépeint comme ressentant une forme d'obligation à agir conformément à des valeurs citoyennes (Schrader, 2007). Les profils de consommateurs responsables ne sont cependant pas homogènes et diverses études ont mis en évidence différentes typologies. Par exemple, François-Lecompte et Valette-Florence (2004) distinguent quatre groupes : les « socialement responsables », les « vigilants », les « peu socialement responsables » et les « traditionalistes » sur lesquels s'appuient Gonzalez et *al.* (2009) pour les classer ensuite selon leurs représentations sociales en « CSRs », « locaux », « partages » et « indifférents ». Durif et *al.* (2011) en s'intéressant aux modalités

d'achat, de non-achat et de post-achat identifient six groupes à l'implication graduelle allant de « pro CSR » à « anti-CSR<sup>56</sup> ».

En termes de comportements, la littérature est plus fragmentée selon les familles de produits ou les thématiques (dimensions environnementales, sociales ou économiques) et les techniques utilisées pour les mesurer sont assez hétérogènes. Dans une échelle développée en 2006, François-Lecompte et Valette-Florence s'appuient sur cinq dimensions pour mesurer l'adhésion à une consommation responsable et les effets recherchés par les consommateurs : 1) la prise en considération du comportement jugé plus ou moins responsable de l'entreprise 2) l'achat de produits pouvant bénéficier à une cause 3) la volonté de supporter le petit commerce 4) le choix de privilégier les produits locaux et 5) le souhait de réduire sa consommation en volume. Webb et *al.* (2008) les complètent par le désir de respecter l'environnement et le recyclage. Les travaux plus récents de Durif et *al.* (2013) ont tenté de prendre en considérations les évolutions conceptuelles de la notion de consommation responsable, ce qui leur a permis de développer une échelle à sept dimensions recouvrant un éventail assez large et actualisé de pratiques définies à partir des comportements adoptés par les consommateurs au cours des douze derniers mois (pour le détail, voir tableau 4 ci-dessous).

**Tableau 4 - Dimensions de l'échelle de mesure de la consommation responsable de Durif et *al.* (2013).**

	Dimensions	Comportements associés
Achat	Protection de l'environnement	Achats de produits respectueux de l'environnement et diminution de la consommation.
	Consommation citoyenne	Achat à des entreprises respectueuses de leurs employés et engagées.
	Consommation locale	Achat de produits locaux
	Protection des animaux	Éviter l'achat de produits nuisant aux animaux
	Transport durable	Utiliser des modes de transport moins gourmands en énergie
Post-achat	Recyclage	Recyclage de différents matériaux
	Compostage	Compostage des résidus domestiques

<sup>56</sup> CSR : Consommation Socialement Responsable

Les pratiques de consommation responsable ont ainsi été très largement étudiées et mesurées. En revanche, ElHaffar et *al.* (2020) considèrent dans leur revue de littérature que les recherches portant sur les freins à la consommation durable méritent d'être poursuivies. François-Lecompte avait pourtant dès 2009 a mis au jour les principaux types de freins à la consommation responsable 1) le prix plus élevé des produits équitables et biologiques 2) le manque d'information et le scepticisme à propos des entreprises 3) l'accessibilité aux produits quand il faut parfois fréquenter plusieurs types de points de vente et 4) l'aspect contraignant de cette consommation qui demande des adaptations dans la vie quotidienne. D'autre part, la consommation responsable, suivant un mouvement normatif, est à présent encouragée dans nos sociétés occidentales (Séré de Lanauze et Lallement, 2018) et se présenter comme étant un consommateur responsable peut être considéré comme valorisant et constituer un biais de désirabilité sociale. De ce fait, les individus qui ne s'y soumettent pas mettent en place des stratégies pour réduire la dissonance cognitive et les feins exprimés peuvent servir de justifications externes (ElHaffar et *al.*, 2020). Ces mécanismes ont été largement étudiés dans la littérature notamment par Séré de Lanauze et Lallement (2018). Ces auteurs se sont également intéressés à l'image du consommateur responsable et aux stéréotypes qui lui sont associés : il peut être décrit comme capable de sacrifices et prêt à supporter des contraintes mais aussi comme une personne élitiste, agressive et intolérante, peu en phase avec la perception que les individus veulent avoir d'eux-mêmes (*ibid.*). Le consommateur peut également, pour atténuer sa culpabilité de ne pas arriver à toujours adopter des comportements responsables parfois contraignants, compenser en sur-investissant les gestes du quotidien (par ex : tout recycler à la maison et prendre l'avion pour partir en vacances) (Barr et *al.*, 2010), ce phénomène est décrit dans la littérature par le terme de « licence morale » (*moral self-licencing*) (Merritt et *al.*, 2010).

### ***2.3.2 Les autres concepts proches à la sobriété***

Nous évoquons ici de manière volontairement rapide les autres perspectives de la recherche académique qui, de notre point de vue, sont proches de la sobriété. L'une, la déconsommation, fait l'objet d'une littérature très parcellaire et les deux autres, consommation collaborative et seconde main, ne peuvent être associées à la sobriété qu'à certaines conditions.

#### ***2.3.2.1 La déconsommation***

Signe des temps, le terme « déconsommation » a fait son entrée dans le Petit Larousse en 2021 et dans le Robert en 2022. Elle y est définie comme une **tendance générale à consommer**

**moins**, à réduire sa consommation. Une recherche Internet sur la définition du terme nous apprend que la déconsommation est envisagée dans le langage courant comme une réaction délibérée de diminution du consumérisme, un renoncement volontaire à la consommation de masse<sup>57</sup>.

La littérature en marketing dans le domaine et utilisant le terme « déconsommation » est assez modeste (e.g Kolli, 2022 ; Guillard, 2023) et c'est Séré de Lanauze et Siadou-Martin (2013) qui nous en donnent la définition la plus précise : « *Du point de vue du consommateur, la déconsommation peut se définir comme un comportement de l'individu visant à réduire de façon volontaire sa consommation, à moins consommer* ». (p.57). La déconsommation est un comportement de réduction générale de la consommation qui vise à répondre aux enjeux sociétaux mais aussi économiques de baisse du pouvoir d'achat. Leur étude qualitative portant sur les formes de déconsommation et les motivations qui y sont rattachées a permis de mieux appréhender quelles sont les pratiques qui y sont associées, elles sont synthétisées dans le tableau 5 ci-après.

**Tableau 5 - Contours de la déconsommation** (Séré de Lanauze et Siadou-Martin, 2013 p.65)

	Arrêt de la consommation	Poursuite de la consommation
Arrêt des achats	<b>Suppression</b> « Supprimer les barres chocolatées »	<b>Auto-production</b> « Faire son pain »
Poursuite des achats	<b>Remplacement</b> « Manger des tartines plutôt que des gâteaux »	<b>Réduction</b> « Manger moins de viande »

Ainsi, les pratiques de déconsommation s'inscrivent dans des démarches de restriction ou de changements modaux. Selon Désaunay (2021), la déconsommation serait un phénomène en augmentation et des tendances à la limitation des consommations se dessinent en France. Elle décrit ce phénomène comme un cheminement de consommateurs en sept étapes vers d'autres formes de consommation qui débute par la prise de conscience et la recherche d'informations sur les conséquences environnementales de leur consommation. La crise du Covid aurait eu un impact décisif dans cette remise en question (Désaunay, 2021).

<sup>57</sup> Les sites consultés pour cette recherche : YouMatter, L'Internaute, BioToutCourt, TV5

### 2.3.2.2 La consommation collaborative

La recherche sur la consommation collaborative est relativement récente puisque les premiers articles académiques datent seulement d'une dizaine d'années. Dans la littérature plus ancienne, la consommation collaborative (Botsman et Rogers, 2010) a été appréhendée sous différents termes comme « partage » (*sharing* ex : Albinsson et Perera, 2012), « consommation basée sur l'accès » (*access-based consumption* Bardhi et Eckhardt, 2012), ou encore « économie de pair à pair » (*peer-to-peer economy* : Weber, 2016). Ce courant, très prolifique, a connu des évolutions conceptuelles depuis les prémices mais les éclairages donnés sur sa définition divergent encore (Eckhardt et *al.*, 2019 ; Herbert et Collin-Lachaud, 2017 ; Malecka et *al.*, 2022) et les bases théoriques sont peu développées (Benoit et *al.*, 2017 ; Ertz et *al.*, 2019).

De leur analyse systématique<sup>58</sup> des articles les plus cités de la littérature, Wei et *al.* (2021) ont établi un historique de la recherche révélant les évolutions des modèles empiriques et délimité un champ conceptuel de la consommation collaborative sur lequel nous avons choisi de nous appuyer. Ainsi, nous retiendrons que la consommation collaborative est destinée à **répondre à des besoins temporaires de consommateurs** pour des produits ou services sans transfert de propriété. **La transaction** entre particuliers **porte sur l'usage et non sur la possession**. En outre, la consommation collaborative est caractérisée par des phénomènes de co-création : co-consommation (partage de ressources) et de co-production (participation temporaire à la production et création de valeur pour les autres consommateurs avec les systèmes d'évaluation notamment) (Wei et *al.*, 2021). Ainsi la vente entre particuliers de biens d'occasion ou la location de voiture par des entreprises spécialisées ne rentrent pas dans ce champ. En outre, si les phénomènes de partage existent depuis longtemps et bien qu'ils soient au cœur même de la consommation collaborative, ils s'en distinguent par deux caractéristiques : l'exigence d'une **rémunération ou d'une compensation** (Belk, 2014) **et le recours à une plateforme intermédiaire** (Benoit et *al.*, 2017 ; Eckhardt et *al.*, 2019 ; Perren et Kozinets, 2018). Cette plateforme met en relation de parfaits étrangers et « organise » la confiance grâce à un système de contrôles, d'évaluations et d'avis (Benoit et *al.*, 2017 ; Boudot-Antoine et *al.*, 2017 ; Decrop, 2017 ; Wei et *al.*, 2021) : Airbnb, Abritel Homeaway (location de logements), BlaBlacar (co-voiturage), Über (taxi), Frizbiz, Needhelp (bricolage) ...

Le modèle de la consommation collaborative est devenu très populaire et son essor est lié à deux tendances contradictoires : le consumérisme et le développement durable (Malecka et *al.*,

---

<sup>58</sup> SLNA : Systematic Littérature Network Analysis



2022). Bien que la littérature ait présenté la consommation collaborative comme un moyen d'adopter des comportements durables à travers les principes du partage de biens et d'un accès plus équitable aux ressources (Ertz et *al.*, 2018 ; Martin, 2016), l'utilitarisme est la vision qui prédomine au sein des utilisateurs dans le recours à la consommation collaborative (Herbert et Collin-Lachaud, 2017). En effet, les bénéfices envisagés sont essentiellement égocentrés. Ils sont d'ordre économique (moins dépenser), pratique (avoir un accès facilité aux ressources), hédonique (vivre des expériences) et sécuritaires (éviter les contraintes de la propriété) (Benoit et *al.*, 2017 ; Ertz et *al.*, 2018). Les motivations d'ordre social et environnemental, bien que présentes, sont beaucoup moins importantes (Benoit-Moreau et *al.*, 2017 ; Hüttel et *al.*, 2018). La recherche a par ailleurs mis en évidence l'existence d'un écart entre comportement et attitudes dans ce domaine et seuls les individus déjà concernés au départ par l'écologie verraient dans la consommation collaborative un moyen de préserver l'environnement (Hamari et *al.*, 2016). D'autre part, la consommation collaborative, qui peut être considérée comme une innovation disruptive (Botsman et Rogers, 2010), a engendré des pratiques commerciales qui sont pour certains auteurs symptomatiques des dérives du capitalisme et ont participé à son expansion (Juge et *al.*, 2019), parfois de façon déloyale (Belk, 2014 ; Decrop, 2017 ; Martin, 2016).

Néanmoins, d'un strict point de vue conceptuel, la consommation collaborative se situe bien dans un schéma de consommation responsable car elle promeut des pratiques plus durables comme la mutualisation des ressources, l'usage plutôt que la propriété, l'occupation de logements vides ou le co-voiturage (Botsman et Rogers, 2010) – même si ces dernières sont favorisées pour des motifs uniquement utilitaires (Ertz et *al.*, 2018). Cependant, pour se placer dans la sobriété cette consommation doit être **motivée par la volonté d'éviter de gaspiller des ressources et s'insérer dans une optique de réflexion sur les besoins et les possessions** (Guillard, 2021). Utiliser BlaBlaCar pour économiser de l'argent et ensuite pouvoir s'acheter plus de vêtements est un exemple typique d'effet rebond, très éloigné des pratiques de consommation sobre.

### 2.3.2.3 La seconde main

Roux et Guiot (2008) ont défini l'**achat d'occasion** comme « *l'acquisition d'objets de seconde main par des modes et lieux d'échange souvent spécifiques* » (p.66). Ces lieux spécifiques sont les plateformes digitales spécialisées (le Bon Coin, Vinted), les friperies, dépôts-vente, brocantes, recycleries... Ce marché est estimé en France à 7 milliards d'euros. Le prêt à porter en est le premier secteur : 7 personnes sur 10 achètent des vêtements de seconde main et ces

achats ont bondi de 140% en deux ans<sup>59</sup>. Les jeunes en sont les principaux consommateurs (Gentina, 2021).

Dans la littérature les phénomènes de consommation collaborative et de seconde main sont souvent imbriqués et les études sur les profils et motivations des consommateurs ne les distinguent pas toujours. Guiot et Roux (2010) ont montré que l'achat de produits d'occasion est motivé à la fois par les **types de produits recherchés et le canal** par lequel ils sont vendus. Ils ont identifié quatre grands types de motivations : des motivations « critiques » (éviter les circuits traditionnels, préoccupations pour l'éthique et l'écologie), des motivations expérientielles liées à la nature de l'offre (comme la nostalgie ou l'originalité) ou aux méthodes de vente (comme les contacts sociaux ou la chasse au trésor) et des motivations économiques liées au prix. Les recherches ultérieures ont également mis en lumière des raisons économiques et environnementales pour l'achat de produits d'occasion (Ek Styvèn et Mariani, 2020 ; Gullstrand Edbring et *al.*, 2016). On peut toutefois noter que le degré respectif de ces motivations varie en fonction des types de produits et des canaux de vente (Benoit-Moreau et *al.*, 2017).

Le marché de l'occasion permet d'accroître la durée de vie des produits et d'éviter le gaspillage et la production de produits neufs mais il engendre également des effets pervers car il favorise l'accélération des objets possédés. Sur le marché du textile notamment, pouvoir revendre facilement grâce aux plateformes dédiées est souvent un encouragement à acheter davantage et plus souvent (Juge et *al.*, 2022).

Ainsi, à l'instar de la consommation collaborative, la seconde main peut être considérée comme une pratique apparentée à la sobriété dans la mesure où le consommateur choisit de s'y adonner pour des raisons écologiques, éthiques et en limite le recours.

---

<sup>59</sup> Étude fintech Tripartie janvier 2022

En reprenant de manière approfondie la littérature marketing sur les principales perspectives qui étudient les changements volontaires opérés par les individus dans leur consommation, nous avons montré que ces courants ont été diversement exploré dans la recherche et que leurs frontières sont parfois mal définies. Les pratiques qui en découlent peuvent prendre différents visages et l'ensemble des courants présentés couvre une pluralité de réalités. Les attitudes sous-jacentes sont encore à identifier précisément car le fait de décider de consommer moins peut être motivé par des considérations écologiques, sociales mais aussi politiques ou par des besoins de construction identitaire. En revanche, les normes culturelles dominantes restent encore, dans le cas de la consommation collaborative et de la seconde main notamment, celles de la consommation de masse.

## Conclusion du chapitre 1

La vision anthropocentrique occidentale dominante du monde place aujourd'hui la planète dans une situation d'irréversibilité au niveau écologique. Capitaliste par essence, le paradigme social dominant repose sur la croissance des économies, plus exactement du PIB qui entretient productivisme et consumérisme générateurs d'externalités négatives (Kilbourne et *al.*, 1997) tant au niveau environnemental (épuisement des ressources, pollution) qu'humain (accroissement des inégalités, perte de sens).

Ainsi, le courant de la décroissance qui connaît un écho grandissant dans la littérature académique prône une sortie de l'idéologie capitaliste. Il milite pour l'instauration démocratique de nouvelles règles politiques et économiques favorisant la baisse de l'impact environnemental par une réduction de la production et de la consommation, dans une optique de justice sociale et de bien-être collectif (Parrique, 2022). Si cette vision est souvent critiquée pour son manque de précision et sa faisabilité limitée, elle n'en interroge pas moins au niveau macro-économique les mécanismes sociétaux et leurs répercussions au niveau individuel.

En effet, devant l'urgence environnementale, le besoin de promouvoir des modes de vie bas carbone compatibles avec les limites planétaires semble faire consensus. Depuis quelques temps devant la multiplication des épisodes climatiques extrêmes et la guerre en Ukraine, les pouvoirs publics semblent avoir compris qu'il était nécessaire de réduire la dépendance aux énergies fossiles. Jusqu'à présent cependant le discours politique dominant tendrait plutôt à favoriser des solutions techniques dans l'optique d'une « croissance verte » (Jackson, 2017). De nombreux auteurs ont toutefois constaté que ces stratégies, dites de découplage, se révèlent insuffisantes à elles seules et qu'elles doivent être associées à une modération de l'utilisation des ressources (Bonneuil, 2021).

Par ailleurs, le GIEC, dans le troisième volet de son rapport (IPCC, 2022), prône quant à lui la sobriété comme étant la solution pour limiter dès le départ la demande en énergie, en eaux, en terres et en matériaux<sup>60</sup>. En plus de mesures politiques et d'actions des entreprises, ce sont également les pratiques quotidiennes des citoyens-consommateurs en matière de consommation énergétique, matérielle et numérique qui seront décisives (Guillard, 2021 ; Villalba, 2023), bien que les freins soient encore nombreux et notamment en termes d'acceptabilité culturelle et

---

<sup>60</sup> Résumé pour décideurs note 60

sociale. Notion ancienne rattachée à la modération, la sobriété est ainsi revenue sur le devant de la scène notamment dans le discours politique pour ce qui concerne les usages énergétiques. En revanche, comme nous avons pu le constater dans ce premier chapitre, la notion de sobriété au sens strict du terme est encore peu présente dans la littérature marketing en français, elle l'est un peu plus en anglais sous le terme de « *sufficiency* ». La sobriété induit des changements de pratiques de consommation qui vont des réductions absolues à des procédés de partage en passant par des changements modaux ou l'utilisation prolongée des biens (Sandberg, 2021) dans l'objectif de consommer moins et si l'on consomme, de consommer mieux. Ces modalités sont proches de celles décrites par différents courants de la littérature : anti-consommation, consommation socialement responsable, déconsommation et dans une moindre mesure consommation collaborative et seconde main qui sont le plus souvent bien documentées.

La sobriété, présentée comme un discours de restriction, reste connotée négativement dans le débat public et l'adoption de pratiques sobres demande de changer une partie de ses modes de vie et de consommation. Nous avons donc considéré qu'il était pertinent de nous interroger sur la façon dont les individus naviguaient entre leurs rôles sociaux et plus particulièrement sur celui de consommateur. Nous cherchons également à savoir comment opère la socialisation à l'écologie et l'intégration de pratiques de consommation nouvelles. Ces concepts nous conduisent à nous intéresser aux divers processus de socialisation sur lesquels nous allons nous pencher au chapitre 2 de cette revue de littérature.



## **Chapitre 2.**

### **La socialisation, un processus de formation et de transformation : de l'individu comme entité sociale au consommateur**

#### Introduction du chapitre 2

#### Section 1 : La socialisation comme construction sociale de l'individu

- 1.1 L'identité, un rapport dynamique entre soi et le monde
- 1.2 L'approche piagétienne de la socialisation : l'importance accordée aux stades de développement cognitifs
- 1.3 Étude des trois approches majeures de la socialisation en sociologie
  - 1.3.1 Le fonctionnalisme ou une lecture systémique de la socialisation
  - 1.3.2 Une approche socio-culturelle de la socialisation : l'incorporation de l'*habitus* comme théorie de la socialisation chez Bourdieu
  - 1.3.3 La socialisation comme construction sociale de la réalité : de l'interactionnisme à la sociologie phénoménologique

#### Section 2 : La socialisation comme apprentissage de la consommation

- 2.1 Les principales perspectives de la socialisation utilisées dans la recherche en marketing
  - 2.1.1 La socialisation dans la perspective du développement cognitif : l'importance accordée à un processus en différents stades.
  - 2.1.2 La socialisation du consommateur dans une perspective de développement social : l'importance accordée aux interactions avec les agents socialisateurs.
  - 2.1.3 La socialisation dans une perspective socio-culturelle : le rôle actif de l'enfant dans sa propre socialisation
- 2.2 Tour d'horizon des principaux agents socialisateurs
- 2.3 La socialisation aux comportements pro-environnementaux

#### Conclusion du chapitre 2

## Introduction du chapitre 2

En raison de son intérêt pour la compréhension des dynamiques sociales, la socialisation est étudiée dans différentes disciplines scientifiques et le concept est à ce titre considéré comme central en sciences humaines et sociales (Dubar, 2022 ; Goudarzi et Eiglier, 2006). Il fait toutefois toujours l'objet de « *vifs questionnements* » (Riutort, 2013 p.63).

Les premières recherches sur les processus de socialisation sont apparues en sociologie au début du 20<sup>ème</sup> siècle avec les travaux d'Émile Durkheim<sup>61</sup> en France, de George-Herbert Mead aux États-Unis ou de Georg Simmel en Allemagne. Elles ont ensuite connu des prolongements en psychologie et psychologie sociale dans les années 30 (Maccoby, 2007). L'extension de ces questionnements au marketing a été plus tardive (*e.g.* Roedder-John, 2001) avec dans les premiers temps un large focus sur l'enfant-consommateur (Courchesne et *al.*, 2021 ; Dotson et Hyatt, 2005 ; Goudarzi et Eiglier, 2006).

Si dans le langage courant la socialisation fait référence au **processus d'intégration à la société** et implique la conformité aux normes sociales, et plus précisément aux attentes de la société (Lahire, 1998, 2004 ; Moschis, 1987 ; Watne et *al.*, 2011), chaque champ disciplinaire vient en préciser les contours spécifiques<sup>62</sup>.

Selon Goudarzi et Eiglier (2006) c'est dans **la nature des interactions** que l'individu entretient prises en considération dans les études, que se situe la nuance entre les disciplines :

- relations à soi en psychologie : identité personnelle, conscience de soi.
- relations à la sphère sociale (individus, groupes, organisations et institutions) en psychologie sociale
- relations à un système englobant les sphères culturelles et sociales pour l'anthropologie culturelle et la sociologie.

Pour Lahire (2005) cependant, ces disciplines ne peuvent ignorer les liens qui les unissent depuis leurs fondations. La délimitation de leurs domaines respectifs se situerait davantage dans leur acception de ce que revêt « le social ». Plus précisément c'est **l'échelle d'observation** la plus communément retenue par chaque discipline qui les différencie : échelle des individus pour les différentes psychologies, échelle des groupes en sociologie. Néanmoins, il encourage les

---

<sup>61</sup> « Une première occurrence de la notion de socialisation surgit, en 1902, dans la leçon inaugurale prononcée par Durkheim à la Sorbonne. Un second emploi se retrouve, en 1911, dans l'article « Éducation » du Nouveau dictionnaire de pédagogie. » Dubreucq (2017 p.16)

<sup>62</sup> Voir en annexe 2 pour une revue de différentes définitions de la socialisation



sociologues à se convaincre que les « *réalités individuelles sont socialement produites* » (*ibid.* p.155) afin de légitimer une étude des variations individuelles dans un cadre qui demeurerait toutefois macro-social.

Quand la littérature en marketing reprend le concept de socialisation elle s'appuie majoritairement sur des approches théoriques en psychologie du développement. Elle puise en effet essentiellement ses analyses dans les approches behavioristes et cognitivistes. Ainsi, en marketing, le thème de recherche le plus répandu est celui des relations entre l'individu et le système de consommation : notamment comment l'enfant (Courchesne et *al.*, 2021 ; Goudarzi et Eiglier, 2006), apprend la consommation à travers un ou des processus de socialisation. L'autre thématique majeure étudiée dans le cadre de la socialisation du consommateur est celle de l'évolution des comportements de consommation au cours des phases de la vie (*e.g.* Moschis, 1987).

Cependant, des relectures sociologiques – qualifiées de bourdieusiennes et post bourdieusiennes – ont été entreprises depuis le milieu des années 90 (Rémy et *al.*, 2015 ; Trizzulla, 2018) en matière de socialisation du consommateur.

Notre sujet de recherche étant centré à la fois sur une prise de conscience écologique (socialisation « sociale »), les injonctions à la sobriété qui en découlent et les changements de pratiques de consommation induites (socialisation du consommateur), nous nous sommes intéressée aux **théories de la socialisation** qui sont susceptibles de nous permettre de mieux cerner les processus en œuvre et interpréter les données qui seront collectées lors de notre travail de terrain. Les frontières entre les domaines étant parfois poreuses, nous avons choisi de structurer ce chapitre comme suit :

- La première section sera dédiée au **rôle de la socialisation dans la construction sociale des identités**. Nous nous intéresserons aux perspectives offertes par la psychologie piagétienne et par différents courants de la sociologie. Elles nous apprendront comment le concept, en traversant l'histoire des sciences sociales, s'est développé et a évolué.
- Considérant, dans la lignée de Fiske (1992) que la consommation est un univers social nécessitant une approche spécifique de la socialisation, nous consacrerons la deuxième section à l'étude des **principales approches de la socialisation du consommateur** et nous nous pencherons ensuite plus spécifiquement sur la littérature, plus émergente, consacrée à la **socialisation environnementale** et à ses répercussions sur les habitudes de consommation.

## Section 1 : La socialisation comme construction sociale des identités

---

Bien qu'il existe différentes acceptions et implications du concept de socialisation, la formulation de Darmon (2023) se distingue par sa clarté et sa simplicité et servira de ce fait de base à notre exploration. Elle définit la socialisation comme étant « [la] façon dont la société forme et transforme les individus » (Darmon, 2023 p.7). La socialisation conduisant à façonner l'identité sociale (Dubar, 2022), nous préciserons tout d'abord brièvement la notion d'identité. Nous nous attacherons ensuite à étudier comment différents courants de la psychologie et de la sociologie ont envisagé la notion de socialisation et la place qu'ils accordent aux processus, aux instances en présence, leurs rôles et leurs effets.

Compte tenu de la pluralité des approches en présence, nous avons choisi d'adopter une perspective historique qui permet de mieux saisir les apports spécifiques de chaque conception.

### 1.1 L'identité : un rapport dynamique entre le soi et le monde

Bien que le sujet soit d'importance, nous n'avons pas opté dans ce travail doctoral pour une approche en termes d'identité et des théories qu'elle mobilise. C'est en effet le(s) processus qui façonne(nt) l'identité qui font l'objet de notre attention et non l'identité en elle-même.

Il n'est cependant pas envisageable, lorsque l'on aborde la question de la socialisation, de ne pas évoquer la construction identitaire car - nous le verrons dans la courte analyse qui suit - elle est inextricablement liée à la socialisation puisqu'elle en est le fruit (Paugam, 2018).

Il existe de nombreuses publications académiques traitant de la notion d'identité et autant de perspectives pour en définir le cadre (Decoopman et *al.*, 2010 ; Marion 2003 ; Mucchielli, 2021 ; Özçağlar-Toulouse, 2005 ; Parmentier et Rolland, 2009). En psychologie, ce sont les travaux d'Erikson (1968) pour l'identité individuelle et ceux de Tajfel (1972) pour ce qui concerne l'identité sociale qui font référence (Marion, 2003). En sociologie, ce sont les contributions de Mead<sup>63</sup> (1934) qui ont concouru à envisager l'identité (constitution du « Soi ») comme produit de la socialisation (Paugam, 2018). En marketing, et plus particulièrement dans le domaine du comportement du consommateur, la recherche a souligné la place importante occupée par les activités de consommation dans la construction identitaire des individus (*e.g.*

---

<sup>63</sup> Lorsque nous ne le précisons pas, « Mead » fait référence à G-H Mead

Belk, 1988 et 2013 ; Maciel et Wallendorf, 2021 ; Özçağlar-Toulouse, 2005 ; Schau et *al.*, 2009).

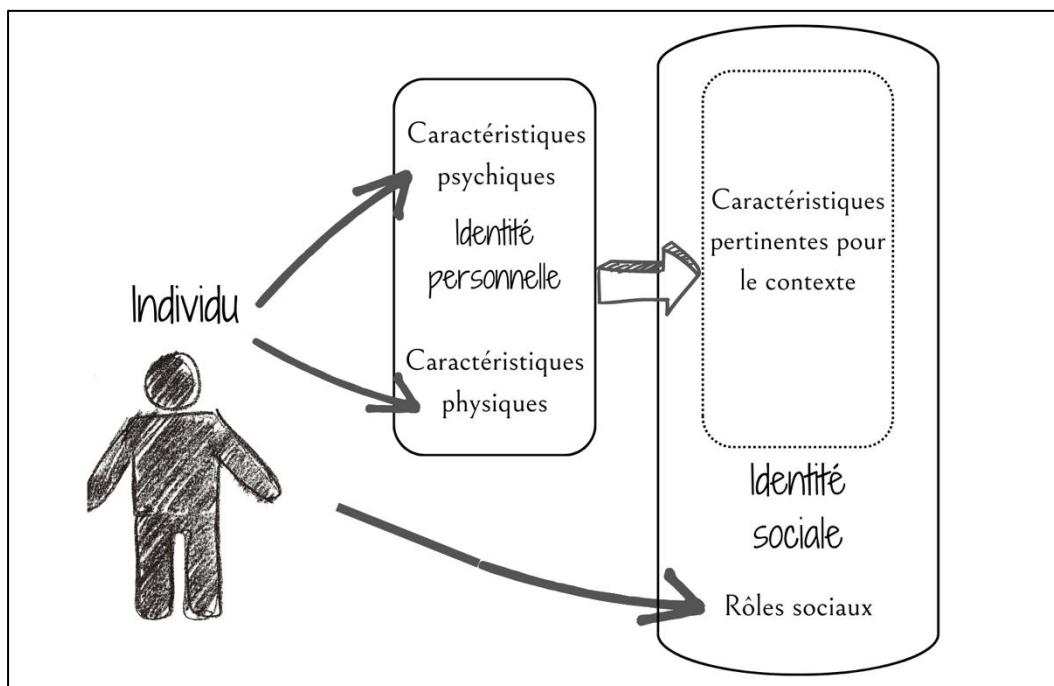
Les différentes lectures que nous avons faites sur le sujet nous permettent de tenter une proposition synthétique, entreprise difficile tant les différentes approches sont morcelées (Mucchielli, 2021). Ainsi, il apparaît que chaque personne est pourvue d'une conscience de soi unique et distincte qui définit son identité personnelle. L'identité doit donc en premier lieu être pensée comme un phénomène individuel. D'autre part, l'identité doit également se considérer comme étant la manière dont l'individu a construit et synthétisé des rapports personnels signifiants avec son environnement (Mucchielli, 2021 ; Parmentier et Rolland, 2009). Par conséquent, comme le soulignent Decoopman et *al.* (2010) : « *le travail identitaire revêt deux dimensions symétriques : l'identification et la différenciation* » (*ibid.* p. 9). Deux idées clés se dégagent de ce qui précède :

- L'identité est de nature relationnelle, c'est un **rapport**, aux autres et aux éléments, elle ne peut exister intrinsèquement en l'absence de tout contact.
- L'identité est une **construction** renvoyant à l'histoire personnelle de chacun (Parmentier et Rolland, 2009). Produit d'un processus dynamique, elle est construite tout au long de la vie et sujette à transformations en permanence (Berger et Luckmann, 1966 ; Erikson, 1959 ; Mucchielli, 2021). D'ailleurs, les théoriciens actuels de l'identité évoquent de préférence des processus identitaires plutôt qu'une entité stable et permanente.

Ainsi, comme le conclut Marion (2003), la plupart des théories de l'identité et les courants qui les portent, admettent que les formes identitaires ne sont plus automatiquement transmises mais se façonnent « *à travers les expériences de [l'] existence et tout au long de [la] vie, [chacun] construit son identité et la négocie avec les autres* » (*ibid.* p.4).

Pour un individu, on peut distinguer différentes formes d'identité (numérique, de genre, professionnelle, religieuse...) qui sont des sous-ensembles de l'identité personnelle et de l'identité sociale. L'identité personnelle et l'identité sociale sont deux notions relativement indissociables (Parmentier et Rolland, 2009). La figure 5, reprise de Juskenaite et *al.*, 2016, située ci-dessous nous permet de saisir l'articulation entre ces deux notions.

**Figure 5 - Identité personnelle et identité sociale** (Juskenaite et *al.*, 2016 p.263)



À la lecture de cette figure, nous constatons que **l'identité personnelle** d'un individu est constituée par ses caractéristiques propres, physiques et psychiques (Juskenaite et *al.*, 2016). Elle est le produit des socialisations successives (Dubar, 2022) et des expériences vécues tout au long de la vie et permet la construction du « Soi<sup>64</sup> », la conscience de soi et la distinction entre les individus.

L'histoire personnelle se déroulant toujours dans le cadre d'une culture spécifique, l'individu évoluant au sein de différents groupes sociaux va venir enrichir ses caractéristiques propres par des caractéristiques additionnelles relatives à ses rôles sociaux (Marion, 2003) : c'est **l'identité sociale**, dimension propre au sujet mais qui se construit dans l'interaction, par rapport à autrui. (Dubar, 2022 ; Paugam, 2018).

Les processus qui concourent à la production des identités, et plus particulièrement dans sa dimension sociale, sont étroitement liés à la socialisation. Nous allons dans les sous-sections qui suivent nous intéresser à différentes écoles de pensée qui accordent dans leurs réflexions une place importante à la socialisation.

<sup>64</sup> « Ensemble des représentations conscientes qu'une personne possède sur elle-même et qui lui permettent de se décrire » (Juskenaite et *al.*, 2016 p.264).

## 1.2 L'approche piagétienne de la socialisation : l'importance accordée aux stades de développement cognitifs

Les travaux du psychologue suisse Jean Piaget<sup>65</sup> ont fourni une contribution majeure à la psychologie du développement (Florin, 2019 ; Houdé, 2020). Ses travaux s'inscrivent dans une perspective cognitiviste dont les objets d'intérêt principaux sont les processus cognitifs comme par exemple la perception, l'attention, la mémoire, la pensée et les comportements qui en résultent. Piaget s'est intéressé chez l'enfant aux modalités de la construction des connaissances en adoptant une méthodologie fondée sur l'observation, la discussion et le questionnement d'enfants sur la base de situations-problèmes<sup>66</sup>. Le recours à ces situations-problèmes, imaginées pour définir les limites des modes de raisonnement des enfants, lui a permis de développer une **théorie complexe du développement cognitif** (1966) soulignant les constructions successives propres à chaque stade de développement. Selon Piaget, ces constructions marquent une série de paliers hiérarchiques<sup>67</sup>, les **stades** du développement cognitif, universels et qualitativement différents qui sont présentés dans le tableau 6 ci-dessous. Chaque stade comprend à la fois une réorganisation qualitative des processus cognitifs et l'émergence de nouvelles structures cognitives (Brée, 1990 ; Maury, 2008 ; Roedder et *al.*, 1978).

---

<sup>65</sup> Jean Piaget (1896-1980)

<sup>66</sup> Afin de mieux cerner les méthodes de recherche de Piaget, nous avons visionné des vidéos dont celle-ci très explicite : <https://youtu.be/UEoqByYS9XY>

<sup>67</sup> On évoque également un modèle « en escalier » (Florin, 2017 ; Houdé, 2020)

**Tableau 6 - Les stades du développement cognitif selon Piaget (1966, 1967, 1975) adaptés de Florin (2019), Huitt et Hummel (2003) et Roedder-John (2001)**

Stade	Âge	Caractéristiques
Sensorimoteur	0-2 ans	Avant le langage, utilisation des sens, début de l'organisation cognitive. Premiers conditionnements. À la fin de ce stade l'enfant est apte à comprendre l'existence et la permanence des objets.
Préopératoire	2-7 ans	Développement du langage, de la pensée symbolique. Amplification du processus de socialisation, implication de l'Autre mais l'enfant éprouve des difficultés à comprendre que l'on ne soit pas d'accord avec lui.
Opérations concrètes	7-12 ans	Compréhension croissante des relations spatiales et des liens de causalité. Affinement du processus de socialisation, augmentation des interactions.
Opérations formelles	12 ans et +	Développement de la pensée abstraite, hypothético-déductive, intelligence logique et formelle. Compréhension de la relation entre réalité et possibilité. Finalisation de la construction de la personnalité pour s'insérer dans le monde des adultes.

Ainsi, selon Piaget, le comportement est contrôlé par des modèles d'organisation mentales de plus en plus complexes appelés **schèmes** que l'individu utilise pour représenter le monde et désigner l'action et par conséquent agir et penser dans une situation donnée. Ce fonctionnement est motivé par la nécessité biologique d'obtenir un équilibre entre les schèmes et l'environnement. Ce processus, central pour Piaget, nommé **équilibre** conduit l'enfant à passer de l'assimilation (incorporation de nouvelles informations dans une structure cognitive existante) à l'accommodation (modification de la structure cognitive existante). Les deux mécanismes, complémentaires et fonctionnant de pair, rendent possible l'adaptation à l'environnement (Dubar, 2022 ; Florin, 2019 ; Houdé, 2020 ; Huitt et Hummel, 2003). Comme nous pouvons le constater ce fonctionnement, tout en favorisant le progrès, entérine également les acquisitions des stades précédents et il revêt en outre une dimension à la fois individuelle et

sociale (Dubar, 2022). Par ailleurs, le développement implique un rôle actif de l'enfant dans ses interactions avec l'environnement (Houdé, 2020).

En d'autres termes, la socialisation de l'enfant, que Piaget associe le plus souvent à l'éducation et à la morale, est un processus inhérent aux stades du développement. **Les différents stades du développement correspondent à des degrés progressifs de socialisation** et le modèle homéostatique de recherche permanente d'équilibre décrit comment l'enfant s'adapte à son environnement par la mobilisation de capacités mentales et sociales toujours plus complexes (Dubar, 2022). Plus précisément à chaque stade correspond un type de socialisation (Piaget, 1951) : de l'égoïsme initial et l'imitation des toutes premières années, se succèdent les phases de soumission aux contraintes du groupe puis de coopération interindividuelle. Piaget considère que la socialisation de la pensée est achevée quand « *les opérations de l'intelligence individuelle se constituent en fonction d'une coopération interindividuelle (...) : à ce palier de socialisation, il devient impossible de dissocier le social et l'individuel au sein de la pensée, non pas parce qu'ils sont confondus par l'individu lui-même, mais parce qu'ils constituent les deux aspects indissociables d'un même instrument individuel et interindividuel de coordination* » (1951, p.40). Au terme du processus de socialisation on observe une « *réciprocité entre structures mentales et structures sociales* » (Dubar, 2022 p.33).

Le concept de stade de développement tel qu'élaboré par Piaget est aujourd'hui discuté. Les avancées scientifiques et méthodologiques ont permis d'affiner la connaissance des compétences cognitives et sociales des bébés et l'on considère à présent qu'elles ont été sous-estimées dans son modèle (Gollety, 2011 ; Houdé, 2020). De nouvelles théories sont venues remettre en cause la linéarité et les frontières du développement pendant l'enfance et l'adolescence<sup>68</sup> (Florin, 2017 et 2019 ; Houdé, 2020). Il existe en réalité des chevauchements entre les stades (Florin, 2017) : par exemple, un enfant peut démontrer des capacités qui sont supposées apparaître à un stade ultérieur dans certaines situations.

Il est également reproché au modèle de Piaget son caractère endogène et biologique et d'avoir peu pris en considération le rôle des motivations et des émotions, se concentrant sur les aspects rationnels. Il aurait également minimisé l'impact de l'éducation et des interactions sociales (Brée, 2013 ; Courchesne et al., 2021). Plusieurs chercheurs remettent par ailleurs en question l'idée selon laquelle la pensée cesse d'évoluer après le stade formel (Moschis et Smith, 1985).

---

<sup>68</sup> L'adolescent est défini par Fosse-Gomez comme étant un « *individu entre 12 et 18 ans, qui vit au sein d'une famille et fréquente un établissement scolaire* » (1991, p.106).

Le travail mené pendant de nombreuses années par Piaget a cependant permis de changer de manière définitive la manière de considérer les enfants et a accordé une place jusqu'alors inédite à la psychologie de l'enfant (Houdé, 2020).

L'accent mis sur l'action de l'enfant ou de l'adolescent, son rôle actif sur le milieu qui l'entoure, les mécanismes d'assimilation/accommodation que nécessite l'équilibration sont des orientations qui nous fournissent les bases de la compréhension des processus de socialisation. **La socialisation est un apprentissage** : l'individu apprend progressivement à adopter un comportement en concordance avec une situation donnée et les attentes d'autrui. En outre, considérer que dès l'adolescence, l'individu a acquis l'essentiel des normes de son environnement social est une précision intéressante dans le cadre de cette recherche.

Si la psychologie cognitive de Piaget nous éclaire sur les mécanismes individuels qui sous-tendent l'acquisition des connaissances sociales, la sociologie élargit notre compréhension en examinant comment ces connaissances sont transmises, partagées et intégrées dans un contexte social plus large.

### **1.3 Étude des trois approches majeures de la socialisation en sociologie : fonctionnalisme, *habitus* et interactionnisme**

Considérant, plus que la psychologie ne le fait, le poids des structures sociales sur les constructions identitaires, la sociologie a abordé la socialisation de différentes manières au cours du temps. Ne visant pas l'exhaustivité dans ce domaine qui n'est pas notre champ disciplinaire, nous avons choisi de nous référer aux trois approches majeures les plus couramment retenues dans les ouvrages de vulgarisation (*e.g.* Dubar, 2022 ; Riutort, 2013). Ces trois lectures du social présentent entre elles des dualités, parfois de taille, mais n'en sont pas pour autant antinomiques. Nous verrons quelles contributions chacune d'entre elles peut apporter à notre réflexion.

#### ***1.3.1 Le fonctionnalisme ou une lecture systémique de la socialisation***

Dérivé d'une conception organiciste de la société, le fonctionnalisme, que l'on retrouve en sociologie et en anthropologie sociale, procède d'une vision systémique qui accorde aux fonctions le rôle quasi exclusif d'explication des faits sociaux (Delas et Milly, 2015). La fonction représente l'apport d'un élément à l'organisation dont il fait partie dans l'objectif du maintien d'un ordre social stable (Javeau, 2017). La société est considérée comme un ensemble,



un « tout », dont chaque partie participe à son fonctionnement. L'élément humain, perçu comme une série de fonctions, ne fait pas exception et doit par conséquent s'adapter au système (Kuvavic, 1972). « *On saisit l'homme non pas en tant que personne humaine, mais en tant que porteur d'une fonction sociale déterminée, d'un rôle à assumer dans le cadre du système et en fonction de la place que l'individu y occupe* » (Kuvavic, 1972 p.98).

Ce courant a acquis une certaine audience avec les travaux de Talcott Parsons<sup>69</sup> et de Robert King Merton et bien que très critiqué, a influencé de façon directe ou indirecte de nombreuses recherches qui se sont positionnées dans la lignée des précurseurs mais également en réaction aux idées qu'ils ont développées (Rocher, 1971).

Auteur d'un ensemble conséquent de travaux qui couvrent un vaste domaine de sujets offrant par ailleurs un riche cadre conceptuel et analytique (Lallement, 2017 ; Rocher 1971), Parsons s'est attaché tout au long de sa carrière à délimiter les contours de la sociologie, sa place et ses contenus (Rocher, 1972). Une de ses contributions majeures est une **théorie générale de l'action**<sup>70</sup> qualifiée de « structuro-fonctionnaliste ». En effet, pour Parsons, l'action sociale, (centrale dans son analyse) possède les caractéristiques d'un système c'est-à-dire qu'elle est constituée d'éléments interdépendants dont les mouvements et interactions sont orchestrés de manière ordonnée et déterminée pour dégager des structures et des procédures (Rocher, 1972). Ce système doit être appréhendé par les fonctions qui le composent, chaque action étant déterminée par sa fonction dans la structure sociale (Delas et Milly, 2015 ; Mocellin, 2022).

Le système social parvient à se constituer et à se stabiliser car l'action des acteurs (individus, groupes ou collectivités) est déterminée par une fin (optique téléologique). Cette fin repose sur des **critères normatifs**, la norme présentant un caractère explicatif majeur pour Parsons (Delas et Milly, 2015 ; Dubar, 2022). Dans cette « *conception normative de l'action* », l'acteur a « *le choix des moyens alternatifs destinés à atteindre une fin dans la mesure où la situation autorise un tel choix* » mais n'a pas de prise sur « *les conditions de l'action* » (Parsons, 1937 p.44). L'acteur ne contrôle donc que partiellement son environnement, il est en partie contraint par des normes, des valeurs et des règles qui orientent l'action individuelle (Dortier, 2009 ; Guhin

---

<sup>69</sup> Talcott Parsons (1902-1979) et Robert King Merton (1910-2003)

<sup>70</sup> « *Les éléments de la théorie générale de l'action sont répartis un peu partout dans l'œuvre de Parsons. On les trouve principalement dans The Structure of Social Action (1937), Toward a General Theory of Action (1951), Working Papers in the Theory of Action (1953) et un bon nombre d'articles* » (Rocher, 1972).

et al., 2021). Elles sont communes à la société et sont « *l'expression symbolique des préférences collectives* » (Lallement, 2017 p.103).

La survie et la stabilité du système sont subordonnées à quatre impératifs fonctionnels regroupés sous le sigle LIGA (AGIL en Français) (Parsons, 1951) :

- *Latent pattern* (latence ou stabilité normative) : maintien des valeurs et gestion des tensions
- *Integration* (intégration): coordination nécessaire entre les acteurs
- *Goal* (poursuite des buts) : capacité à atteindre les objectifs
- *Adaptation* : adaptation à l'environnement physique

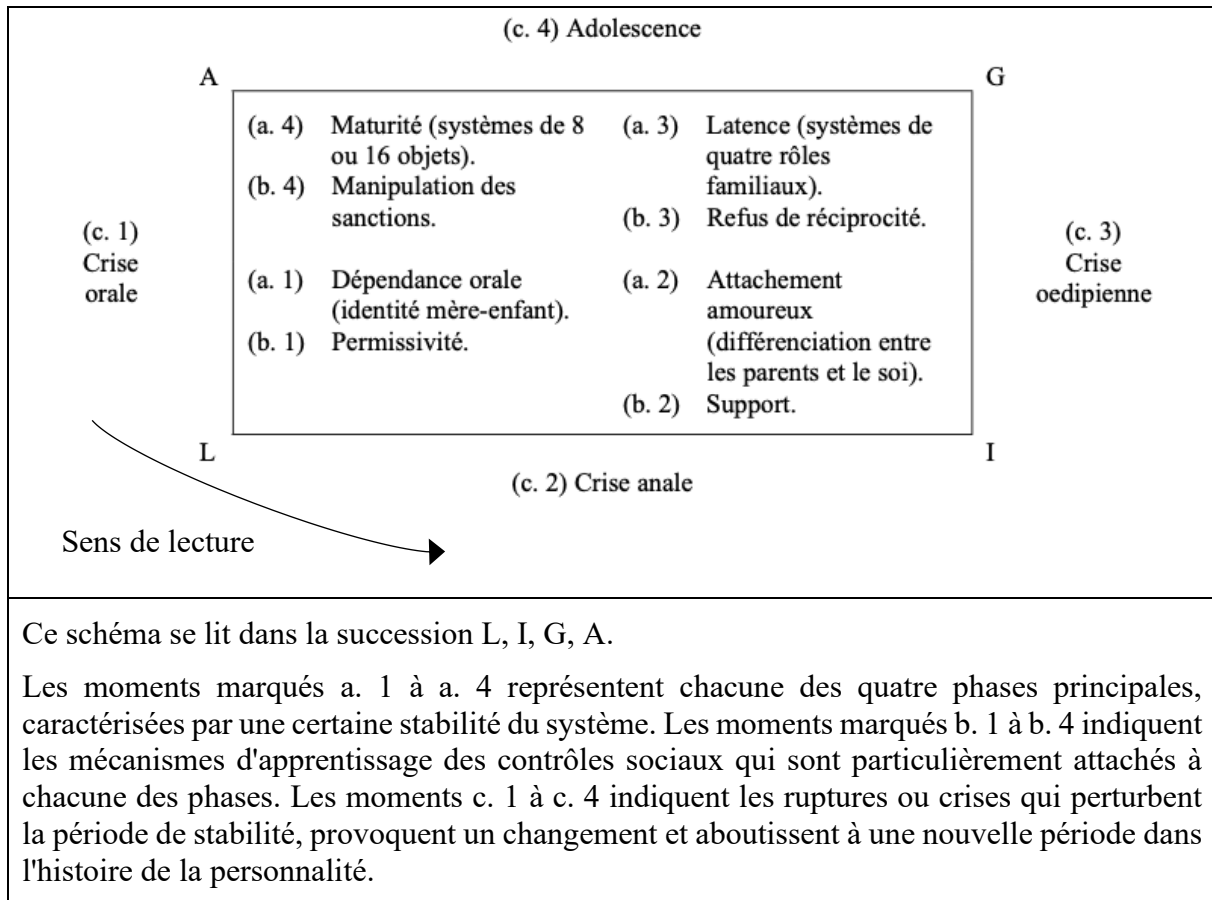
À partir de cette conception de la société on peut aisément comprendre que la socialisation comme inculcation de normes revête pour Parsons une importance majeure : « *Dans la mesure où la socialisation harmonise les conduites, les attentes, les capacités d'adaptation des acteurs, elle est au fondement de l'ordre social* » (Dubet et Martucelli, 1996 p.522). Elle en assure la stabilité et la continuité (Guhin et al., 2021 ; Parsons, 1972). Au travers du processus de socialisation, **l'individu intériorise ces prérequis fonctionnels** (Dubar, 2022). La socialisation est en effet pour Parsons une forme d'apprentissage par laquelle les acteurs acquièrent « *les orientations requises pour un fonctionnement satisfaisant dans un rôle* » (Parsons, cité par Guhin et al., 2021). C'est plus particulièrement ce qu'il nomme « le sous-système culturel », c'est-à-dire la famille, l'école ou la religion, qui est en charge du maintien des normes et des valeurs (Delas et Milly, 2015 ; Dortier, 2009 ; Rocher, 1972).

Inspirée notamment par les travaux de Piaget, dont il partage la conception de la socialisation comme un apprentissage, la théorie de la socialisation de Parsons s'organise autour de phases de développement qui ne se succèdent pas de manière continue mais plutôt selon un mouvement de spirale (Dubar, 2022 ; Rocher, 1972) : « *La personne passe d'une phase de relative stabilité à un état de crise dont la solution amène une nouvelle phase de stabilité, située à un niveau plus élevé d'organisation et de fonctionnement* » (Rocher, 1972 p.123)<sup>71</sup>. Le détail des différentes phases est présenté dans la figure 6.

---

<sup>71</sup> Nous avons délibérément choisi de ne pas consacrer davantage de place à l'explication des différentes phases, assez fastidieuse et complexe, car elles ne nous intéressent pas *per se* mais plutôt ce qu'elles révèlent de la conception fonctionnaliste. Pour une explication détaillée : Rocher, 1972 p123-129.

**Figure 6 - Le système LIGA et la socialisation de Parsons** (1955, cité par Rocher, 1972 p. 123)



Envisagée comme le dernier point de rupture, l'adolescence marque la maturité de la personnalité. Compte tenu de notre terrain de recherche, les jeunes de 17 à 25 ans, nous nous sommes donc attardée sur la conception de l'adolescence dans ce modèle. Les expériences sociales qui interviennent à l'adolescence et la post-adolescence se multiplient, se font au-delà de l'univers familial et permettent l'apprentissage de nouveaux rôles (professionnels par exemple) par un processus d'adaptation volontaire cette fois. **À la fin de ce stade, les valeurs liées à la vie adulte sont supposées être intériorisées.** Par ailleurs, Parsons a été l'un des premiers sociologues à évoquer l'existence d'une sous-culture de la jeunesse, sorte de refuge, en réponse aux injonctions et tensions des sociétés industrielles.

Comme nous pouvons le constater, le processus de socialisation développé par Parsons est **calqué sur les impératifs fonctionnels de la société** (le système LIGA). Il repose sur la recherche par les agents socialisateurs, eux-mêmes socialisés de cette manière, d'une conformité des acteurs aux normes et valeurs, d'une adaptation de la personnalité au système

social (Dubar, 2022), ce qui n'exclut pas cependant des formes de libre-arbitre (Parsons, 1972). Par ailleurs, dans son modèle, Parsons opère une distinction entre une socialisation primaire essentiellement opérée au sein de la famille et caractérisée par la dépendance et une socialisation secondaire plus égalitaire fondée sur des interactions dans un cadre élargi. Pour autant, il considère que le cadre prépondérant reste celui de la famille car comme il l'écrit : « *socialiser un individu c'est bien le rendre semblable aux autres membres du groupe et en particulier à ses parents* » (cité par Dubar, 2022 p.72).

La vision des objectifs et des mécanismes de socialisation avancés dans la théorie de Parsons ont fait l'objet d'un certain nombre de critiques. La principale d'entre elles porte sur le fait que sa conception, construite du point de vue de sa fin, légitimise l'ordre établi et qu'elle laisse peu de place au pouvoir et à l'agentivité des acteurs (Dubar, 2022 ; Guhin et *al.*, 2021). Sa conception sursocialisée<sup>72</sup> de la société induit une **continuité entre les générations**, par la transmission de normes et valeurs, ce qui concourt à une forme d'immobilisme. Il lui est également reproché en construisant son approche autour de ces notions de valeurs et de normes d'en avoir paradoxalement peu exploré les significations (Boucher, 1972) tout en les sous-entendant universelles (Chazel, 1964).

Merton (1949), quant à lui, plaide pour un fonctionnalisme dit « de moyenne portée » ou intermédiaire (*middle range theory*), articulant théorie et recherche empirique afin de nuancer les positions de Parsons qu'il juge excessives (Delas et Milly, 2015 ; Lallement, 2017 ; Tabboni, 2003). D'ambition plus modeste que son prédécesseur, il privilégie une voie davantage opérationnelle et considère que la valeur d'un résultat, d'une connaissance ne réside que dans le domaine pour lequel ils ont été conçus, remettant ainsi implicitement en cause les principes d'universalité de la théorie de Parsons. Par conséquent, tout au long de ses travaux, Merton s'est attaché à comprendre certains aspects particuliers du monde social (Giraud, 2004 ; Lallement, 2017) à partir d'une analyse dite « fonctionnelle » qui vise à éclairer « *les relations entre les structures d'un groupe social et les fonctions qu'il remplit* » (Dubar, 2022 p.74). Il a principalement cherché à interpréter les faits par l'étude de leurs conséquences sociales (Giraud, 2004 ; Saint Martin, 2013).

Son appartenance à l'école fonctionnaliste lui donne une vision *finaliste* de la socialisation, qu'il distingue de l'éducation (Darmon, 2023). En se fondant sur une typologie des fonctions

---

<sup>72</sup> « hypersocialisée » selon l'un de ses détracteurs Denis Wrong en 1961 (Cité par Dubar, 2015 : p.56).

qu'il a conçue, Merton établit une lecture des rôles<sup>73</sup> spécifiques à un ensemble social donné (Giraud, 2004). Bien qu'il qualifie les rôles « d'ambivalents » c'est-à-dire que les acteurs sociaux disposent d'une certaine autonomie dans leur interprétation (Giraud, 2004), il conçoit la socialisation comme **l'apprentissage de normes et de valeurs d'un groupe** qui impose des statuts et les rôles qui en découlent (Saint Martin, 2013 ; Riutort, 2013)

C'est au travers d'une étude portant sur des étudiants en médecine<sup>74</sup> et d'une enquête menée sur les soldats américains<sup>75</sup> pendant la seconde guerre mondiale, que Merton précise l'idée de groupe, le sens des notions de **groupe d'appartenance** et de **groupe de référence** hérités de la psychologie sociale (Delas et Milly, 2015 ; Dubar, 2022 ; Lallement, 2017 ; Saint-Martin, 2013) et leur rôle dans le processus de socialisation.

Le groupe est défini par des critères objectifs : un ensemble relativement stable mais non statique d'individus liés par des interactions, et des critères subjectifs : sentiment d'appartenance, définition de la qualité de membre ou de non-membre (Saint Martin, 2013).

Le groupe d'appartenance est le groupe d'origine, il intervient très tôt dans la socialisation à travers sa dimension familiale. Le groupe de référence, est un groupe auquel on aspire à appartenir ou auquel on s'identifie, il peut être pluriel. Merton distingue deux types de socialisation destinées à faciliter l'insertion dans le groupe de référence :

- Une socialisation normative que l'on pourrait qualifier aujourd'hui de « socio-professionnelle » : en se penchant sur la formation des jeunes médecins, il décrit un mécanisme de socialisation qualifié d'« apprentissage indirect » différent de l'éducation, qui, au contact des enseignants, des pairs et des patients transmet les conduites, normes et valeurs nécessaires à l'intégration dans le groupe de référence c'est-à-dire les rôles sociaux afférents au statut de médecin (Darmon, 2023 ; Saint Martin, 2013).
- Une « socialisation anticipatrice » de nature fonctionnelle : le groupe de référence exerce une influence dans l'orientation de la socialisation dans la mesure où l'individu cherche à acquérir les normes et valeurs de ce groupe pour tenter de l'intégrer et y faciliter son adaptation (Darmon 2023 ; Delas et Milly, 2015 ; Dubar, 2022 ; Saint Martin, 2013).

---

<sup>73</sup> Le rôle est un concept central chez Merton (Dubet et Martuccelli, 1996)

<sup>74</sup> R.K. Merton, G.C. Reader, et P.L. Kendall (1957) *The Student physician*, Cambridge, Harvard U. P., cité par Darmon, 2023 p.79.

<sup>75</sup> *The American Soldier*

Dans les deux cas, Merton accorde une place importante aux **processus de socialisation adulte** et considère « *la socialisation comme continue tout au long du cycle de vie* » (Merton, 1957, cité par Darmon, 2023 p.79).

Bien que les travaux de Merton soient venus infléchir ceux de Parsons, les théories fonctionnalistes surestiment l'homogénéité culturelle de la société. Accusé entre autres de « faire de l'homme un automate » et de l'individu un être manipulé (Bourricaud, 1975), le fonctionnalisme a subi le feu de nombreuses critiques. Il continue néanmoins d'influencer une grande partie de la sociologie moderne qui entreprend d'en transposer les théories aux mutations des sociétés actuelles (Darmon, 2023).

Dans l'esprit du fonctionnalisme, les groupes sociaux sont complémentaires et la mobilité entre les groupes est relativement restreinte. Bien que la sociologie de Pierre Bourdieu soit plus nuancée, on peut, à la lecture des processus de socialisation tels qu'il les conçoit, retrouver ces mécanismes de reproduction des structures sociales.

### ***1.3.2 Une approche socio-culturelle de la socialisation : l'incorporation de l'habitus comme théorie de la socialisation chez Bourdieu***

Le concept d'*habitus* joue un rôle central dans la théorisation des pratiques sociales de Pierre Bourdieu<sup>76</sup>. On trouve déjà le concept d'*habitus* chez Aristote (*l'hexis*) et plus tard chez des auteurs comme Elias ou Mauss, qui se réfère aux manières de penser et d'agir acquises au cours de l'enfance au travers de la socialisation. Pour Durkheim, il s'agit des comportements homogènes et stables observés dans des univers clos comme les internats ou les monastères (Molénat, 2009). Pour Bourdieu, l'*habitus* est le **produit de la socialisation des individus** et de leurs trajectoires sociales (Bourdieu, 1980). Il joue un rôle déterminant dans la formation des conduites ordinaires : « *l'habitus est ce qui fait que les agents qui en sont dotés se comporteront d'une certaine manière dans certaines circonstances* » (Bourdieu, 1986 p.40).

Bourdieu a longuement cherché à concevoir ce qui prédisposait les individus à croire, agir, sentir et penser d'une certaine manière socialement construite (Trizzulla, 2018). Ces préférences, Bourdieu les nomme **dispositions** et le système de dispositions d'un individu à la pratique forme son *habitus*, « *fondement de conduites régulières* ». (Bourdieu, 1986 p.40). Le sociologue a donné de nombreuses définitions des *habitus*, la plus souvent citée selon Jourdain

---

<sup>76</sup> Pierre Bourdieu (1930- 2002)

et Naulain (2011) étant celle de son ouvrage *Sens Pratique* : « *Système de dispositions durables et transposables, structures structurées prédisposées à fonctionner comme structures structurantes, c'est-à-dire en tant que principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations qui peuvent être objectivement adaptées à leur but sans supposer la visée consciente de fins et la maîtrise expresse des opérations nécessaires pour les atteindre* » (Bourdieu, 1980 p.88). Les dispositions sont acquises lors des processus de socialisation qui engendrent des inclinations relativement stables (Darmon, 2023 ; Husu, 2022 ; Rémy et al., 2015) mais qui, s'exprimant dans les pratiques quotidiennes, permettent également « *de faire face à des situations imprévues* » (Bourdieu, 1972 p.175). Les dispositions sont incorporées par l'individu et conditionnent la manière dont il perçoit, pense et interagit avec le monde et lui permettent de se comporter de manière adaptée dans différentes situations (Rémy et al., 2015). Par conséquent, nous comprenons que l'*habitus* est à la fois produit - de la socialisation, et producteur - de pratiques régulières ou nouvelles (Delas et Milly, 2015).

Les dispositions se forment au sein de l'*habitus* par un « *système acquis de schèmes générateurs* » (Bourdieu, 1980 p.92) : « *schèmes de perception (manières de percevoir le monde), d'appréciation (manières de juger) et d'actions (manières de s'y comporter) hérités puis mis en œuvre par les individus* » (Jourdain et Naulin, 2011 p.34). L'acquisition de ces schèmes « *ainsi que des manifestations corporelles (l'hexis) que Bourdieu reprend d'Aristote* » (Rémy et al., 2015 p.96) se fait au travers du processus de socialisation primaire : au sein de la famille dans un premier temps puis au sein de l'institution scolaire qui vient renforcer la socialisation familiale (Trizzulla, 2018). La socialisation primaire s'effectue ainsi en deux temps et génère deux *habitus* : un *habitus* primaire et un *habitus* secondaire (Bourdieu, 1976).

La famille, qui se positionne de manière particulière dans l'espace social, est la source des principales acquisitions, les plus décisives et les plus durables également, qui constituent dans un double mouvement d'inculcation et d'appropriation l'*habitus* primaire (Bourdieu, 1979). À l'échelle d'un individu ce prime *habitus* est **particulièrement stable au cours du temps et peu réceptif aux changements**. Bourdieu évoque d'ailleurs l'« *hystérésis* » de l'*habitus* pour signifier la force des conditionnements primaires dans la propension des individus à persévérer dans des comportements issus des dispositions intériorisées. En effet, parfois les structures mentales, les dispositions, évoluent plus lentement (« *à contretemps* ») que les structures sociales et peuvent se monter inadaptées, entraînant par exemple des conflits de générations (Bourdieu, 1980).

Les expériences socialisatrices, d'abord vécues au sein de la famille durant l'enfance, se poursuivent ensuite à l'école (« *le système d'enseignement* »), autre lieu décisif par l'importance temporelle de la socialisation qui s'y déroule. Les fonctions de l'école sont d'inculquer aux enfants des savoirs, des savoir-être et des savoir-faire nécessaires aux interactions dans l'espace social (Trizzulla, 2018). Cependant, dans la sociologie bourdieusienne la culture scolaire est la culture de la classe dominante, elle légitimise la culture bourgeoise, par les codes sociaux et linguistiques qu'elle valorise : « *elle (la scolarité obligatoire) parvient à obtenir des classes dominées une reconnaissance du savoir et du savoir-faire légitime* » (Bourdieu et Passeron, 1970 p.56).

Ces deux phases de la socialisation primaire, qui « *s'accomplit dans un travail pédagogique sans antécédent* » (Bourdieu et Passeron, 1970 p.58) ont par leur force, pour conséquence de conditionner la constitution ultérieure de tout autre *habitus* mais aussi de **favoriser la reproduction sociale**. Bourdieu évoque ainsi la constitution d'un *habitus* de classe, « *habitus de groupe qui résulte de l'homogénéité des conditions d'existence* » (Bourdieu, 1980 p.98). Cet *habitus* de classe produit des effets sur les pratiques des individus (ce qu'ils font, comment ils le font selon ce que leur socialisation leur a inculqué comme conduite adéquate) et sur leurs goûts (ce qu'il convient d'aimer, de valoriser ou de rejeter) (Darmon, 2023). On peut cependant isoler au sein des *habitus* de groupe des variantes : les *habitus* individuels dont la différence « *réside dans la singularité des trajectoires sociales* » (Bourdieu, 1980 p.101).

Par conséquent, pour Darmon (2023) l'intérêt d'une lecture de la théorie de l'*habitus* comme théorie de la socialisation est d'adopter une vision globalisante des structures sociales et dont la famille est le reflet au-delà d'une conception individuelle et réductrice de la genèse d'un individu.

**L'ordre des expériences socialisatrices est déterminant** et « *tout nouveau processus de socialisation doit compter avec les résultats de la socialisation primaire, de ce qu'elle a fait de l'individu* » (Darmon, 2023 p.21). Ainsi la socialisation secondaire qui succède aux expériences de socialisation primaire est en partie conditionnée par ces dernières. La socialisation secondaire intervient dans des cadres institutionnels tels que le travail, les instances culturelles ou religieuses, les partis politiques. La socialisation primaire ayant produit des dispositions transposables dans différents contextes, la socialisation secondaire est plus courte, moins prégnante et vient enrichir par des compétences spécifiques la socialisation primaire (Trizzulla, 2018). En revanche, les choix opérés par les individus au cours de cette seconde étape sont en partie déterminés par les *habitus* de classe précocement incorporés. Le poids des « *expériences*



*primitives* » sur les agents les conduit à privilégier des situations propres à renforcer l'*habitus*, « en s'assurant un milieu auquel il est aussi préadapté que possible ; c'est-à-dire un univers relativement constant de situations propres à renforcer ses dispositions » (Bourdieu, 1980 p. 102). En d'autres termes, les individus sont accoutumés à envisager leur avenir en fonction des expériences du présent et à ne pas envisager ce qui, compte tenu de leur groupe social pourrait s'avérer peu probable (Bourdieu et Passeron, 1970).

Au final, comme produit de la socialisation primaire et secondaire l'*habitus* est une combinaison (Bourdieu, 1972) de l'« *intériorisation de l'extériorité* » c'est-à-dire qu'il constitue la **dimension incorporée du social**, la connaissance des limites au sein desquelles il est possible d'agir et de l'« *extériorisation de l'intériorité* » c'est-à-dire qu'en sa qualité de générateur de pratiques il permet aux individus de se comporter de manière appropriée (les « *conduites raisonnables* », « *de sens commun* », Bourdieu, 1980) dans le monde social, de façon le plus souvent spontanée puisque les attendus de ce monde social ont été préalablement intériorisés (Jourdain et Naulin, 2011). L'emploi du terme « *agent* » plutôt qu'« *acteur* » et la référence aux « *schèmes inconscients* » indiquent que pour Bourdieu les individus sont des produits de structures objectives et que l'incorporation et l'intériorisation de l'*habitus* produisent des automatismes comportementaux sans que l'individu n'en connaisse les raisons profondes (Delas et Milly, 2015).

L'*habitus* est le **produit du milieu d'origine** mais il est aussi dépendant de la trajectoire individuelle et collective dans l'espace social (Bourdieu, 1979). Au-delà des singularités individuelles, Bourdieu considère que l'agent, bien que déterminé socialement dispose d'une certaine capacité d'action, l'*habitus* autorisant des conduites adaptatives (Bourdieu, 1980 ; Herbert et Collin-Lachaud, 2017). L'*habitus* présente également un potentiel de restructuration lors de trajectoires sociales qui peuvent être ascendantes voire descendantes (Bourdieu, 1979) ou lorsque l'individu fait face à des conditions sociales requérant un ajustement (Rémy et al., 2015). Plus rarement, il est possible que puisse advenir des **processus de « conversion »**, c'est-à-dire de transformation radicale (sur le modèle de la conversion religieuse ou de la prison) nécessitant alors des « *techniques de déculturation et de reculturation (...) visant à produire un habitus aussi semblable que celui que produit la prime éducation, tout en ayant à compter avec un habitus existant.* » (Bourdieu et Passeron, 1970 p.60). Les auteurs emploient à ce sujet le terme de « *metanoïa* » (*ibid.* p.59) pour en souligner la radicalité.

Néanmoins, la constitution de l'*habitus* étant le plus souvent liée à des mécanismes de reproduction, il est considéré par Bourdieu comme étant une « *identification à une position*

*permanente et aux dispositions qui lui sont associées* ». Ainsi, il est à la fois constitutif d'une identité sociale individuelle et un moyen de perpétuer les structures sociales (Dubar, 2022). En effet, ce qui conditionne la position de chacun dans l'espace social c'est la nature et la quantité de capital dont il dispose. Cette **dotation en capital** s'opère par le biais de l'*habitus*. Bourdieu distingue quatre formes de capital (Husu, 2022 ; Rémy et al., 2015)

- Le capital économique (le patrimoine et les revenus) qui permet également d'acquérir d'autres formes de capital,
- Le capital culturel (bien culturels, connaissances et critères d'appréciation) : il est la partie la plus visible de l'*habitus* et conditionne la langage, les goûts, les manières de se comporter, la définition des rôles féminin et masculin, le bien et le mal... Il peut prendre trois formes : le capital incorporé ou dispositions culturelles (les comportements et manières de penser transmis par les parents), il permet d'utiliser et d'apprécier le capital objectivé (les livres, la peinture). Le capital institutionnalisé correspond quant à lui aux titres et diplômes.
- Le capital social, ensemble des relations sociales d'un individu : son importance dépend de la taille du réseau de connaissances et du statut des membres du réseau. Il requiert une actualisation régulière.
- Le capital symbolique : il désigne le capital déterminant dans la position sociale d'un individu, il recouvre ce qui peut apporter honneur et reconnaissance.

Ces différentes formes de capital induisent une **hiérarchisation des groupes sociaux** selon le volume de capital dont ils disposent et confèrent à ceux qui en ont le plus une forme de pouvoir. Dans les sociétés développées, ce sont les capitaux économiques et culturels qui sont les plus différenciateurs. Le patrimoine culturel formé par l'*habitus* et les différences de dotation transparaissent dans les pratiques quotidiennes et conduisent par conséquent à des oppositions de style de vie. Les **styles de vie** sont alors caractéristiques d'une classe ou d'une fraction de classe en fonction de leurs goûts, croyances et pratiques pour lesquels on observe une certaine forme d'homologie (Bourdieu, 1979).

La position adoptée par Bourdieu diffère sur de nombreux points des théories piagétienne et fonctionnalistes étudiées précédemment. Elle s'en distingue tout d'abord par le peu de cas fait aux processus cognitifs. Si l'enfant reste une période clé, les expériences socialisatrices relèvent principalement de processus progressifs d'inculcation et d'intériorisation du monde social. En revanche si la notion de rôle n'est pas explicitement évoquée, et la réalisation d'une fin non

développée, la reproduction sociale sous-jacente à l'*habitus* rejoint par certains points la perspective structuro-fonctionnaliste et ses cadres normatifs. Dans les deux cas, « *les rôles (...) établissent un accord entre les motivations individuelles et les positions sociales grâce à la constitution d'un ensemble d'attitudes attachées aux diverses positions sociales* » (Dubet et Martuccelli, 1996 p.516). Enfin, on retrouve chez Bourdieu dans la description des formes de trajectoires ascendantes de *La Distinction* une proximité conceptuelle avec les groupes de référence développés par Merton.

Cette lecture structurale du social que nous donne Pierre Bourdieu met en évidence l'existence d'un système global d'*habitus* variables selon les positions occupées dans la structure sociale qui se légitiment mutuellement. Cette analyse peut sembler déterministe mais Bourdieu n'a cessé de revendiquer sa croyance en une forme de liberté individuelle et dans la dimension créatrice de l'*habitus* (Jourdain et Naulin, 2011).

Tout en conservant la contrainte du monde social, les travaux de Bernard Lahire sont venus enrichir cette analyse et la nuancer sans occulter la réflexivité des acteurs (Delas et Milly, 2015). Son analyse consiste à étudier comment les choix s'opèrent chez les individus et à entériner une pluralité de modèles de conduite, les régimes d'action que l'on retrouve chez Dubet (Molénat, 2009).

La théorie de la socialisation de Lahire (1998) repose sur la pluralité de l'acteur en ce sens qu'il est le produit **d'influences socialisatrices multiples et hétérogènes** tout au long de son existence. Il est donc confronté « *à une multitude de schèmes d'action (...) et d'habitudes (...) qui s'organisent en autant de répertoires que de contextes sociaux pertinents* » (Lahire, 1998 p.60). Ainsi, la famille, dans son analyse, n'est plus considérée comme « une institution totale » dans la mesure où, dans nos sociétés modernes, l'enfant est très vite confronté à d'autres cadres socialisateurs (Lahire, 2013). D'autre part, Lahire plaide pour l'adoption d'une échelle individuelle d'observation permettant de prendre en considération « *les variations inter-individuelles et intra-individuelles des comportements* » (Lahire, 2004). Cette position implique une remise en question de la théorie de l'*habitus* comme théorie de la socialisation dans la mesure où une perspective individuelle met en lumière le manque de cohérence des expériences socialisatrices qui façonnent les individus et que « *les dispositions (plus ou moins fortement constituées et plus ou moins hétérogènes) dont ils sont les porteurs ne sont pas systématiquement transférées quel que soit le type de situation dans lequel ils sont amenés à agir* » (Lahire, 2005 p.154).

Cette échelle d'observation individuelle est celle qui sera adoptée par l'interactionnisme pour établir différentes théories de compréhension de la société. Ce mouvement qui a connu différentes périodes et développement nous intéresse dans la mesure où il place les interactions au cœur de la construction du monde social et que dans ses prolongements se sont forgées des théories de la socialisation toujours fortement mobilisées en sociologie qui pourront nous éclairer sur les processus d'adoption de pratiques et de socialisation en œuvre que nous allons étudier.

### *1.3.3 La socialisation comme construction sociale de la réalité : de l'interactionnisme à la sociologie phénoménologique*

L'interactionnisme symbolique se réfère à un courant sociologique d'origine américaine, issu de la seconde école de Chicago qui regroupe des sociologues comme Becker, Blumer, Goffman ou Strauss. Il connaît son véritable essor à la fin des années 1950 et promeut l'idée que **la société est le produit des interactions individuelles** et qu'il n'y a pas de société en dehors de l'action. Les phénomènes sociaux sont envisagés sous l'angle micro-social des interactions entre les individus et des représentations qui y sont associées (Molénat, 2009). Par conséquent, les interactions qui régissent les relations sociales peuvent être qualifiées de symboliques dans la mesure où elles sont sujettes à interprétation quant à la définition de la situation c'est-à-dire le sens que les individus donnent à leur action (Cabin, 2009 ; Lallement, 2017 ; Özçağlar-Toulouse, 2005).

Ce mouvement représente un contrepoint théorique aux sociologies de l'ordre social et particulièrement au structuro-fonctionnalisme de Parsons. Ce courant va donner lieu à de multiples prolongements mais les réalités qu'il recouvre, qu'elles soient théoriques ou organisationnelles, seront différentes en Europe et en France en particulier (Lallement, 2019). Lorsque l'interactionnisme symbolique parvient en France dans le dernier quart du 20<sup>ème</sup> siècle, il va s'agréger à d'autres courants importés des États-Unis et notamment à la sociologie de la « construction sociale de la réalité » de Schütz, Berger et Luckmann et venir fédérer les oppositions à Durkheim et Bourdieu (Winkin, 2019).

L'interactionnisme symbolique couvre un spectre assez large de postulats théoriques, méthodologiques et épistémologiques. Le plan théorique est basé sur une conception non holiste du monde social selon laquelle les interactions priment sur les structures : **le monde social est**

**une entité processuelle qui se forme et se transforme<sup>77</sup> au gré des interactions entre acteurs**, des interprétations qu'ils en font et des ajustements qui en résultent (Morrissette et al., 2021). Au niveau méthodologique, l'approche privilégiée est l'ethnographie qui place l'étude des interactions à la fois au niveau microsociologique des situations concrètes, faites de relations quotidiennes et immédiates, et macrosociologique des structures et contextes qui influencent l'interaction et la rendent à la fois prévisible et incertaine (Cabin, 2009 ; Paugam, 2018). La posture épistémologique est anti-déterministe, considérant que l'homme est libre de ses choix.

C'est le psychosociologue George-Herbert Mead<sup>78</sup> dans son ouvrage « *L'esprit, le soi et la société*<sup>79</sup> » (1934) qui est à l'origine de cette idée de l'essence d'un monde social résidant dans la dynamique des échanges. Son approche de la socialisation est particulièrement intéressante et a connu une portée théorique importante en sociologie. Son principe séminal est que lors du processus de socialisation, **le soi ou identité sociale émerge de manière réflexive** par la communication avec la communauté, les échanges avec autrui : l'individu se perçoit par rapport aux autres, dans le regard qu'ils lui portent (Barrier, 1963 ; Bonicco, 2010 ; Delas et Milly, 2015 ; Dubar, 2022 ; Özçağlar-Toulouse, 2005). L'individu est un être social et le *soi* est la structure qui orchestre les différents rôles que l'individu a intériorisés, il est divisé en une multiplicité de *soi* élémentaires définis chacun par rapport à une interaction particulière à un moment donné dans un contexte spécifique. Le *soi* total renvoie à l'unicité de la structure complète (Barrier, 1963). Ainsi : « *Le soi apparaît comme une structure sociale qui émerge dans l'expérience sociale* » (Bonicco, 2010 p.108). Le *soi* se construit de façon progressive au cours de la socialisation et de la confrontation aux « **autrui significatifs** » puis par la compréhension d'un « **autrui généralisé** ». L'enfant assimile par contact avec les *autrui* significatifs (parents, enseignants...) les rôles et les attentes des autres puis les siens propres. Puis par l'échange, il devient capable de comprendre l'*autrui* généralisé, c'est-à-dire l'organisation du groupe, de la communauté avec ses règles et ses enjeux (Delas et Milly, 2015 ; Dubar, 2022), « *c'est-à-dire une abstraction et non plus un être auquel il est personnellement lié* » (Riutort, 2013 p.65). Le processus de socialisation est terminé lorsque que peut s'opérer un dédoublement entre « le moi (*Me*) », part conventionnelle qui correspond au pôle social

---

<sup>77</sup> Dans le fonctionnalisme le social est donné.

<sup>78</sup> George-Herbert Mead (1863-1931)

<sup>79</sup> Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society*. Chicago, University of Chicago press.

intériorisé par l'individu, et le « je (*I*) », réaction individuelle aux pressions de la communauté, mais non déterminée par elles (Barrier, 1963 ; Dubar, 2022).

Défendant l'héritage de Mead, Erving Goffman<sup>80</sup> systématise un cadre analytique reposant sur l'étude des interactions et l'applique aux micro-relations du quotidien, de simples pans d'activités parfois, pour élaborer une théorie de l'identité sociale et de la présentation de soi (Delas et Milly, 2015). Partant d'une analogie avec le théâtre<sup>81</sup>, il interprète les relations sociales comme autant de relations interindividuelles entre des acteurs jouant des rôles et se présentant face à un public (Delas et Milly, 2015 ; Lallement, 2017 ; Riutort, 2013). Les rôles sociaux sont comparables à des scripts que les individus suivent pour se comporter de manière appropriée dans différentes situations sociales. Pour Goffman, être intégré dans l'ordre social implique d'endosser des rôles mais ces derniers ne s'imposent pas de l'extérieur à l'individu. En effet, il les investit de manière progressive et conserve une part d'autonomie dans la définition et la défense de son identité sociale (Riutort, 2013). Il peut néanmoins être influencé par des facteurs tels que le statut social, l'âge, le genre ou la culture (Guhin et *al.*, 2021).

Mobilisant également les préceptes de Mead pour établir une articulation entre l'acteur et la structure sociale, Peter L. Berger et Thomas Luckmann<sup>82</sup> se sont appuyés sur l'interactionnisme symbolique et la phénoménologie<sup>83</sup> pour étayer leur théorie générale de la société considérée comme construite par les acteurs individuels et collectifs. Élèves de Schütz, considéré comme le fondateur de la sociologie phénoménologique ils ont publié aux États-Unis<sup>84</sup>, en 1966 « *La construction sociale de la réalité* » qui est aujourd'hui considéré comme un incontournable de la sociologie. Il est sans doute l'un des ouvrages les plus influents et a favorisé l'émergence d'un constructivisme sociologique associant les dimensions à la fois objectives et subjectives, individuelles et collectives de la société (Molénat, 2009).

---

<sup>80</sup> Erving Goffman (1922-1982)

<sup>81</sup> Goffman, E. (1959). *La mise en scène de la vie quotidienne*. Paris : éditions de Minuit t.1

<sup>82</sup> Peter L. Berger (1929-2017) et Thomas Luckmann (1927-2016)

<sup>83</sup> Définition : « Observation et description des phénomènes et de leurs modes d'apparition, considéré indépendamment de tout jugement de valeur. » ( Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales)  
« Pour le phénoménologue le social n'est objet en aucune manière ; il est saisi comme il est vécu et il s'agit (...) de décrire adéquatement ce vécu pour en reconstituer le sens » (Lyotard, 2004 p. 84)

<sup>84</sup> « *The Social Construction of Reality: A treatise in the sociology of knowledge* » Anchor 1966, traduit en France en 1986. Nous nous référerons dans nos citations à l'édition française de 2006

Nous en donnons dans les paragraphes qui suivent un aperçu des thèmes de l'ouvrage qui ont plus particulièrement retenu notre attention et qui vont nous permettre de mieux comprendre leur conception de la socialisation.

En préambule de leur ouvrage les auteurs précisent : « *la réalité est construite socialement et la sociologie de la connaissance se doit d'analyser les processus à l'intérieur desquels celle-ci apparaît* » (Berger et Luckman, 1966, éd. 2006 p.41). Deux idées phares se dégagent de leur introduction :

- La réalité est définie comme une « *qualité appartenant à des phénomènes que nous reconnaissons comme ayant une existence indépendante de notre propre volonté (nous ne pouvons pas les « souhaiter »)* » (*ibid.* p.41). Le monde social perçu comme « *réel* » est en fait le produit objectivé de l'activité humaine, la réalité est dépendante d'un contexte, d'une « *relativité sociale* ».
- C'est la clarification du rôle et des mécanismes de développement et de maintien de la connaissance, qui est conçue comme « *la certitude que les phénomènes sont réels et qu'ils possèdent des caractéristiques spécifiques* » (*ibid.* p.41), qui doit guider le sociologue.

En focalisant leur travail sur une description de la vie quotidienne, considérée comme un construit social, Berger et Luckmann ont théorisé la manière dont toute connaissance parvient à être socialement établie en tant que réalité. Ils se sont ainsi au cours de leur analyse penchés sur les processus de socialisation et ont introduit une **distinction qui se révélera majeure entre socialisation primaire et socialisation secondaire**.

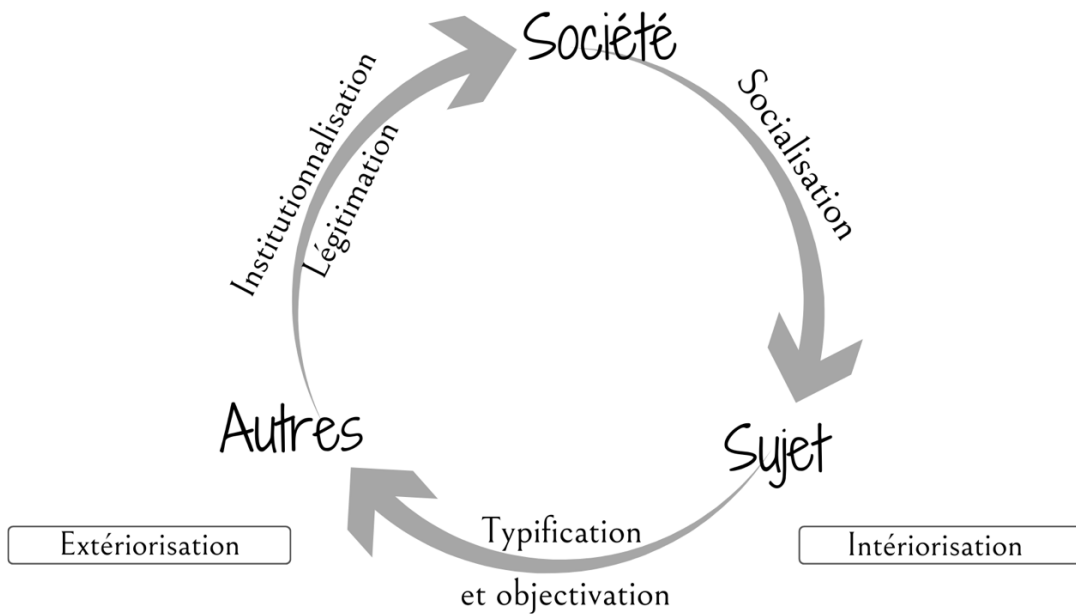
La réalité se construit socialement au travers de trois processus sans séquence temporelle **d'institutionnalisation, de légitimation et d'intériorisation** schématisés dans la figure 7 :

- L'être humain se développe « *en interrelation avec son environnement* » et est sujet à « *des interférences continues et socialement déterminées* » (extériorisation) et cela nécessite l'existence d'un ordre, de routines et de rôles établis par l'institution (institutionnalisation). L'outil de connaissance du monde est la **typification** c'est-à-dire des schèmes de compréhension des comportements, des modèles d'interaction et d'actions habituelles et « *les origines de tout ordre institutionnel se trouvent dans la typification par l'individu de ses propres actions et de celle des autres* » (*ibid.* p.142). Les typifications sont partagées par l'ensemble des membres d'une société, elles constituent un ensemble de codes

communs, réciproques. Les typifications renvoient également à des rôles prédéfinis d'acteurs<sup>85</sup>.

**Figure 7 - La construction sociale de la réalité selon Berger et Luckmann (1966)**

adapté de Knoblauch (2011)



- C'est par le **langage** et du fait de son caractère coercitif (« *il contraint à ses propres modèles* ») que se transmettent les typifications. Le langage fournit également la clé de l'intégration sociale : il permet d'objectiver les intentions qui sont parfois subjectives, de les rendre disponibles aux autres, de les recevoir et de transmettre des connaissances. « *La vie quotidienne est, avant tout, une vie qui se perpétue grâce au langage que je partage avec mes semblables* » (*ibid.* p.93). Le langage est à l'origine de l'**objectivation** qui permet de donner un sens à l'ordre institutionnel et donc de le légitimer en partie : « *La légitimation explique l'ordre institutionnel en accordant une validité cognitive à ses significations objectives. La légitimation justifie l'ordre institutionnel en offrant une dignité normative à ses impératifs pratiques* » (*ibid.* p.172). La légitimation suppose ainsi à la fois des valeurs et des connaissances.

<sup>85</sup> C'est à dire les manières dont les autres sont appréhendés, « femme souriante », « acheteur », « européen »...



- L'individu « *[appartient] à la société, qui simultanément extériorise son propre être dans le monde social et l'intériorise en tant de réalité objective. En d'autres termes, être en société veut dire participer à sa dialectique* » (*ibid.* p.223). L'homme doit donc comprendre la société, en devenir un membre à part entière, « *le prendre en charge* », et le point de départ de ce processus est l'intériorisation dont l'ontogénèse est **la socialisation** « *qui peut être définie comme l'installation consistante et complète d'un individu à l'intérieur du monde objectif d'une société ou d'un secteur de celle-ci* » (*ibid.* p.225).

Cette socialisation s'opère en deux phases dont la plus importante est **la socialisation primaire**. Elle se déroule pendant l'enfance et Berger et Luckmann réinvestissent dans leur démonstration la notion d'autrui significatifs et d'autrui généralisé de Mead. Ainsi, dans la prime enfance, le monde est tout d'abord filtré par les **autrui significatifs** qui s'occupent de la socialisation. Ils sont imposés à l'enfant et lui donnent accès à un monde qui reflète leur position dans la structure sociale et leur histoire personnelle.

La socialisation primaire est à la fois cognitive et émotionnelle dans la mesure où l'enfant est attaché aux autrui significatifs. Par conséquent l'intériorisation se fait par identification. Toutefois le procédé reste dialectique : « *L'enfant prend en main les rôles et les attitudes des autrui significatifs et les fait siens. Et grâce à cette identification aux autrui significatifs, l'enfant devient capable de s'identifier lui-même, d'acquérir une identité cohérente et plausible.* » (*ibid.* p.227). Par la suite va se construire progressivement dans ce processus une abstraction « *qui se déplace : des autres spécifiques vers les rôles et attitudes en général : (...) cette abstraction des rôles et des attitudes (...) concrets est appelée l'autrui généralisé<sup>86</sup>* ». (*ibid.* p.228-229). On peut alors considérer que la socialisation primaire achevée puisque toute la société est intériorisée. Pour Berger et Luckmann, le fait de ne pas pouvoir choisir les autrui significatifs et que ce soit leur monde qui soit d'abord intériorisé comme le seul monde possible, a pour conséquence que la socialisation primaire produise des effets beaucoup plus durables (« *plus solidement incrustés* ») que la socialisation secondaire.

**La socialisation secondaire** est destinée à l'acquisition de nouveaux rôles induits par la multiplicité et la distribution des connaissances et donc de la division du travail. En dehors de la distinction qu'il opère entre socialisation primaire et socialisation secondaire et pour laquelle il est souvent cité, l'une des contributions majeures de l'ouvrage de Berger et Luckmann est

---

<sup>86</sup> Société dans son ensemble incarnée par des règles (« on se lave les mains avant de manger ») qui ont d'abord été filtrées et transmises par les autrui significatifs (« maman veut que je me lave les mains avant de manger »).

d'avoir traité la question de l'articulation entre les deux sous-types de socialisation (Darmon, 2023). Cette question est détaillée dans l'encadré 1 ci-après.

**Encadré 1 : Articulation des socialisations primaires et secondaires selon l'ouvrage de Berger et Luckmann « La construction sociale de la réalité » (1966/2006)**

**La socialisation primaire**, celle de l'enfance, est un processus émotionnel et cognitif qui se caractérise par l'appréhension du monde social et son intériorisation médiatisée par des autrui significatifs (au sens Meadien). Elle forme l'individu à devenir un membre effectif de la société et ce processus doit cependant être en permanence actualisé par l'entretien et éventuellement l'acquisition de nouveaux savoirs. En ce sens, les auteurs invoquent la permanence de la socialisation qui « *n'est jamais totale ni terminée* » (Berger et Luckmann, 1966, éd. 2006 p.235). Bien qu'ils considèrent que la socialisation primaire soit la plus marquante, ils ouvrent la voie à de possibles réflexions sur des réaménagements identitaires lors de l'adolescence et de l'âge adulte.

**La socialisation secondaire**, processus postérieur davantage normatif, se rapporte à l'apprentissage par l'individu des rôles spécifiques qui lui sont rattachés dans la vie sociale (père/mère, sportif-ve, ingénieur-e ...). : « *La socialisation secondaire est l'intériorisation de "sous-mondes" institutionnels ou basés sur des institutions* » (*ibid.* p. 236).

La socialisation secondaire s'appuie sur la socialisation primaire (le passage de l'une à l'autre s'accompagnant dans certaines sociétés de rituels) et cette logique induit un **besoin de cohérence** : « *Les processus formels de socialisation secondaire sont déterminés par un problème fondamental : elle présuppose toujours un processus antérieur de socialisation primaire. C'est-à-dire qu'elle doit traiter avec un soi déjà formé et avec un monde déjà intériorisé* » (*ibid.* p. 238). Les auteurs évoquent également la possible nécessité de recourir à des méthodes spécifiques pour consolider les intériorisations nouvelles de la socialisation secondaire.

Contrairement aux produits de la socialisation primaire, considérés comme ayant un caractère d'inévitabilité, ceux de la socialisation secondaire seraient plus exposés à la désintégration. En effet, « *il faut plusieurs chocs biographiques pour désintégrer la réalité massive intériorisée au cours de la prime enfance.* » (*ibid.* p.242). Néanmoins, dans l'ouvrage sont cités des cas extrêmes d'individus « changeant de monde » que les auteurs nomment des « *alternations* », exemples de re-socialisation comme lors de conversions religieuses où les produits des socialisations précédentes sont décomposés et redistribués.

La perspective unique de cet ouvrage qui s'apparente à une sociologie de l'intériorisation du monde social, participe activement aux fondements d'une sociologie de la connaissance. Il nous a particulièrement intéressée car il met expressément l'accent sur les processus de socialisation et leurs liens avec l'appréhension du monde. L'articulation des influences successives exercées par les autres et leur « traitement » par l'individu et la définition précise des deux types de socialisation sont particulièrement approfondies. L'intérêt du livre est de lier différentes écoles de pensée tant classiques que modernes et de concilier analyse micro- et macro-sociologique (Molénat, 2009). Il est cependant reproché aux auteurs de ne pas distinguer construction des idées et représentations qu'en ont les personnes. Pour Lahire (2001) par exemple l'usage métaphorique de la construction serait trop poussé et rendrait réductrice leur approche du monde social (Lahire, 2001 cité par Molénat, 2009). Il est également mis en avant un manque d'abstraction et une finalité utilitariste bien marquée. En outre, sont occultés les éléments visuels de la communication, ne se concentrant que sur le langage (Lesèche, 2000).

Après avoir rapidement évoqué la notion d'identité sociale, cette section nous a permis de faire un tour d'horizon des principales théories de la socialisation en psychologie cognitive tout d'abord avec la perspective piagétienne et en sociologie ensuite au travers de l'étude de différents courants et auteurs.

A la suite de la lecture de ces travaux très riches, nous en proposons une synthèse. Ainsi, le tableau 7 reprend et résume les différents éléments étudiés en sociologie dans cette section. Nous avons mis en gras les principes clés qui nous semblent particulièrement utiles compte tenu de notre sujet de recherche.

**Tableau 7 - Proposition de synthèse des théories sociologiques de la socialisation étudiées**

Courants	Auteurs étudiés	Principes clés	Idées principales
Fonctionnalisme	T. Parsons	<b>Système LIGA</b> <b>Stades de développement</b>	Théorie générale de l'action qui interprète les actions humaines au regard de leurs fonctions pour le système social → structuro-fonctionnalisme Importance des <b>normes</b> Continuité entre les générations
	R.K. Merton	<b>Rôle Groupe d'appartenance</b> <b>Groupe de référence</b>	Vision plus concrète → fonctionnalisme de moyenne portée (middle-range). Socialisation : apprentissage de normes et de <b>valeurs</b>
Structuralisme	P. Bourdieu (structuralisme constructiviste) / J-C. Passeron	<i>Habitus</i> <b>Capital</b>	Socialisation = <b>reproduction de l'ordre social</b> Famille est la source principale des acquisitions L'école contribue à imposer un ordre social, légitimation de la culture bourgeoise
	B. Lahire (dispositionnaliste et contextualiste)	<b>Dispositions</b>	Pluralité de l'acteur Échelle individuelle d'observation <b>Socialisation continue</b>
Interactionnisme	G-H. Mead	Soi <b>Autrui significatifs</b> Autrui généralisé	Conception non holiste du monde social. <b>Regard micro-social</b> Priorité accordée au monde social lors de la compréhension de l'expérience individuelle <b>Importance du cadre situationnel</b>
	E. Goffman	<b>Présentation de soi</b>	Rôle que l'individu joue dans sa socialisation Acteur = <b>unité réflexive et interactive</b>
Constructivisme/ sociologie phénoménologique	P. Berger et T. Luckmann	<b>Socialisation primaire</b> <b>Socialisation secondaire</b> Typification	Socialisation = Construction d'un monde vécu – <b>Interaction des acteurs sociaux</b> La socialisation est à la fois immersion dans un monde vécu et connaissance forgée sur ce monde.

Ces théories diffèrent par le niveau d'analyse choisi (échelle individuelle, sociétale ou systémique), le degré réel d'autonomie des acteurs (subordination, conformité, détermination, prise en charge du monde...), la nature et le poids des instances de socialisation et la force des interactions. Le regard porté sur l'analyse peut également être différent : du point de vue de sa fin ou au contraire sur une socialisation considérée comme continue (Darmon, 2023). Toutes ces théories insistent sur le caractère prépondérant de l'enfance avec des processus de fonctionnement divers mais n'excluent pas des ajustements à l'âge adulte de forces diverses : de simples actualisations à des transformations radicales dans certains cas. Nous avons pu constater qu'en sociologie, la notion de rôle est très présente. Elle permet à l'individu de se situer par rapport aux autres et d'entrevoir leurs attentes.

## Section 2 : La socialisation comme apprentissage de la consommation

---

Le théoricien de la socialité, Alan Fiske, a conceptualisé en 1992 quatre modèles de sociabilité : le rapport de communauté, le rapport d'autorité, la réciprocité entre égaux et le rapport de marché. Dans ce dernier type de relations sociales, le mode dominant d'interaction est l'échange marchand. Il apparaît que ces univers sociaux, considérés comme des cadres relationnels de base, nécessitent chacun une approche spécifique de la socialisation (Grusec et Davidov, 2010). C'est ce qu'a entrepris le marketing il y a maintenant bientôt cinquante ans, bien que tardivement par rapport à d'autres champs (Courchesne *et al.*, 2021 ; de la Ville et Tartas, 2010). Notre discipline s'est fortement intéressée à la façon dont les enfants devenaient des consommateurs et c'est la définition de Ward (1974) qui fait autorité. Ainsi il définit la socialisation à la consommation comme étant : « *les processus par lesquels les enfants acquièrent les connaissances, les compétences et les attitudes pertinentes pour leur rôle de consommateur sur le marché* »<sup>87</sup> (Ward, 1974 p.2). Depuis, de nombreux travaux se sont attachés à étudier et tenter de conceptualiser les processus socialisateurs et se sont surtout concentrés sur les enfants, considérant que les premières années étaient primordiales dans ce domaine (Brée, 1990 ; Ekström, 2006, 2015 ; de la Ville et Tartas, 2011).

Dans le champ plus particulier de l'écologie, la littérature marketing lie la plupart du temps la prise de conscience écologique à l'adoption de comportements de consommation pro-environnementaux et ne dissocie pas les processus de socialisation (Hosany *et al.*, 2022) même s'il existe très souvent une dissonance entre attitude et comportement (Ochs, 2020).

### 2.1 Les principales perspectives de la socialisation utilisées dans la recherche en marketing

Les recherches sur la socialisation du consommateur se sont majoritairement appuyées sur la psychologie et deux courants principaux ont émergé : l'un dérivé de la psychologie cognitive et des travaux de Piaget, (*e.g.* Roedder John, 2001 ; Valkenburg et Cantor, 2001 ; Ward, 1974) et un second inspiré d'une orientation plus sociale du développement (*e.g.* Moschis et Churchill, 1978 ; Moschis et Moore, 1979). Une troisième voie plus culturelle a été envisagée conjuguant les deux précédentes mais comptant encore que peu de travaux (*e.g.* Cram et Ng, 1999 ; de la Ville-Tartas 2008, 2010, 2011).

---

<sup>87</sup> “*The processes by which young people acquire skills, knowledge and attitudes relevant to their functioning as consumers in the marketplace.*” (Ward, 1974 p.2) Traduction personnelle

Au sein de ces différentes perspectives, plusieurs approches théoriques du développement en psychologie ont été mobilisées en marketing, le tableau 8 ci-après se propose d'en faire une synthèse. Nous procéderons ensuite à une présentation des trois différentes visions de la socialisation de l'enfant et de l'adolescent consommateur.

**Tableau 8 - Théories du développement utilisées en marketing** adapté de Courchesne et al. (2021) et Florin (2019)

Courant	Thèmes d'études	Exemples de théories utilisées en marketing	Postulat de base	Perspectives du marketing concernées
Cognitiviste	Construction des connaissances	Théorie des connaissances (Piaget, 1964)	Rôle actif et adaptatif de l'enfant en fonction de ses stades de développement cognitif	Développement cognitif (e.g. Roedder John 2001)
Behavioriste et Néo-behavioriste	Comportements observables	Théorie de l'apprentissage social ou sociocognitive (Bandura, 1986, 1989)	Rôle de l'observation et de l'imitation	Apprentissage social (e.g. Moschis et Churchill, 1978 ; Moschis et Moore, 1979)
		Théorie du conditionnement opérant (Skinner, 1938)	Rôle de l'environnement et de ses stimuli	
		Modèle du style parental (Baumrind, 1971)	Influence des styles éducationnels.	
Psychanalytique	Processus psychiques	Théorie de l'attachement (Bowlby, 1969)	Importance du développement affectif	
Constructiviste	Relations de l'homme avec son milieu	Théorie socioculturelle (Vygotsky, 1978)	Rôle de l'interaction sociale dans le processus cognitif	Apprentissage « en échafaudage » (e.g. Cram et Ng, 1999 ; de la Ville et Tartas, 2010)

À la lecture de ce tableau, nous pouvons constater que le marketing s'est appuyé sur un éventail assez large de théories qui questionnent la nature et l'intensité des rapports que l'enfant entretient avec son milieu et le rôle qu'il joue dans sa propre socialisation. Nous allons les détailler dans les sous-sections qui suivent.

### ***2.1.1 La socialisation dans la perspective du développement cognitif : l'importance accordée à un processus en différents stades.***

À partir des stades de développement de l'enfant élaborés par Piaget que nous avons présentés dans la première section de ce chapitre, Roedder John (2001) a été l'une des premières chercheuses en marketing à proposer une typologie équivalente adaptée à l'enfant-consommateur. La définition séminale donnée par Ward (1974) priorisant la notion de processus, la revue de littérature sur laquelle Roedder John s'est appuyée dans son analyse comporte majoritairement des travaux dans lesquels l'accent est mis sur l'évolution des capacités cognitives des enfants d'inspiration piagétienne. Elle propose ainsi une synthèse sous forme d'un processus en trois stades « *qui se succèdent jusqu'à ce que l'enfant soit devenu un consommateur adulte* » (Roedder John, 2001 p.91). Concernant les connaissances et les savoir-faire qui influencent les prises de décisions et les stratégies d'influence d'achat, chaque stade est l'objet de changements décisifs.

- Le stade perceptuel (3-7 ans) : Ce stade est caractérisé par un phénomène de centration, c'est-à-dire que l'enfant ne peut se concentrer que sur une seule dimension, un unique attribut. Les situations sont vécues de manière égocentrique et l'évaluation des produits se fait sur des caractéristiques simples (comme la taille ou la couleur) ;
- Le stade analytique (7-11 ans) : À ce stade d'importants changements interviennent. La capacité d'abstraction s'accroît et le niveau d'analyse se complexifie. On observe des progrès importants en matière de traitement de l'information et la compréhension des marques et de la publicité s'affine. Les choix sont plus raisonnés, les enfants sont capables de comprendre les positions des autres et d'adapter leurs stratégies en conséquence pour obtenir les produits convoités ;
- Le stade réfléchi (11-16 ans) : L'adolescent est capable d'interprétation dans le choix des produits, ses jugements sont nuancés. L'opinion des autres et en particulier celle de son groupe à laquelle il accorde de l'importance oriente sa consommation vers une



dimension plus sociale. Il est capable d'adapter ses choix à la situation et devient encore plus habile dans sa manière de négocier et d'influencer ses parents ou ses amis.

De leur côté, Valkenburg et Cantor (2001) ont elles aussi transposé les stades de Piaget au comportement du consommateur pour conceptualiser un modèle en quatre phases. De 0 à 2 ans se développent les goûts et les préférences mais les petits demeurent principalement des « *enfants de consommateurs* ». De 2 à 5 ans, on retrouve, comme chez Roedder John, le phénomène de centration et les enfants ont des difficultés à différencier fiction et réalité, ils pensent que ce qu'ils voient dans les publicités est vrai. C'est l'âge des crises et des conflits. De 5 à 8 ans, c'est la survenance des premiers achats, seul ou accompagné. L'enfant gagne en capacité d'attention et est capable de faire des choix en matière de consommation. Enfin au dernier stade, de 8 à 12 ans, il exerce une influence croissante sur les achats de la famille et là aussi est mis en avant l'importance de l'opinion des autres et des pairs notamment.

Ces deux modèles sont centrés sur les évolutions des connaissances et des raisonnements en matière de consommation maîtrisés par les enfants en fonction de leurs stades de développement cognitif. Les critiques qui ont été formulées à leur encontre sont de la même nature que celles dirigées contre le modèle piagétien (de la Ville et Tartas 2008, 2011).

Alors que les élèves de Piaget avaient œuvré pour une conception moins stricte de son cadre développemental (Brée, 2013), ces travaux en marketing n'ont pas semblé en tenir compte dans la mesure où ils se concentrent essentiellement sur l'âge (de la Ville et Tartas, 2008) et laissent peu de place au rôle facilitateur ou inhibiteur des agents (parents, enseignants, amis...) dans la socialisation des enfants (Brée, 2013 ; Courchesne et al., 2021). Cram et Ng (1999) regrettent également ce manque de prise en compte des interactions sociales mais aussi du contexte culturel, de l'histoire et des valeurs.

Chacune de ces phases va de pair avec des déficits particuliers dans le développement des processus mentaux de l'enfant en particulier avant l'adolescence et ses compétences en cognition sociales sont peu étudiées donnant une vision limitée des apprentissages (de la Ville et Tartas, 2008, 2011). L'image que renvoient ces modèles est celle d'un développement linéaire fondé sur des aspects rationnels occultant la dimension affective de la consommation (Brée, 2015) et donnant l'image d'un enfant qui ne pourrait devenir un vrai consommateur qu'une fois adulte.

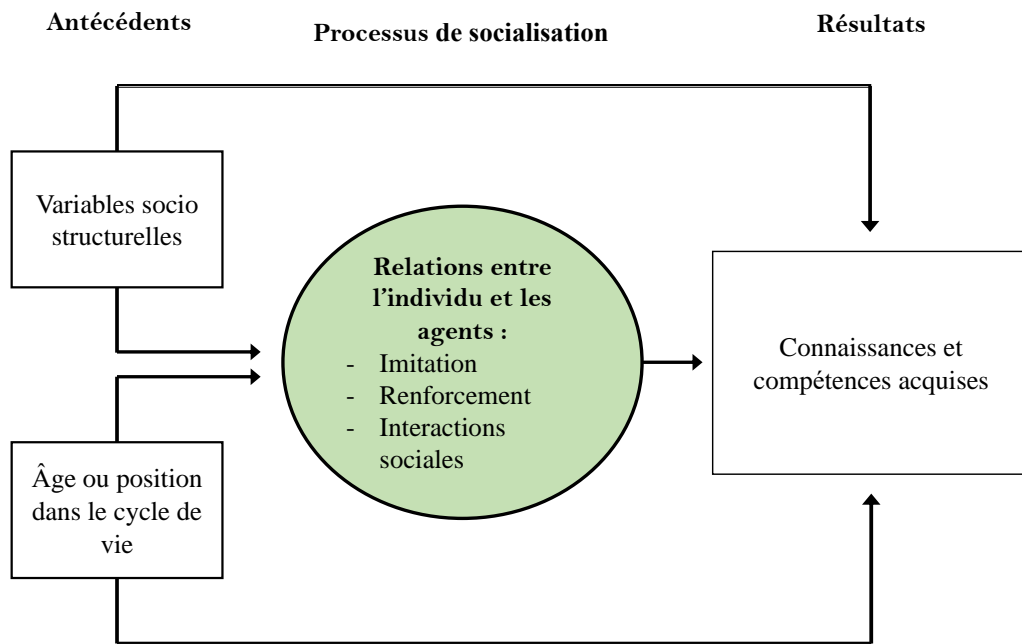
De nouvelles approches ont tenté de dépasser les limites des modèles cognitifs en introduisant une perspective plus sociale de la socialisation du consommateur en s'intéressant notamment davantage aux relations entre le consommateur et des agents socialisateurs.

***2.1.2 La socialisation du consommateur dans une perspective de développement social : l'importance accordée aux interactions avec les agents socialisateurs***

Considérant que la socialisation dépendait d'autres facteurs que le seul développement interne des capacités de l'enfant, Moschis et Churchill (1978) puis Moschis et Moore (1979) ont proposé une approche différente de la socialisation du consommateur en se focalisant sur les processus qui permettent à l'enfant d'acquérir des compétences au sein d'une structure sociale donnée. Ainsi, le modèle de développement social est centré sur les influences exercées par les agents qui transmettent des valeurs, motivations et attitudes qui perdureront à l'âge adulte. L'apprentissage a lieu lors des interactions entre l'enfant et les agents dans différents contextes sociaux (Moschis et Churchill, 1978).

La conceptualisation du premier modèle théorique de socialisation du consommateur (figure 8) permettant d'intégrer ces enjeux est attribuée à Moschis et Churchill (1978). Il comprend trois éléments principaux dont nous allons présenter les contenus et discuter des confirmations ou alternatives éventuelles proposée dans la littérature.

**Figure 8 - Modèle conceptuel de la socialisation du consommateur** adapté de Moschis et Churchill (1978)



*Les antécédents :*

Les différentes caractéristiques de l'enfant qui sont tant génétiquement déterminées qu'influencées par l'environnement ont un impact sur la manière dont va s'opérer la socialisation, c'est-à-dire à la fois comment va agir l'entourage et les effets sur l'individu (Bugental et Grusec, 2007 ; Grusec et Davidov, 2010). Les variables socio-structurelles sont constitutives du cadre social dans lequel évolue l'individu, dans ce modèle ce sont la **classe sociale et le genre** qui sont pris en considération et sont utilisés comme des variables de contrôle (Moschis et Churchill, 1978). Des recherches ont par exemple montré que le statut socio-économiques de la famille pouvait avoir une influence sur la fréquence des interactions familiales autour de la consommation (Ward et Wackman, 1973), sur l'influence de la publicité télévisée (Gorn et Goldberg, 1977), sur la manière d'apprendre à gérer son argent (Moschis et Moore, 1979) ou sur les stratégies mises en œuvre pour répondre aux demandes des enfants (Hamilton, 2009). D'autre part, Moschis et Moore (1983) ou Maccoby (1988) par exemple ont montré que les résultats de la socialisation étaient différents en fonction du genre, et plus récemment les travaux d'Octobre (2010) ont confirmé l'influence du genre de l'enfant sur les choix des parents en matière de consommation, culturelle notamment.

Il a été choisi pour tester ce modèle de se concentrer sur l'adolescence (12 à 18 ans), période essentielle selon Moschis et Churchill (1978) du processus de socialisation, ce que confirment un certain nombre de travaux (e.g. Derbaix et Leheut, 2008 ; Fosse-Gomez, 1991 ; Palan et al., 2010). À l'instar des modèles de développement cognitif, l'**âge** est en effet considéré comme une variable capitale pour évaluer le processus de socialisation en cours sur des éléments tels que le niveau d'acquisition des connaissances (Brée, 1993, 2013), l'influence respective des agents (Golletty, 1999 ; Muratore, 2002) ou la nature et la fréquence des discussions autour de la consommation (Hota et Bartsch, 2019 ; Neeley, 2005). Le modèle considère également la position dans le cycle de vie. En effet, on considère le plus souvent que la socialisation est un processus qui court tout au long de la vie (Ekström, 2006 ; Lahire, 2013 ; Moschis 1987) et qu'il est plus judicieux pour les adultes de considérer cette position, plus en accord avec l'évolution des modes de vie (Barrey et al., 2012 ; McLeod et O'Keefe, 1972). Rindfleisch (1994) propose quant à lui d'ajouter dans les antécédents et plus précisément dans les variables structurelles la cohorte générationnelle pour en évaluer les effets directs et indirects sur la socialisation du consommateur.

En outre, depuis la parution du modèle de Moschis et Churchill en 1978, les évolutions de la société ont entraîné l'émergence d'une nouvelle période de la vie, l'**âge adulte émergent** qui fait suite à l'adolescence mais précède l'âge adulte (Arnett, 2007 ; Ayadi et Djelassi, 2023). Cette période est marquée par les premières prises de décisions autonomes bien que financièrement le jeune soit encore en partie dépendant de ses parents. Les spécificités de cette tranche de la vie demandent sans doute une adaptation du modèle classique de socialisation (Arnett, 2015 ; Thorson et Horstman, 2017).

#### *Le processus de socialisation :*

Ce processus comprend en fait deux entités : les **agents socialisateurs et les modalités de la socialisation**. L'apprentissage se produit en relation relativement directe avec le comportement de consommation, ou indirectement, en conséquence d'un apprentissage intentionnel ou fortuit, en grande partie au sein de la famille (Ayadi et Golletty, 2021 ; Ekström 2003).

Les agents considérés sont les autres significatifs c'est-à-dire ici les parents, les médias, l'école et les pairs. Nous avons choisi de développer ce sujet dans une partie dédiée car il est d'importance pour notre recherche. En effet, nous étudions quels agents ont influencé nos informants et comment s'articulent les socialisations primaires et secondaires.

Le modèle considère trois mécanismes possibles de socialisation : imitation, renforcement<sup>88</sup> et interactions sociales. Ce sont les principaux mécanismes par lesquels les savoirs, attitudes et compétences sont transmis par les agents socialisateurs à l'apprenant (Churchill et Moschis, 1979).

- L'**imitation** est un des principes d'apprentissage directeurs de la théorie sociale cognitive de Bandura (1986). Cette théorie reconnaît l'importance des processus cognitifs et de la pensée, elle se situe au carrefour du béhaviorisme et du constructivisme et insiste sur le rôle des influences sociales sur les apprentissages. Ce type d'apprentissage, dit vicariant, est basé sur l'observation et l'imitation du comportement de modèles (les parents, les amis ou même des personnages de fiction) et la prise en compte des conséquences sur autrui. L'internalisation des normes se fait à partir des réactions obtenues dans différents contextes. Bandura (1977) a également considéré que les enfants font le tri parmi les informations contradictoires qu'ils reçoivent pour établir leurs propres normes (Bugental et Grusec, 2007). L'imitation est souvent considérée comme la première source d'apprentissage chez l'enfant (Brée, 1993 ; Laible et *al.*, 2015) et peut également aider les enfants à développer leur confiance et leur estime de soi en leur donnant la possibilité de faire des choses qu'ils ont vues faire par d'autres personnes.
- Le **renforcement** fait ici référence au renforcement positif et au renforcement négatif que l'on trouve dans la théorie du conditionnement opérant (ou instrumental) de Skinner (1938). Ce type de conditionnement, communément employé par les parents et les enseignants est fondé sur le principe qu'un comportement se perpétue parce qu'il a été renforcé (stimulus agréable : renforcement positif) ou s'arrête car il a été puni (stimulus désagréable : renforcement négatif). Dans le modèle, ce sont essentiellement les types de renforcement oral (*e.g.* les réprimandes) qui sont étudiés (Lueg et Finney, 2007).
- Les **interactions sociales** sont ici considérées comme une combinaison de l'imitation et du renforcement (Moschis et Churchill, 1978). Ce mécanisme est tout entier tourné vers la communication interpersonnelle, les échanges intra-familiaux ou entre pairs, qu'ils soient tournés directement ou non vers la consommation et qu'ils soient formels ou informels (Ayadi et Gollety, 2021). Pour Brée (1993), c'est à partir de l'âge de 7/8 ans que l'enfant est le plus à même de profiter de ce mode transmission. Ce procédé est

---

<sup>88</sup> Il s'agit ici d'un mécanisme d'apprentissage et non d'un processus de socialisation qui pourtant utilise le même qualificatif.

complexe à étudier car il renvoie à la fois à la nature de l'agent mais aussi à son style communicationnel (Lueg et Finney, 2007). De ce fait, Epp et Price (2008) proposent un cadre novateur d'analyse de ces interactions au travers des formes de communication de la famille dans un processus de construction et d'adoption d'une identité familiale dans la mesure où processus de socialisation et identités familiales s'influencent mutuellement.

Par ailleurs, il est aujourd'hui nécessaire de considérer que ces interactions ont vu leur nature évoluer avec la multiplication des outils digitaux et qu'il faut désormais tenir compte des canaux numériques de communication même dans la sphère familiale (Ayadi et Gollety, 2021 ; Ben Dahmane Mouelhi et *al.*, 2021).

### *Les résultats du processus de socialisation*

Les résultats attendus du processus de socialisation du consommateur sont l'acquisition de « compétences de consommateur » qui relèvent à la fois d'aspects cognitifs et comportementaux d'achat et de consommation (Moschis et Churchill, 1978) : décisions d'achat, choix des produits et des marques, utilisation des produits... Ces compétences acquises pourront être mobilisées dès l'enfance (Dotson et Hyatt, 2005) et tout au long de la vie (Moschis et Moore, 1978). La conceptualisation de Grusec (2002) en psychologie, s'applique particulièrement bien au consommateur. Pour elle, la socialisation implique trois résultats spécifiques : le développement de l'auto-régulation des émotions et du comportement, l'acquisition des normes, attitudes et des valeurs d'une culture et le développement des compétences de prise de rôle (Grusec, 2002). Ces capacités peuvent être transposées à la consommation dans la mesure où l'enfant est supposé devenir un consommateur indépendant capable d'autonomie (Hota et Bartsch, 2019). Les éléments censés représenter l'acquisition des compétences nécessaires sont assez divers et fragmentés en fonction des travaux : par exemple, choix d'un point de vente (Brée, 1990), capacité à différencier les produits (Moschis et Moore, 1979b), connaissance des marques (Dotson et Hyatt, 2000) et de l'exactitude des prix (Moschis et Moore, 1978), évaluation du prix (Damay et Guichard, 2016). Comme nous pouvons le constater la plupart des compétences étudiées le sont sous un angle utilitaire ou alors sont peu claires quant à leur nature. Par conséquent, Ekström (2006) argumente en faveur de davantage de précision et invite les chercheurs à d'abord considérer « *ce que signifient les compétences pour les consommateurs dans différents contextes et ne pas uniquement se concentrer sur l'efficacité et les bénéfices utilitaires* » (*ibid.* p.80).

Même si elle a été fortement mobilisée, cette perspective présente un certain nombre de limites. La première d'entre elles est qu'elle ne se penche pas sur les causes profondes des conduites humaines. Il lui est ensuite reproché de négliger les facteurs biologiques et héréditaires, les capacités créatives et les facteurs inconscients du comportement. Cette théorie, même si elle considère l'âge comme une variable importante, ne précise pas comment s'opèrent les changements en fonction de l'âge. Cette approche n'explique pas davantage comment les enfants peuvent développer des comportements de consommation qui échappent à toute influence familiale ou sociale (de la Ville et Tartas 2011).

### ***2.1.3 La socialisation dans une perspective socio-culturelle : le rôle actif de l'enfant dans sa propre socialisation***

En réponse aux limites attribuées aux approches précédentes, des travaux ont proposé d'adopter une troisième voie inspirée de la théorie socio-culturelle<sup>89</sup> de Vygotsky (Courchesne et al., 2021) selon laquelle le développement cognitif dépend de la « *collaboration active* » entre l'enfant et l'environnement au sein duquel il se développe. Les **processus sociaux, culturels, historiques** à l'œuvre dans l'environnement de l'enfant lui servent de guides et façonnent en partie sa pensée. Vygotsky perçoit le développement comme allant du social vers l'individuel contrairement à Piaget qui, lui, le considère comme allant de l'individuel vers le social (Ivic, 1994). Selon la théorie de Vygotsky, ce sont les adultes ou les enfants plus âgés qui entourent l'enfant (parents, enseignants, frères et sœurs...) qui doivent en encadrer l'apprentissage. Afin de le faire progresser, il est nécessaire que ses soutiens instaurent en permanence ce que Vygotsky appelle une « *zone proximale de développement* ». Cette zone correspond à l'écart entre ce que l'enfant maîtrise déjà et de ce qu'il peut faire avec l'aide de tiers en fonction de son degré de maturation. Franchir cette zone l'amènera à progresser. L'outil psychologique principal est le langage qui permet de donner des instructions claires et à l'enfant d'intérioriser des activités de plus en plus complexes (Florin, 2019 ; Grusec et Davidov, 2010).

Si cette théorie a l'avantage d'avoir mis en évidence le poids des interactions et de l'environnement social dans le développement des enfants, elle n'a en revanche pas tenu compte de l'impact du développement affectif et de la maturation biologique.

De la Ville et Tartas (2008, 2010, 2011) s'appuient toutefois sur cette théorie pour proposer de s'intéresser à la participation de l'enfant aux activités conjointes de consommation et par

---

<sup>89</sup> Ou théorie historico-culturelle (Ivic, 1994).

conséquent des influences culturelles en œuvre au cours du processus de socialisation. En effet, plusieurs travaux ont montré qu'une activité partagée de consommation est un vecteur de transmission de valeurs et d'identité (*e.g.* Ahuvia, 2005 ; Decoopman et *al.*, 2010 ; Derbaix et Derbaix, 2019 ; Grusec et Davidov, 2010).

De leur côté, Cram et Ng (1999) dans leur approche de la socialisation du consommateur ont utilisé la métaphore de l'échafaudage (*scaffolding*) pour illustrer le support temporaire donné à l'enfant par son entourage avant qu'il n'atteigne une nouvelle phase de développement (Courchesne et *al.*, 2021). Le principe de l'échafaudage a été utilisé également par Ward et *al.* (1977) pour expliquer l'ancrage progressif des choix et notamment le rôle d'évènements déclencheurs dans la zone proximale de développement. L'échafaudage de Cram et Ng (1999) repose sur trois concepts liés à la consommation que les enfants doivent acquérir progressivement dans un contexte culturel donné : le sens de la propriété, l'argent comme moyen d'échange, le prix et la valeur des choses. Ils déplorent par ailleurs que la majorité des travaux portant sur la socialisation du consommateur aient été réalisés dans des pays industrialisés (Cram et Ng, 1999).

Cette approche rejoint l'analyse de Brée (1993) selon laquelle un enfant ne peut bénéficier pleinement de l'apprentissage parental en matière de consommation qu'à partir du moment où trois conditions sont réunies : avoir assimilé un minimum de notions sur la valeur des biens, avoir à disposition un minimum d'argent de poche et être suffisamment autonome dans ses comportements.

Les trois approches que nous venons d'étudier ne peuvent, à elles seules, refléter toute la complexité et la diversité des processus de socialisation mais nous permettent de mieux en comprendre les éléments déterminants. Ces approches ont en commun de mettre l'accent sur l'entourage de l'enfant et de montrer qu'il joue un rôle déterminant dans le processus de socialisation. La recherche en marketing a fourni un nombre important de travaux autour de cette thématique.

## **2.2. Tour d'horizon des principaux agents socialisateurs**

Un agent socialisateur (ou instance de socialisation) est une personne, un organe, un groupe, une institution...directement impliqué dans la socialisation d'un individu en raison de la fréquence des contacts, de son influence sur ce dernier et du contrôle qu'il opère sur les récompenses et les punitions (Brim, 1966). Dans la petite enfance ce sont les parents qui sont



considérés comme les principaux agents de socialisation et plus l'enfant grandit plus le nombre et la nature des agents s'accroît (Arnett, 2015 ; Dotson et Hyatt, 2005 ; Moschis et Churchill, 1978). On distingue en général quatre grands types d'agents socialisateurs (Ayadi et Gollety, 2012, 2021 ; Brée, 1990, 1993 ; Derbaix et *al.*, 2015 ; Roedder-John, 2001) : la famille et l'école, les pairs et les média. La littérature a parfois évoqué d'autres instances socialisatrices à l'exemple du point de vente (*e.g.* Brée, 2013 ; Grossbart et *al.*, 1991) où l'enfant peut se familiariser avec l'environnement marchand.

### **La famille et l'école**

Le rôle de la famille dans la socialisation, sous un angle social ou marketing, a fait l'objet de nombreuses publications. La famille est en effet considérée comme étant à la fois le **premier agent socialisateur et le plus influent**. Au sein de la famille, ce sont les parents qui sont les principaux agents de socialisation et ce sont eux qui vont dans un premier temps transmettre les normes et valeurs de référence (Ayadi et Gollety, 2021 ; Gollety, 1999, 2007 ; Guillemot, 2018). La plupart des recherches se sont positionnées dans des contextes particuliers (une culture donnée) et souvent dans des pays industrialisés. Lorsque des travaux de comparaisons interculturelles sont menés, des différences importantes ont pu être constatées à la fois sur les modes de transmission, les attentes des parents (*e.g.* Hota et Bartsch pour le contexte indien ou Rose et *al.*, 2002 pour une approche cross-culturelle) et les attitudes qui en découlent (*e.g.* Gentina et Singh, 2015 ; Kaur et Singh, 2006). Les différences les plus marquantes se situent généralement entre les cultures « collectivistes » et « individualistes » dans la mesure où les traditions d'éducation, les valeurs et les qualités valorisées diffèrent (Bugental et Grusec, 2006 ; Rose et *al.*, 2003).

La définition de la famille d'aujourd'hui est bien différente de celle des années 60 tant la nature des familles modernes est à géométrie variable : familles nucléaires, monoparentales, homoparentales, recomposées ... (Ayadi et Gollety, 2021 ; Epp et Price, 2008 ; Lachance et *al.*, 2000 ; Neeley, 2005). Ces différences sont à considérer car la **structure de la famille** influence le processus de socialisation. Lachance et *al.* (2000) ont par exemple démontré que les familles monoparentales avaient une structure de décisions spécifique et que les adolescents de ce type de familles étaient plus impliqués dans les décisions de consommation. Dans un autre registre, Banks et Gupta (1980) ont montré que le temps passé devant la télévision était corrélé au nombre d'enfants dans une famille et à l'âge des enfants, et avait une influence sur les échanges familiaux. L'ordre dans la fratrie peut également être déterminant, le rôle de l'aîné

apparaissant comme singulier par exemple dans la transmission des goûts alimentaires (Ayadi et Brée, 2010) ou des préférences pour certaines marques (Derbaix et *al.*, 2010).

Les rôles parentaux ont également évolué et si la recherche a le plus souvent attribué une place prépondérante à la mère (Epp et Price, 2008), encore peu de travaux s'intéressent au rôle spécifique des pères. Cependant, comme le soulignent Ayadi et Brée (2010), il faut considérer la famille comme un système d'interdépendances des rôles et des fonctions, chacun des parents pouvant jouer un rôle médiateur dans la relation entretenue par l'autre avec l'enfant. Dans le même ordre d'idée, Epp et Price (2008) et Fosse-Gomez (2014) estiment que les praticiens et les chercheurs doivent considérer que les prises de décisions en matière de consommation dans le contexte familial résultent de la multiplicité des identités et des configurations d'individus au sein de la famille. Benmoyal-Bouzaglo et Moschis (2010) ont établi par exemple un lien entre des événements familiaux perturbants (comme un divorce) durant l'adolescence et la tendance aux achats compulsifs.

Dans une vision plus élargie de la famille, la place des grands-parents est peu étudiée (Derbaix et *al.*, 2015). Bien qu'ils ne considèrent pas leur rôle comme étant prépondérant dans ce domaine, les influences qu'ils exercent sont en relation avec les moments passés avec leurs petits-enfants et relèvent de l'initiation et du soutien : découverte de produits alimentaires, accompagnement à des d'activités culturelles ou sportives. Ils préfèrent en général inculquer en douceur et souplesse (*ibid.*) d'autant plus que le rôle des émotions dans les échanges avec les grands-mères à travers les pratiques de consommation s'est révélé déterminant (Godefroit-Winkel et *al.*, 2019)

Au-delà de la question de qui transmet, la recherche tente depuis quelques décennies de comprendre la **nature de ce qui est transmis** et la manière dont s'opère cette transmission dans la famille (Guillemot, 2018). Traditionnellement, la famille est envisagée comme ayant une influence rationnelle, un rôle instrumental dans la socialisation alors que les autres agents auraient une influence plus irrationnelle et symbolique (Ayadi et Golletty, 2021 ; Golletty, 2007 ; Moschis et Churchill, 1978). On considère généralement que les parents permettent (1) d'échanger sur la consommation, (2) de devenir autonome en matière de consommation, (3) de participer aux décisions d'achat et (4) de contrôler la consommation ou l'exposition aux médias (Carlson et Grossbart, 1988 ; Rose, 1999 ; Ward et *al.*, 1977). La transmission des savoir-faire peut s'opérer de façon directe avec une volonté manifeste de montrer et d'enseigner ou indirecte de manière implicite au travers des actes de consommation courants (Ayadi et Golletty, 2021 ;

Moschis, 1985). À ce propos les chercheurs se sont penchés sur deux thématiques : les styles parentaux et les types de communication.

Baumrind (1971) en psychologie du développement a défini trois styles parentaux et a étudié leur influence sur les compétences sociales des enfants. Les styles identifiés sont le style autoritaire, le style permissif et le style démocratique. Maccoby et Martin (1983) y ont ajouté le style négligent et distant. S'appuyant sur cette typologie, Carlson et Grossbart (1988) ont montré que ces styles étaient une base intéressante pour expliquer les différences dans les pratiques de socialisation à la consommation. Par exemple les parents de style « autoritaire » ont tendance à moins impliquer leurs enfants dans les décisions de consommation. Ces résultats peuvent être corrélés aux modèles de communication familiale : les parents ayant un mode de communication directif favorisent moins la prise d'autonomie par exemple (Carlson et *al.*, 1994 ; Moschis et Moore, 1979a ; Moschis, 1985 ; Muratore, 2022).

Cette socialisation familiale, que l'on peut qualifier de « verticale » s'exerce également des enfants vers les parents. En effet, dans certains contextes ce sont les enfants qui apprennent à leurs parents (ou grands-parents) à consommer, ou le plus souvent à choisir et utiliser. On évoque alors une **socialisation inversée** (*reverse socialization*) ou re-socialisation (Ekström, 2007 ; Ward, 1974). La recherche a observé ce phénomène notamment pour les produits technologiques (*e.g.* Gollety, 1999 ; Grossbart et *al.*, 2002 ; Watne et *al.*, 2011), de nouveaux aliments (*e.g.* Ayadi et Brée, 2010 ; Moore, 2017 ; Muratore, 2022), des vêtements (Decoopman et *al.*, 2010), mais aussi des produits ou des pratiques plus respectueux de l'environnement (*e.g.* Ayadi et Gollety, 2021 ; Clauzel et *al.*, 2022 ; Gentina et Muratore, 2012 ; Singh et *al.*, 2020).

L'école est un lieu où la nature de la socialisation est double : par l'institution elle-même et par les pairs que l'enfant côtoie quotidiennement (Ezan, 2021). Contrairement à d'autres pays occidentaux, il n'existe pas vraiment dans le système scolaire français d'enseignements directement liés à la consommation et la publicité au sein des écoles est en principe interdite. Cependant les marques sont bien présentes à l'école et le marketing scolaire se développe par le biais de partenariats divers (Rodhain, 2008). D'autre part, les enfants échangent entre eux sur les marques de vêtements, de chaussures, de cartables et les modes se font et se défont dans la cour de récréation (Ezan, 2007). Les enseignements quant à eux vont permettre à l'enfant de progressivement développer sa compréhension et son appréhension du monde qui l'entoure et du monde commercial en particulier (Moschis et Churchill, 1978) : compter, lire, se faire un jugement... (*e.g.* Damay et Guichard, 2016 pour l'évaluation des prix ; Lachance et Legault,

2007 sur le développement des attitudes critiques), mais aussi éducation à la santé (*e.g.* Ayadi et Brée, 2010) ou à l'écologie (*e.g.* Hay et Brée, 2017). La cantine est également un lieu de socialisation à part entière (Ayadi et Brée, 2010 ; Muratore, 2022) dans la mesure où elle fait découvrir de nouveaux aliments, de nouvelles recettes et différentes habitudes.

### **Les pairs**

Il est difficile de conceptualiser précisément la notion de pair, et notamment en marketing, tant les réalités que ce terme recouvre sont plurielles, et plus particulièrement si l'on réfléchit à l'échelle d'une vie. Le pair est « un semblable », une personne que l'on fréquente et avec laquelle on partage des connaissances mutuelles ou des expériences de vie (Muratore, 2008). Comme à tout âge, les adolescents ont tendance à privilégier des personnes qui leur ressemblent, phénomène connu sous le nom d'« association sélective » (Arnett, 2015 p.97). L'idée de pairs est plus large que celle d'amis car l'adolescent peut être influencé ou vouloir ressembler à d'autres qu'il ne côtoie pas directement, c'est pourquoi on emploie le plus souvent la notion de groupes de pairs (Ezan, 2021 ; Gentina, 2008, 2014 ; Gentina et Bonsu, 2013 ; Lueg et Finney, 2007).

Plusieurs recherches dans différents contextes ont montré que l'influence des pairs sur le processus de socialisation croît avec l'âge, à mesure que celle des parents diminue (Brée, 1993 ; Hota et Bartsch, 2019 ; Moschis, 1987). Pour les spécialistes de la psychologie du développement, l'influence des pairs peut se figurer sous forme d'un U inversé de la préadolescence au début de l'âge adulte (Arnett, 2015).

Les pairs et les amis ont un potentiel majeur d'influence dans la sphère consommatoire en raison de la place qu'ils occupent dans la vie des adolescents et du temps qu'ils passent ensemble (Arnett, 2015 ; Ezan, 2021 ; Gentina, 2008 ; Gentina et *al.*, 2014, 2016, 2018 ; Muratore, 2008). Dès leur plus jeune âge, les enfants entrent en contact avec leurs pairs à la garderie, puis à l'école où ils entrent de plus en plus tôt. Au cours de l'adolescence, le temps que les jeunes passent avec leurs amis augmente, tandis que celui passé en famille décroît (Ezan, 2021). En outre, l'omniprésence des réseaux sociaux dans la vie des adolescents et des jeunes adultes permet encore d'accroître de manière virtuelle le temps passé avec les pairs, que ces derniers soient les mêmes que ceux côtoyés dans la vie réelle ou non (Anderson et McCabe, 2012 ; Barber, 2013 ; Ben Dahmane-Mouelhi et *al.*, 2021 ; Ezan, 2021). Se retrouver avec son groupe de pairs est une manière pour le jeune de se détendre, de se défouler en s'éloignant pour un moment des tensions familiales ou du stress des études (Benmoyal-Bouzaglo et Moschis, 2009).

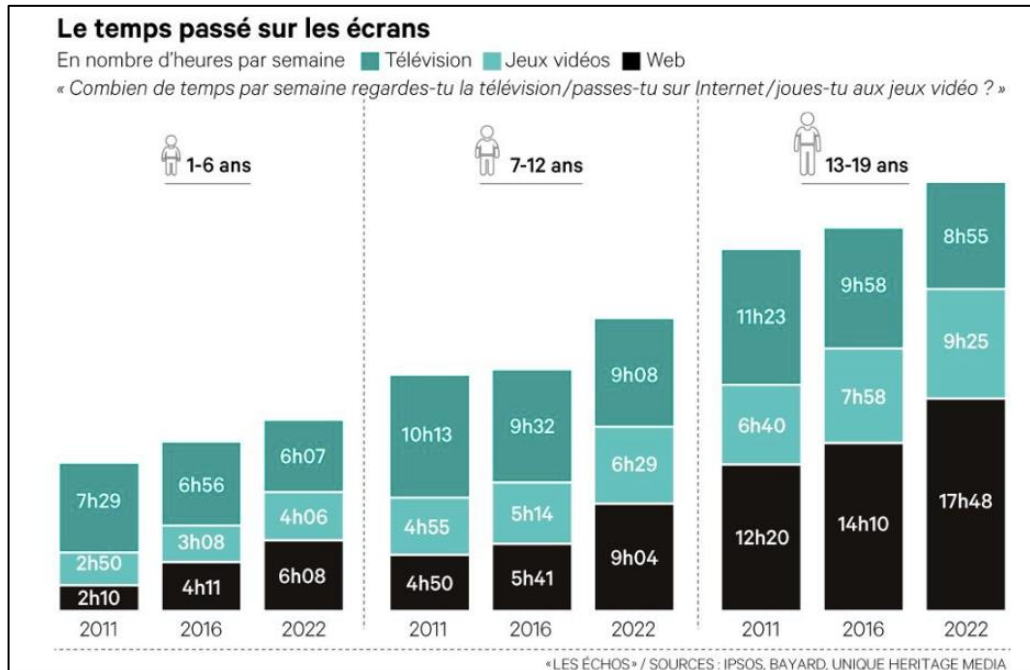
La socialisation par les pairs est qualifiée d'**horizontale et se mesure selon deux dimensions distinctes : normative et informative** (Barber, 2013). La dimension normative renvoie au souhait des individus de se conformer aux normes du groupe, d'adopter des comportements correspondant aux attentes des autres (Cléret, 2012 ; Ezan, 2007, 2021 ; Lachance et Legault, 2007 ; Muratore, 2008) et de s'approprier les aspects symboliques de la consommation du groupe (Derbaix et Leheut, 2008 ; Marion, 2003). Cette dimension normative se manifeste particulièrement dans le domaine des vêtements – les adolescents aimant d'ailleurs faire du shopping entre amis, se conseiller mutuellement et choisir éventuellement les mêmes produits (Gentina et *al.*, 2012 ; Gentina et Chandon, 2014 ; Lueg et Finney, 2007) – des goûts musicaux ou de la consommation culturelle en général (*e.g.* Cléret, 2012), mais aussi dans celui de la consommation d'alcool ou de stupéfiants (*e.g.* Spach, 2016). La dimension informative se réfère à la recherche d'informations auprès des pairs et la crédibilité qui lui est associée (Barber, 2013 ; Gentina et Chandon, 2014 ; Moschis et Moore, 1978 ; Muratore, 2008).

### **Les médias**

Les médias jouent un **rôle de plus en plus important en tant qu'agents de socialisation** dans la vie des enfants et des adolescents. Les dernières études nous apprennent qu'aujourd'hui les adolescents passent plus de temps devant des écrans qu'à l'école. À titre d'exemple, l'illustration 1 nous apprend que les 13-19 ans passent aujourd'hui en moyenne un peu moins de 18 heures par semaine sur Internet et environ 9 h devant la télévision.

Les recherches sur les médias en tant qu'agents socialisateurs se sont, dans un premier temps, principalement intéressées à la télévision et plus particulièrement à la publicité (*e.g.* Guichard et Pecheux, 2007 ; Moschis et Churchill 1978 ; Roedder-John, 2001). À la différence des autres agents socialisateurs, les contenus offerts par les médias n'ont pas toujours vocation à éduquer à la consommation, ils ont au contraire, et c'est le cas pour la publicité, les placements de produits et autres contenus sponsorisés, pour objectif de faire consommer un maximum de produits et encouragent le matérialisme. Par conséquent, il est possible d'observer un manque de cohérence entre les messages véhiculés par la publicité et ceux des autres agents socialisateurs comme les parents et l'école (Arnett, 2015). Il n'est pas aisé d'évaluer isolément l'influence de la publicité télévisée (Guichard et Pecheux, 2007 ; Roedder-John, 2001) mais différents travaux ont fait état d'un lien significatif entre une réaction affective positive lors du visionnage d'une publicité et une attitude positive envers la marque (Guichard et Pecheux, 2007 ; Lachance et *al.*, 2003).

**Illustration 1 - Évolution du temps passé devant les écrans en France de 1 à 19 ans entre 2011 et 2022<sup>90</sup>**



Source : Les Echos.fr, 18/04/22

Depuis ces différents travaux, l'environnement médiatique s'est complexifié et les moins de 25 ans ont grandi avec Internet, les réseaux sociaux et les mondes virtuels (Arnett, 2015 ; Ayadi et Djelassi, 2023 ; Barber, 2013). De nombreuses publications se sont intéressées à ces nouvelles pratiques (Mishra et al., 2018).

La particularité d'Internet est qu'il est à la fois un contexte interactif et un agent d'influence en raison de sa capacité à établir des communications bidirectionnelles : l'individu agit, réagit et reçoit (Anderson et McCabe, 2012). La socialisation sur Internet est en outre multidimensionnelle car les sources d'influence sont multiples : sites commerciaux, sites d'informations, médias sociaux, jeux vidéo...et ces différentes plateformes sont également des supports publicitaires. Par conséquent le Web, comme agent de socialisation se place au cœur de deux dynamiques : celle d'un média et celle des pairs (Lueg et Finney, 2007 ; Muratore, 2008). L'influence d'Internet peut être de ce fait opérationnalisée selon les deux dimensions informative et normative. Les sites et les réseaux sociaux fonctionnent comme autant de forums

<sup>90</sup> <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/les-plus-petits-passent-6-heures-par-semaine-sur-internet-autant-que-sur-la-television-1394549>

où les internautes peuvent s'exprimer, accéder à de l'information sur les marques et les produits (fiches produits, tutoriels, avis) et ainsi être aidés dans leurs prises de décision (Kozinets et *al.*, 2012). Sur les réseaux sociaux, les « amis », les pairs et les influenceurs fonctionnent comme des agents de socialisation qui donnent accès à une grande quantité d'informations. Mais ces agents ont également un rôle normatif puisqu'ils présentent, évaluent, conseillent et orientent les choix des individus en définissant des standards de consommation, ce qui est à la mode ou ne l'est pas par exemple (sur les influenceurs : *e.g.* Leung et *al.*, 2022 ; Sholtz, 2021). D'autre part, les algorithmes<sup>91</sup> des moteurs de recherche et des réseaux sociaux viennent renforcer ce caractère normatif en soumettant à l'internaute des contenus ciblés en fonction de ses interactions et précédentes recherches.

Enfin, Internet est un espace où le jeune est le plus souvent délivré de l'influence de ses parents et peut ainsi construire son propre univers de consommation et se familiariser avec les règles propres à Internet seul et avec l'aide des pairs via les plateformes sociales (Anderson et McCabe, 2012 ; Kozinets et *al.*, 2012). Une partie de la littérature considère donc qu'Internet est un lieu de co-construction et d'auto-socialisation, contrairement aux modèles traditionnels de la recherche en socialisation du consommateur pour lesquels l'adolescent entre dans un monde structuré dont les règles sont détenues par les adultes (Anderson et McCabe, 2012).

Les jeunes que nous étudions ont été éduqués par des parents le plus souvent issus de ce que l'on nomme la génération X, c'est-à-dire des personnes nées entre 1965 et 1980. Ces adultes référents sont pour une partie d'entre eux nés pendant les Trente Glorieuses, et ont été fortement acculturés à la consommation. Ils ont pour la plupart transmis ce modèle à leurs enfants. La thématique écologique s'étant développée durant les années 90, de nouvelles valeurs ont progressivement émergé dans la société et une partie de la littérature est consacrée aux processus de socialisation aux comportements pro-environnementaux.

### **2.3 La socialisation aux comportements pro-environnementaux**

Comme nous avons pu l'observer dans le premier chapitre de cette revue, la littérature sur la sobriété, au sens strict du terme, est encore assez mince. Cependant, nous avons également constaté que plusieurs courants de la littérature étaient très proches et notamment ceux de la

---

<sup>91</sup> <https://www.axess.fr/blog/marketing-digital/tout-comprendre-algorithmes-reseaux-sociaux>

consommation socialement responsable. La majorité des articles étant en anglais, c'est le plus souvent le terme de *sustainable consumption* qui est utilisé dans les articles sur la consommation et son acception est assez large. C'est pourquoi, nous avons préféré utiliser le terme de comportement pro-environnemental qui nous permet de nous référer à un éventail plus large de recherches.

Gentina et Muratore (2012) ont défini la socialisation environnementale comme étant le « *processus d'apprentissage de comportements pro-environnementaux, par l'acquisition de compétences, de connaissances et d'attitudes pertinentes*<sup>92</sup> » (*ibid.*, p.162). Les comportements pro-environnementaux peuvent être directs (réduction de la consommation, achat de biens et services plus respectueux de l'environnement, utilisation contrôlée de l'énergie et de l'eau) ou indirects (participation à des manifestations en faveur de l'environnement, don à des associations, signature de pétitions) (Oudou et *al.*, 2019 ; Stern, 2000). Les comportements ayant un impact direct (trier ses déchets, éviter le gaspillage, éteindre la lumière, ...) sont accessibles à la plupart des individus (Balsiger et *al.*, 2019).

La corrélation entre consommation et impact sur l'environnement a fait l'objet de recherches à partir des années 70, lorsque l'on a commencé à conceptualiser la prise de conscience environnementale (*environmental concern*) et à étudier les traits caractéristiques des individus soucieux de la préservation de l'environnement. (Giannelloni, 1998). La préoccupation pour l'environnement (PPE) peut se définir comme « *le degré auquel les gens sont conscients des problèmes concernant l'environnement et soutiennent les efforts pour les résoudre et/ou indiquent une volonté de contribuer personnellement à leur solution*<sup>27</sup> » (Dunlap et Jones, 2002 p.909), elle peut être rapprochée de la notion de sensibilité écologique qui est la manifestation d'un intérêt plus ou moins affirmé pour la nature et l'environnement (Bozonnet, 2012).

Il existe environ 700 échelles disponibles de mesure de la PPE (Dunlap et Jones, 2002) qui intègrent à la PPE les trois composantes de l'attitude : une dimension cognitive, une dimension affective et une dimension conative (Giannelloni, 1998 ; Zaiem, 2005). La composante conative est la dimension comportementale de la PPE qui induit une tendance à agir pour tenter de préserver l'environnement.

Si l'on peut considérer que les individus préoccupés par l'environnement sont les plus susceptibles d'adopter des comportements écologiques (Balderjahn, 1988 ; Falzon et *al.*, 2021 ; Webster, 1975), l'intensité du lien observé entre préoccupation écologique et comportement est

---

<sup>92</sup> Traduction personnelle



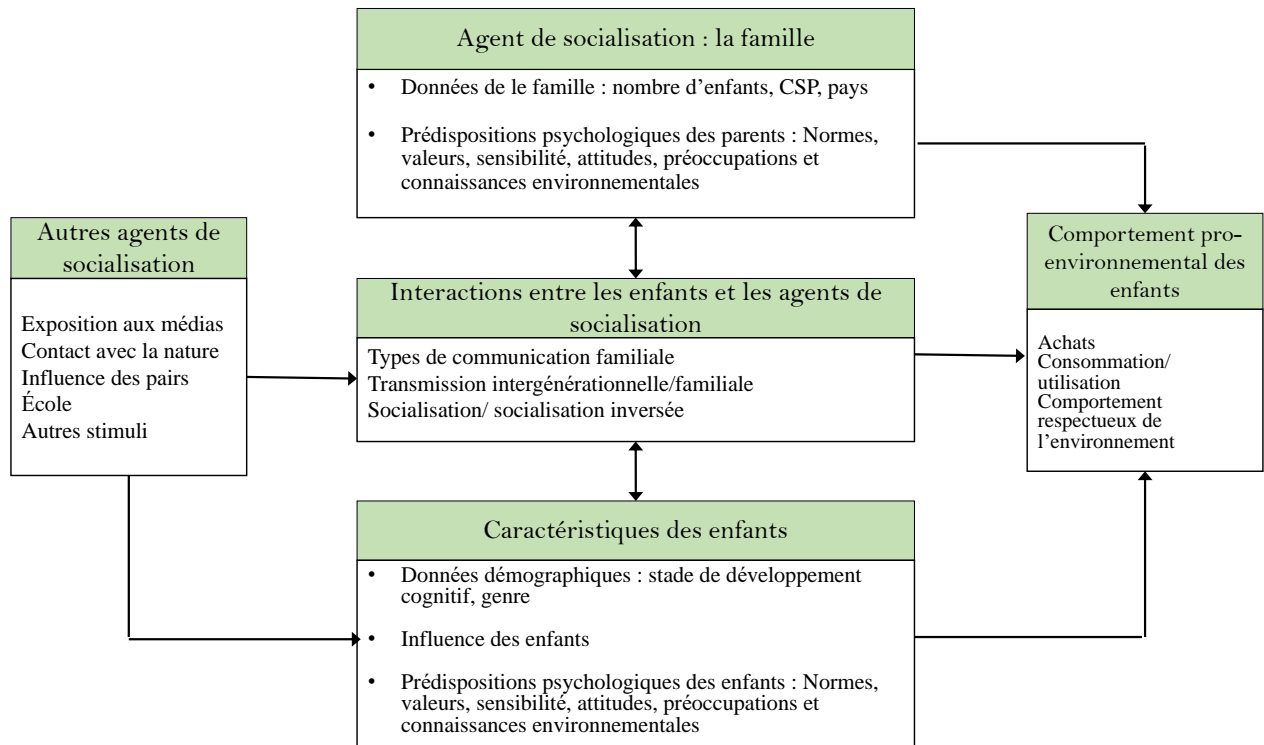
variable selon les études (Zaiem, 2005) et ne s'inscrit pas toujours dans une logique cohérente et rationnelle (Bozonnet, 2017 ; Ochs, 2020 ; White et *al.*, 2019). En effet, le comportement pro-environnemental est déterminé par de multiples variables, souvent en interaction, et les recherches en sciences sociales ont mis au jour un **large éventail de facteurs causaux** (Stern, 2000). Wallnoefer et Riefler (2022) ont relevé l'existence de plus de 70 concepts qu'elles ont répertoriés et regroupés en 34 concepts pertinents destinés à décrire et évaluer les déterminants des comportements individuels de consommation écologique. Parmi ces concepts se trouvent par exemple les valeurs, les connaissances, les croyances ou les normes que nous retrouvons comme caractéristiques pertinentes des familles et des enfants dans le processus de socialisation environnementale schématisé par Hosany et *al.* (2022).

Ces auteurs ont réalisé une revue de littérature interdisciplinaire sur le comportement pro-environnemental - ou durable (*sustainable behavior*) des enfants conduisant à la construction d'un modèle théorique de socialisation au comportement durable (Figure 9). Ce schéma explique comment les agents de socialisation comme la famille, les pairs ou les médias contribuent aux prédispositions psychologiques de l'enfant et influencent son comportement durable, par le biais d'interactions telles que la transmission intergénérationnelle et la communication familiale. Le comportement durable est ici défini comme étant tout comportement conduisant à une réduction des effets néfastes sur l'environnement et la préservation des ressources naturelles (Hosany et *al.*, 2022). Ce comportement inclut les activités de consommation tout au long du cycle de vie du produit ou du service mais aussi les actions de réduction volontaire ou de simplification de la consommation (White et *al.*, 2019).

La revue de Hosany et *al.* (2022) repose sur une sélection de 80 articles publiés en anglais dans des revues à comité de lecture (*peer-reviewed*) couvrant une période allant de 1993 à 2021 et traitant du comportement durable des enfants jusqu'à 19 ans. Se basant le plus souvent sur les stades de développement de Piaget (1966) les recherches se concentrent davantage sur les enfants entre 7 et 19 ans. Au-delà de cet âge, la recherche a montré que les jeunes adoptent moins de comportements durables (Collado et *al.*, 2015). Nous nous appuyerons sur cette revue très complète et l'enrichirons lorsque des éléments sont présents dans la littérature en français traitant des comportements des jeunes français en matière de consommation pro-environnementale qu'elle soit qualifiée de durable, de responsable, d'écologique ou de sobre. La revue comprend toutefois déjà des articles portant sur la France (*e.g.* Gentina et Muratore, 2012 ; Gentina et Singh, 2015 ; Schill et *al.*, 2020).

**Figure 9 - Cadre de socialisation aux comportements pro-environnementaux**

adapté de Hosany et al. (2022)



Les parents sont les principaux agents de socialisation au sein de la famille, où sont prises les décisions de consommation durable. En matière de consommation socialement responsable (CSR), Hay et Brée (2017) ont confirmé que les **parents étaient les agents de socialisation principaux** et que le degré de motivation et d'engagement des enfants était corrélé à celui des parents. Ils ont par ailleurs constaté que modifier des pratiques bien ancrées s'avérait plus difficile que de faire prendre aux enfants de nouvelles habitudes plus responsables. La famille a également été identifiée comme ayant une forte influence sur les valeurs attribuées à la nature (Berryman, 2003 ; Van Tilbeurgh et Atlan, 2022) ou – même si les recherches à ce sujet restent rares – sur l'engagement en faveur de l'environnement (Léger et Pruneau, 2015). Cette influence des parents pendant l'enfance peut se manifester dans les comportements dès l'enfance ou plus tard, au cours de l'âge adulte (Hay, 2019 ; Hay et Brée, 2018), dans ce dernier cas on parlera alors de socialisation anticipée (Dubar, 2022). Il semblerait cependant que les enfants issus de classes sociales supérieures soient les plus susceptibles d'adopter des comportements responsables (Hay, 2019).

Le rôle des **autres agents de socialisations** que sont l'école, les médias ou les pairs est moins affirmé que dans le processus de socialisation à la consommation (Damay et *al.*, 2021). Il n'a pas été relevé de réelle influence de l'école et des médias en matière de CSR en dehors de contextes où les parents sont déjà engagés dans cette démarche. Dans ce cas, le contexte de socialisation étant homogène il est parfois possible d'observer des formes de synergies (Hay et Brée, 2017). Les médias et les pairs sont susceptibles d'exercer un renforcement des effets de socialisation familiaux mais pour le cas des médias, l'influence est plus tardive, lorsque l'enfant est déjà sensibilisé (Hay, 2019). Il existe très peu d'éléments sur le rôle des médias sociaux en matière de socialisation environnementale (Corner et *al.*, 2015 ; Damay et *al.*, 2021 ; Pigeon, 2023). Cette constatation a également été faite au niveau international et constitue un des voies de recherche préconisées par Hosany et *al.* (2022).

De nombreuses études établissent un lien entre l'exposition à la nature et les attitudes environnementales des enfants et sur leur consommation notamment. **L'immersion dans les lieux naturels et les interactions avec la vie non humaine** (faune et flore) créent des liens entre l'homme et la nature qui ont des répercussions sur les comportements (Berryman, 2003 ; Damay et *al.*, 2021 ; Royer et Py-Cayol., 2022). C'est le plus souvent avec les parents ou les grands-parents que les enfants vivent leurs premiers moments de contact avec la nature en s'y promenant, en l'observant ou même en regardant des documentaires (Lachance, 2022).

Conformément à la littérature sur la socialisation du consommateur (Moschis et Churchill, 1978) la transmission des normes, valeurs, connaissances et préoccupations en matière d'environnement s'établit par le biais **d'interactions familiales et intergénérationnelles** en fonction des styles de communication familiale (Schill et *al.*, 2020). Il apparaît que plus les interactions entre les acteurs sont nombreuses, dans un climat d'échange et de partage et plus l'engagement des enfants vis-à-vis des questions environnementales sera important (Léger et Pruneau, 2015 ; Schill et *al.*, 2022). En outre, la recherche de Schill et *al.* (2022) a également souligné l'importance de la richesse du contexte et de la largeur de l'écosystème (famille étendue, pairs, médias...) dans lequel évolue l'enfant.

Pour que l'enfant puisse comprendre l'importance d'un comportement pro-environnemental, il doit en percevoir l'intérêt (Hay, 2019). Pour cela, les parents doivent accompagner les enfants dans la réalisation des diverses tâches en lien avec l'environnement (Hay, 2019 ; Hay et Brée, 2018), lui montrer l'exemple (Damay et *al.*, 2021) et lui permettre de les reproduire seul afin **qu'il acquière la légitimité nécessaire** (Hay, 2019 ; Damay et *al.*, 2021). En outre, le degré d'implication émotionnelle de l'enfant (Schill et *al.*, 2022) et son niveau de connaissances

environnementales (Hay et Brée, 2017), lorsqu'ils sont assez élevés, agissent comme des catalyseurs qui favorisent les actions environnementales.

Toutefois, il est possible que l'accélération des besoins de transition écologique vers plus de sobriété rende inopérante la transmission de pratiques intergénérationnelles (Guillemot, 2018). C'est alors davantage des processus de socialisation inversée (Gentina et Muratore, 2012 ; Gentina et Singh, 2015), des enfants vers les parents, ou bi-directionnelle, un apprentissage mutuel, que l'on pourra observer comme c'est déjà le cas en matière de tri des déchets (Gollety, 1999) ou de gaspillage alimentaire (Clauzel et al., 2022).

Les jeunes adultes **associent spontanément consommation et environnement** (Royer et Py-Cayol, 2022) et pour les jeunes socialisés dans l'enfance aux comportements pro-environnementaux, les pratiques de consommation responsables sont considérées comme ordinaires (Lachance, 2022). Pour Damay et al. (2021) les enfants sont donc des acteurs clés dans une perspective de changement des manières de consommer vers des modes de consommation plus responsables.

Cette section avait pour objectif d'étudier les différentes perspectives adoptées en marketing pour tenter de formaliser les processus de socialisation du consommateur. Nous avons pu observer que trois approches principales se dégagent en fonction de l'importance accordée aux interactions. Les approches les plus culturelles de la socialisation insistent sur les rôles des agents et en particulier sur celui de la famille.

Notre recherche portant sur les jeunes, nous avons également cherché à explorer le rôle des pairs et des médias. Nous avons pu constater que les pairs exerçaient une influence grandissante au cours de l'adolescence et que l'exposition aux médias était de plus en plus précoce. Internet est en outre devenu un espace d'auto-socialisation multi-dimensionnel. La consommation pro-environnementale est une forme de consommation particulière et les processus de socialisation qui s'y rattachent sont à la fois proches et différents de ceux de la consommation « traditionnelle ». En effet, le rôle de la famille et des interactions familiales est plus marqué et le besoin de légitimation des comportements plus affirmé.

## Conclusion du chapitre 2

Ce second chapitre était dédié à l'étude de différentes approches de la socialisation, envisagée comme un apprentissage, qui concourt à la construction sociale des identités et à l'intégration des individus dans la société. L'examen conjoint des approches de la psychologie cognitive et de la sociologie nous a invité à explorer le passage du développement cognitif individuel à l'insertion dans le tissu complexe des relations sociales afin d'obtenir une vision plus holistique de la socialisation humaine.

L'approche piagétienne se fonde sur une théorie complexe du développement cognitif qui décrit comment les enfants construisent progressivement leur compréhension du monde au cours de différents stades de développement cognitif (Piaget, 1966). La socialisation, inhérente aux stades de développement, consiste pour l'enfant à s'adapter progressivement à son environnement.

La sociologie permet de mieux saisir les dynamiques interconnectées de l'évolution des capacités réflexives et de l'intégration de l'individu dans la société. Nous avons relevé l'importance de la transmission des normes et de l'acquisition de prérequis fonctionnels au prisme de la théorie fonctionnaliste. Cette théorie a jeté les bases de la compréhension de la manière dont les différentes composantes d'une société interagissent pour en maintenir la stabilité et l'équilibre en s'appuyant notamment sur les notions de groupe d'appartenance et de groupe de référence.

Se fondant sur un postulat semblable de reproduction des structures sociales, Bourdieu (1980) a, dans sa théorisation des pratiques sociales, développé le concept d'*habitus*, produit de la socialisation des individus. Cet *habitus*, dépendant du milieu d'origine, résulte d'un ensemble de préférences, ou dispositions, qui prédisposent à croire ou à agir et qui permettent à l'individu de faire face à différents types de situations. Lahire (1998), en revanche, tout en restant dans la lignée de Bourdieu, considère que les influences sont multiples, hétérogènes et surviennent tout au long de la vie.

Pour le courant issu de l'interactionnisme symbolique, la réalité au contraire se construit socialement. Les interactions sont en effet au cœur de la construction du monde social et la société est une production humaine dont le point de départ est la socialisation. Dans une perspective plus constructiviste, Berger et Luckmann (1966) ont établi une distinction entre

socialisation primaire durant l'enfance et socialisation secondaire autorisant des réaménagements identitaires au cours de l'adolescence et de l'âge adulte.

Pour ce qui concerne le marketing, la discipline s'est beaucoup attachée à comprendre le processus de socialisation à la consommation, c'est-à-dire comment les enfants apprennent à devenir des consommateurs. En s'appuyant sur les avancées de la psychologie cognitive et de la psychologie du développement, différents modèles ont été élaborés. Une approche d'inspiration piagétienne met l'accent sur les stades de développement qui influencent les prises de décision (Roedder John, 2001). De nouvelles approches ont introduit une perspective plus sociale de la socialisation du consommateur en mettant davantage l'accent sur les interactions avec les agents socialisateurs. Ainsi, le modèle théorique de Moschis et Churchill (1978), considère également que l'âge est une donnée cruciale et que les agents socialisateurs (famille, école, pairs, médias) transmettent les compétences par des mécanismes d'imitation, de renforcement ou d'interactions sociales.

Dans le registre particulier des comportements pro-environnementaux, la recherche est plus dispersée entre les champs disciplinaires et les types de comportements (Hosany et *al.*, 2022). Les travaux sur ce sujet ont montré l'importance de la famille mais le rôle des pairs et des médias a été peu exploré. En revanche, le contact avec la nature constitue une instance spécifique à cette thématique. On observe également une plus grande place occupée par les phénomènes de socialisation inversée ou bidirectionnelle.

## **Conclusion de la partie I**

Le premier chapitre de cette revue de littérature nous a permis de comprendre en quoi la décroissance au niveau macro-économique et la sobriété au niveau méso (moins de production) et micro (moins de consommation) peuvent, en remettant en question le modèle de pensée dominant de la culture consumériste, apporter des réponses aux enjeux écologiques auxquels nos sociétés doivent faire face. Les crises en cours, climatiques, énergétiques, économiques, sociales encouragent à repenser les rapports des sociétés à la surabondance et à intégrer la notion de limites dans toute activité. De ce fait, la sobriété, lorsqu'elle est volontaire et non subie est une démarche qui vise à modifier la façon dont les individus envisagent leur consommation.

La sobriété fait l'objet d'un intérêt croissant dans la littérature en marketing mais nous avons pu souligner que sa définition ne fait pas à ce jour consensus dans la discipline et que les pratiques individuelles qu'elle sous-tend sont encore mal délimitées. Des travaux en définissant les contours ont vu le jour mais restent d'une part assez peu nombreux et sont, d'autre part, le plus souvent cantonnés à des domaines précis de consommation. La compréhension des motivations profondes des individus reste encore à approfondir, une large place étant en revanche faite aux freins à l'adoption de la sobriété. Toutefois, des courants très proches nous amènent à penser que dans l'esprit du consommateur il n'y a peut-être que peu de différences entre les différentes approches et que pour définir précisément la sobriété il nous faut nous intéresser à comment les consommateurs eux-mêmes, ceux qui plébiscitent la sobriété, la vivent et l'interprètent.

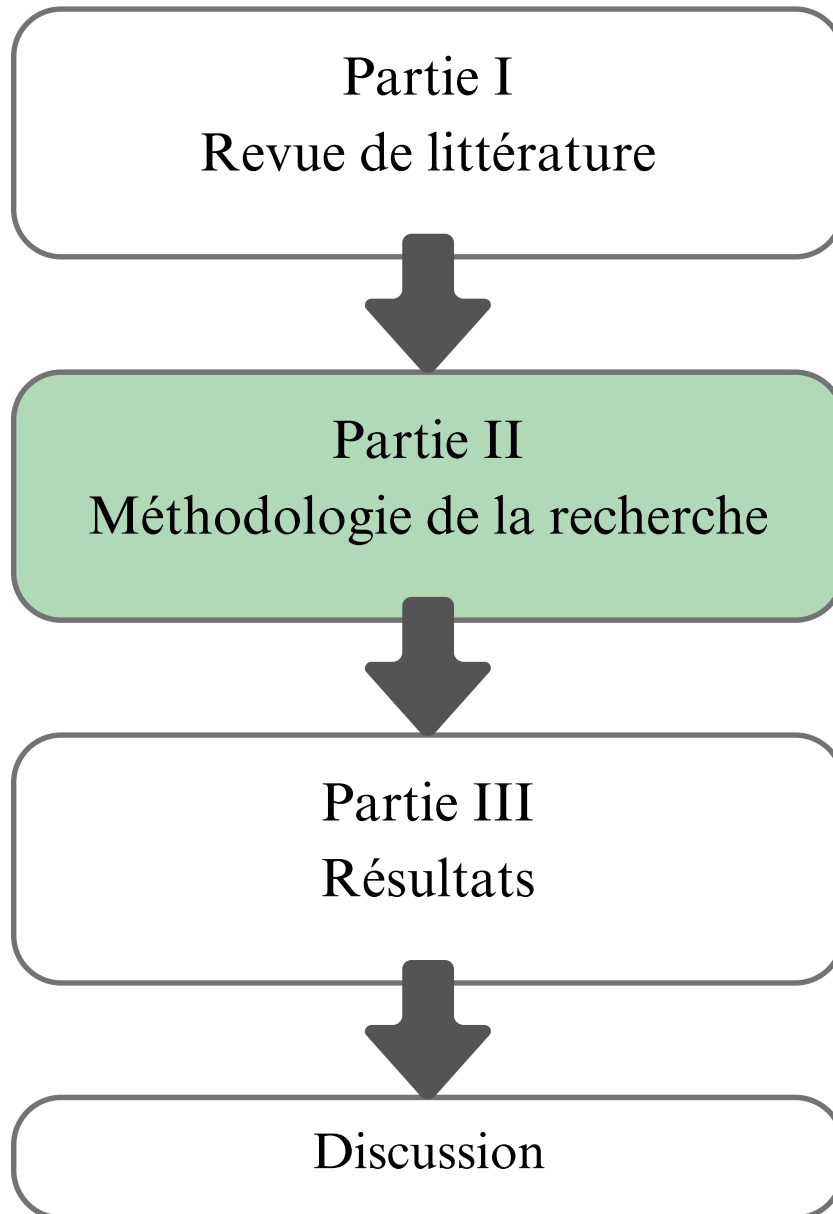
Consacrer le second chapitre de cette revue à différentes approches de la socialisation se justifie par notre souhait de comprendre à quelles influences marquantes sont soumis les individus pour adopter des comportements pro-environnementaux. Les différentes théories abordées tant sur le plan du développement cognitif que de la sociologie nous révèlent que la socialisation est un apprentissage qui permet d'intégrer des normes et les rôles qui y sont associés dans une perspective plus ou moins déterministe. L'ordre des expériences socialisatrices est déterminant et tous les courants s'accordent sur l'importance de la socialisation dans l'enfance par la famille et des difficultés à s'en affranchir même s'il est possible d'observer des influences socialisatrices hétérogènes tout au long de la vie lorsque l'on se place à l'échelle individuelle. C'est principalement le poids accordé aux interactions avec son environnement et le rôle joué par l'individu lui-même qui différencient les écoles de pensée.

En matière de consommation, les parents sont les principaux agents socialisateurs dans l'enfance et leur influence s'amenuise au profit des pairs à mesure que l'enfant grandit. Pour ce qui concerne les comportements pro-environnementaux, le contexte français a encore peu fait l'objet de travaux sur la socialisation et ceux qui existent traitent pour leur grande majorité de la socialisation dans l'enfance. Il existe des travaux sur la construction identitaire au travers de la consommation socialement responsable mais ils sont assez anciens et les défis climatiques actuels viennent ajouter des éléments de contexte qu'il nous faut intégrer. En outre, comme nous l'avons précisé dans notre introduction générale, la jeunesse actuelle vit une situation très particulière et comprendre comment elle peut être sensibilisée davantage est un enjeu majeur pour l'avenir.

Nous allons dans la prochaine partie présenter quelle démarche méthodologique nous avons adoptée afin de répondre à ces questionnements.



**Partie II. Méthodologie de la recherche**



## **Introduction de la partie II**

Après avoir exposé les concepts qui ont émergé progressivement de notre terrain, nous dédions la deuxième partie à la présentation des étapes de la démarche adoptée pour construire et mener cette recherche.

Le chapitre 3 s'attache à exposer la démarche de recherche proprement dite. Après avoir présenté les différents paradigmes en sciences de gestion, nous justifions notre choix épistémologique d'un positionnement interprétativiste puisque nous cherchons à analyser et comprendre un phénomène. Nous présentons en détail les différentes étapes de construction de l'objet de recherche sur la base des principes de la *Grounded Theory* qui ont prévalu tout au long de notre recherche doctorale. Nous avons procédé à divers ajustements et effectué de nombreux allers-retours entre les données et la théorie avant de stabiliser notre objet de recherche en nous adossant cependant à un terrain bien précis, celui des jeunes éco-concernés. Nous justifions les choix qui nous ont amenée à utiliser cette terminologie et les seuils d'âge que nous avons considérés comme pertinents.

Pour explorer ce terrain nous avons mis en œuvre une approche qualitative multi-méthodes. Ainsi, le chapitre 4 sera consacré au détail des méthodes retenues pour la collecte des données. Nous expliciterons comment nous avons, au travers de la constitution d'un échantillon orienté, recruté nos informants et nous en ferons les portraits détaillés. Nous expliciterons ensuite comment nous avons procédé pour analyser les données et interprété les résultats obtenus en recourant à l'analyse par théorisation ancrée. Nous justifierons enfin la validité de la recherche entreprise en nous interrogeant sur différents critères d'évaluation.

<p><b>PARTIE I</b></p> <p><b>REVUE DE LITTÉRATURE</b></p>	<p><b>Chapitre 1.</b> La sobriété du consommateur comme élément clé de la bifurcation écologique</p>
	<p><b>Chapitre 2.</b> La socialisation, un processus de formation et de transformation : de l'individu comme entité sociale au consommateur</p>
<p><b>PARTIE II</b></p> <p><b>MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE</b></p>	<p><b>Chapitre 3.</b> Une recherche interprétativiste ancrée dans un terrain particulier, les jeunes éco-concernés</p>
	<p><b>Chapitre 4.</b> Appréhender la réalité des éco-concernés : une approche qualitative multi-méthodes</p>
<p><b>PARTIE III</b></p> <p><b>RÉSULTATS</b></p>	<p><b>Chapitre 5.</b> Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste</p>
	<p><b>Chapitre 6.</b> Des processus de socialisation successifs qui façonnent l'identité des éco-concernés</p>
	<p><b>Chapitre 7.</b> Les imaginaires du futur : les éco-concernés et leur vision de l'avenir</p>
<p><b>DISCUSSION</b></p>	



**Chapitre 3.**  
**Une recherche interprétativiste ancrée dans un terrain particulier, les  
jeunes éco-concernés**

Introduction du chapitre 3

Section 1 : Posture épistémologique et construction de l'objet de recherche

1.1 L'adoption d'une posture épistémologique interprétative

1.1.1 Les paradigmes en sciences de gestion

1.1.2 Le choix d'un positionnement interprétativiste.

1.2 La démarche de construction de l'objet de recherche

1.2.1 Principes généraux de la *Grounded Theory* et ses prolongements dans l'analyse par théorisation ancrée

1.2.2 Les différentes étapes de construction de l'objet de recherche.

Section 2 : Présentation du terrain de la recherche, les jeunes éco-concernés.

2.1 Les jeunes : un difficile objet théorique

2.1.1 Définir la jeunesse

2.1.2 L'intérêt de la notion de cohorte générationnelle

2.2 Les caractéristiques des jeunes d'aujourd'hui et leur rapport à l'écologie

2.2.1 Quelques traits saillants de la génération Z

2.2.2 Le rapport des jeunes à l'écologie

Conclusion du chapitre 3

### Introduction du chapitre 3

Pour débiter cette partie méthodologique, nous commencerons par la définition et le choix d'un cadre épistémologique car « *toute recherche s'inscrit dans un cadre épistémologique implicite ou explicite* » (Avenier et Thomas, 2012 p.14). Ce cadre épistémologique établit les hypothèses fondatrices et les principes d'élaboration des connaissances, il précise les liens entre connaissance et action. Se positionner dans un cadre établi détermine en outre en partie la méthodologie de la recherche. Nous avons adopté une posture épistémologique interprétative qui nous a guidée dans la construction de l'objet de recherche qui vise à traduire ce projet de connaissance en trois différentes grandes étapes sur la base des principes de la *Grounded Theory* (Glaser et Strauss, 1967). Ayant beaucoup cherché notre voie dans la manière de concevoir la rédaction de ce manuscrit doctoral, nous avons opté pour une description chronologique qui reproduit assez fidèlement notre cheminement (section 1).

Notre sujet central depuis le début de cette recherche étant les jeunes, la formulation de notre objet de recherche repose sur la compréhension de certains des acteurs de cette population. Nous avons compulsé la littérature académique les concernant mais aussi un grand nombre de publications grand public pour mieux les connaître et nous aider dans la compréhension de leur état d'esprit et de leurs attentes. Cette génération, que l'on baptise « *génération Z*<sup>93</sup> », terme peu prisé par la communauté scientifique, fait l'objet d'une littérature moins abondante que celle concernant la génération précédente, les « *Millenials* ». Nous nous pencherons sur les caractéristiques et particularités des jeunes de 17 à 25 ans qui délimitent notre terrain de recherche et nous nous attarderons plus particulièrement sur les liens entre jeunesse et écologie qui en constituent l'ancrage (section 2).

---

<sup>93</sup> Le Pew Research Center considère que la génération Z est composée des jeunes nés après 1997 et les *Millenials* les personnes nées entre 1981 et 1996.

## Section 1 : Posture épistémologique et construction de l'objet de recherche

---

L'épistémologie est la discipline qui s'intéresse à la construction de la connaissance : comment se crée-t-elle ? par quelles méthodes ? selon quels critères ? La définition communément admise en sciences de gestion est celle de Piaget en 1967 : *étude de la constitution des connaissances valables* (cité par Avenier et Gavart-Perret, 2018), l'épistémologie s'intéresse donc à la valeur des connaissances élaborées (Avenier, 2011), c'est « *l'activité réflexive qui porte sur la manière dont les connaissances sont produites et justifiées* » (Allart-Poesi et Perret, 2014 p.15). Afin de structurer notre recherche, nous avons en tant que chercheur essayé de clarifier nos objectifs pour définir un positionnement épistémologique qui nous a permis de délimiter les contours de notre recherche et d'en spécifier l'objet.

### 1.1 L'adoption d'une posture épistémologique interprétativiste

Afin de préciser et justifier notre choix de positionnement épistémologique, nous avons dans un premier temps fait un tour d'horizon des différents paradigmes épistémologiques contemporains qui existent en sciences de gestion. Nous avons fait le choix du positionnement interprétativiste. Ce positionnement est adapté à notre recherche car il favorise la focalisation sur les acteurs qui interviennent dans le processus investigué et convient à la visée compréhensive de cette recherche.

#### 1.1.1 Les paradigmes en sciences de gestion

Le premier questionnement épistémologique vise à définir la conception de la connaissance sur laquelle le travail de recherche se fondera et la manière dont la connaissance produite sera justifiée. Tout chercheur est influencé par les grands courants de pensée auxquels se réfèrent les chercheurs de sa communauté scientifique : les paradigmes épistémologiques. Kuhn les définit comme étant « *une constellation de croyances, valeurs, techniques, etc. partagées par une communauté donnée* » (Kuhn, 1962, cité par Avenier et Gavart-Perret, 2018 p.7).

Les paradigmes majeurs des sciences de gestion sont au nombre de trois et présentent des postulats bien distincts. Leurs principaux fondements sont résumés dans le tableau 9.

**Tableau 9 - Les principaux paradigmes en sciences de gestion** (adapté de Thiétart, 1999 et Perret et Séville, 2003)

	Paradigme positiviste	Paradigme interprétativiste	Paradigme constructiviste
Nature de la réalité (ontologie)	Hypothèse ontologique Il existe une essence propre à l'objet	Hypothèse phénoménologique L'essence de l'objet ne peut être atteinte	
Lien sujet-objet (épistémologie)	Hypothèse déterministe Indépendance du sujet et de l'objet	Hypothèse intentionnelle Dépendance du sujet et de l'objet	
	Statut privilégié de l'explication	Statut privilégié de la compréhension	Statut privilégié de construction
Idéal	Recherche d'une loi universelle	Donner à voir la réalité des acteurs	La connaissance se construit chemin faisant
Logique dominante	Déduction	Induction	Abduction
Critères de validité	Vérificabilité Confirmabilité Réfutabilité	Idiographie Empathie	Adéquation Enseignabilité

Les paradigmes se différencient en fonction du statut attribué à la connaissance, de la réalité qu'ils envisagent, de la voie qu'ils suivent pour parvenir à la connaissance, de l'objectif de la recherche et les critères de validité qu'ils utilisent.

### **Le paradigme positiviste**

Ce paradigme présuppose l'existence d'une réalité objective et mesurable dont le chercheur doit mettre à jour la structure profonde. Il s'agit de vérifier ou de réfuter les hypothèses formulées par le réel, les faits constatés. La théorie qui en découle décrit les faits réels de manière fidèle. Ce paradigme repose sur le modèle axiologique de **recherche d'associations systématiques entre variables** au cours d'une recherche expérimentale qui favorise la logique de déduction et d'induction à partir de prémisses (Chalmers, 1987). L'observation des faits permet de faire émerger des lois générales. Le positivisme renonce à donner des causes aux phénomènes et ne cherche qu'à établir des lois permettant de les décrire et de les prédire. Cette conception de la science a connu de nombreuses évolutions. Les réflexions réformatrices de Popper et Lakatos



notamment ont conduit à l'émergence de ce que l'on peut qualifier de post-positivisme (Allart-Poesi et Perret, 2014). Ce courant s'intéresse moins à la déduction de propositions générales à partir d'énoncés singuliers, qu'à la structure et à la formulation des théories scientifiques. La valeur d'un énoncé d'observation est définie en fonction de sa relation avec la théorie qui le précède, la caractéristique majeure d'une théorie scientifique étant sa falsifiabilité (Chalmers, 1987). Deux courants majeurs issus du post-positivisme se sont développés : le réalisme scientifique pour qui le réel en soi n'est pas forcément connaissable et le réalisme critique pour qui le réel profond n'est pas observable (Avenier et Gavart-Perret, 2018). Ce paradigme s'oppose aux paradigmes constructiviste et interprétativiste sur la nature des hypothèses fondatrices. En effet, la posture positiviste fondée sur l'objectivité du réel est en contradiction avec le principe de la subjectivité de l'expérience humaine postulée dans les contextes constructivistes et interprétativistes.

### **Le paradigme constructiviste**

Le réel est une construction sociale fondée sur les interprétations données par les acteurs, il est le produit de l'esprit humain. D'inspiration hégélienne, le constructivisme est souvent qualifié de "théorie active de la connaissance" car **la construction de la connaissance est le résultat d'un processus d'interdépendance entre sujet et objet** (Evrard et *al.*, 2003). Il n'y a effectivement pas de séparabilité entre le système servant et le système observé (Von Foerster, 1981, cité par Avenier, 2011). Ce paradigme repose sur les principes de la représentativité : la connaissance est la recherche de la bonne façon de penser et de se comporter, le critère de la vérité est l'adéquation du modèle à l'expérience du phénomène. La position du chercheur n'est pas contenue dans l'objet, mais dans la manière de l'appréhender. Les notions utilisées par le chercheur sont nécessairement construites, la connaissance est conçue de manière pragmatique. La recherche n'est pas évaluée par son objet mais par son projet et le chercheur assume le triple rôle de « *concepteur-observateur-modélisateur* » (d'après Le Moigne, 1990). Le constructivisme cherche à donner une représentation de la réalité utile à l'action. La réussite via des mises à l'épreuve dans l'action est alors le mode déterminant de justification (Avenier et Gavart-Perret, 2018). Il existe principalement deux approches du constructivisme : le paradigme constructiviste au sens de Guba et Lincoln (1989, 1998) ou GLP et le paradigme pragmatique constructiviste, également appelé radical, par von Glaserfeld (1998, 2001) et Le Moigne (1995, 2001) ou PECP.

### **Le paradigme interprétativiste**

Le paradigme interprétativiste prend également acte de la dépendance du sujet et de l'objet et du caractère relatif de la construction de la connaissance. Tout comme dans le référentiel constructiviste, il s'agit d'une conception pragmatique de la connaissance. Le chercheur a pour objectif de **comprendre les représentations, les jugements, les motivations et les raisons d'agir des acteurs** (Rappin, 2011) et l'interprétation qu'ils en font. Les principes se renouvellent ainsi en fonction des projets des acteurs et de leurs interactions. La réalité sociale est donc subjective et construite dans des pratiques sociales interactives (Allard-Poesi et Perret, 2014). On ne peut en conséquence pas avoir qu'une représentation unique de la réalité car ce qui est connaissable est l'expérience vécue (Avenier et Gavart-Perret, 2018). La méthodologie employée doit permettre de saisir les spécificités humaines et sociales par une approche compréhensive (Allard-Poesi et Perret, 2014). Il est néanmoins possible d'observer une forme de stabilité durant une période spécifique dans un contexte donné (Geertz, 1973, cité par Allard-Poesi et Perret, 2014). Les connaissances générées sont essentiellement de type descriptif, le chercheur se doit de rester très proche des discours des acteurs qu'il cherche à analyser. La vigilance portée au contexte et la représentation qui en émane sont considérés comme les critères de validité d'une recherche qui se revendiquerait du positionnement interprétativiste.

Par la nature énième même de notre recherche, nous nous positionnons dans une démarche interprétative dans la mesure où nous cherchons à comprendre l'adoption de modes de vie sobres dans une démarche pro-environnementale du point de vue des acteurs.

#### ***1.1.2 Le choix d'un positionnement interprétativiste.***

On attend du chercheur qu'il précise l'articulation ontologie-épistémologie-méthodologie retenue pour justifier de la cohérence de son cheminement et faciliter l'évaluation de sa recherche (Giordano, 2003).

La posture épistémologique d'un chercheur influence le chemin qu'il va devoir emprunter pour produire de la connaissance fiable et valide sur le plan scientifique. Adopter une posture « *permet d'orienter, de guider et de doter les chercheurs de principes, de paradigmes régulateurs de l'activité de recherche, de repères problématiques et méthodologiques dans la conduite du processus de recherche, et ceci afin de conférer à leurs démarches plus de cohérence et de rigueur* (Cohen, 1996, cité par Rappin, 2011)

Dans cette recherche, nous nous intéressons à l'adoption par les jeunes de pratiques de consommation sobre. La réalité que nous cherchons à atteindre pour produire de la connaissance repose en grande partie sur la perception subjective que le sujet a des événements qu'il a vécus (Avenier et Gavart-Perret, 2018). Notre observation se place donc au cœur des acteurs qui composent la réalité et **a pour propos de comprendre davantage que de mesurer des phénomènes**. Notre objectif revendiqué de compréhension des éléments conduisant des jeunes sensibilisés à l'écologie à modifier leurs modes de vie pour adopter des pratiques de consommation sobre conduit par conséquent à privilégier un positionnement interprétativiste.

L'interprétativisme s'inscrit dans un courant qui définit la vérité comme l'adéquation d'une observation du réel à des hypothèses posées sur lui, même si le réel en question est humain et entre en interaction avec le chercheur. Le chercheur vise à comprendre les significations que les acteurs donnent à leurs actions ou les significations qu'ils attribuent à l'objet de recherche (Giordano et Jolibert, 2018) mais aussi à déceler les consensus établis par les acteurs dans une situation à laquelle ils participent (Avenier et Gavart-Perret, 2018). Le choix de cette posture influe donc en partie sur le choix des méthodes de collecte et d'analyse des données, car il est nécessaire au chercheur de s'immerger dans le phénomène pour l'étudier (Özçağlar- Toulouse et Cova, 2010). Nous avons choisi une démarche qualitative fondée en grande partie sur des entretiens en profondeur et un traitement par codage à visée théorique qui « *implique une orientation plus inductive et heuristique de l'analyse* » (Kelle, 1995, cité par Point et Voynnet Fourboul, 2006) et que nous détaillerons dans le chapitre 4.

Afin de saisir comment le sens se construit dans et par les interactions pratiques et les discours, l'observation est interactive, coopérative et participative et le chercheur accepte d'avoir une connaissance suffisante du contexte pour mieux en appréhender les spécificités et les limites. Il se propose donc d'« *interpréter les cadres socioculturels dans lesquels vivent les individus et qui expliquent leur manière de voir le monde* » (Delacroix et Monnot, 2021 p.29). En effet, cette compréhension ne doit pas considérer le sujet comme un acteur autonome et indépendant, mais plutôt comme étant influencé par des cadres idéologiques, culturels et sociaux dont le chercheur se doit de tenir compte (Gorge, 2014). Cette approche phénoménologique inspirée de la *consumer culture theory* (Arnould et Thompson, 2005) implique de considérer le contexte socioculturel pour comprendre les logiques, processus et mécanismes à l'œuvre dans la démarche adoptée vers une consommation sobre (Askegaard et Linnet, 2011).

Ainsi, nous avons dès le début de notre recherche mis l'expérience vécue des sujets au cœur de notre projet et œuvrer dans ce sens a induit de nombreux questionnements et travaux exploratoires. Cependant, du fait de la thématique générale retenue dans cette recherche, cette posture interprétativiste s'est assez rapidement imposée à nous. En revanche, comme dans ce processus d'analyse, d'interprétation et de traduction mais sans objectif d'explication ou de changement (Allart-Poesi et Perret, 2014), « *le chercheur est partie intégrante du processus méthodologique et ne peut se considérer comme extérieur à la réalité qu'il cherche à découvrir* » (Giordano et Jolibert, 2018), la construction de l'objet de recherche a connu de nombreuses étapes et remises en question. En effet, comme le soulignent Giordano et Jolibert (2018) : « *ce sont les interactions répétées entre le chercheur et la réalité de l'étude qui lui permettent, petit à petit, de l'affiner puis de l'afficher clairement* » (*ibid.* p.78). Nous en avons fait l'expérience.

## 1.2 La démarche de construction de l'objet de recherche

La construction de l'objet de recherche est un élément clé du processus de recherche. Il est à ce propos qualifié d'« invariant » par Paillé et Mucchielli (2016) qui le classent parmi les constantes à suivre dans tout projet de recherche. Bien qu'il soit conseillé de le formuler très tôt afin de préciser les contours de la revue de littérature notamment, il peut faire l'objet au cours du processus de recherche de précisions et/ou modifications.

Nous positionnons notre recherche dans le courant théorique de la *Grounded Theory* (Glaser et Strauss, 1967 [2010<sup>94</sup>]) qui induit une démarche itérative faite d'allers-retours entre le terrain et la théorie. Bien que la rédaction d'une thèse suive un processus relativement linéaire, nous allons tenter dans cette sous-section de rendre compte des nombreux questionnements auxquels nous avons fait face et les ajustements auxquels nous avons procédé en conséquence pour définir l'objet de la recherche.

---

<sup>94</sup> Première traduction française

### ***1.1.1 Principes généraux de la Grounded Theory et ses prolongements dans l'analyse par théorisation ancrée***

La *Grounded Theory* est une **méthodologie générale**, désignée par ses fondateurs sous le terme de « stratégie », pour construire une théorie à partir des données recueillies et analysées de manière systématique (Glaser et Strauss, 1967 [2010] ; Strauss et Corbin, 1998). Développée à la fin des années 60, elle a connu depuis son émergence des évolutions et des assouplissements méthodologiques (Charmaz et Belgrave, 2019 ; Paillé et Mucchielli, 2016 ; Walsh, 2015). Cette théorie n'est pas rattachée à un positionnement épistémologique particulier et peut être mobilisée quelle que soit la posture adoptée, son intérêt résidant davantage dans des techniques d'exploitation des données que sur des méthodes de collecte (Paillé, 1994 ; Walsh et *al.*, 2015). Elle est cependant devenue l'approche qualitative dominante dans plusieurs disciplines des sciences humaines et sociales (Paillé et Mucchielli, 2016).

La *Grounded Theory*, traduite par **théorie ancrée** ou pour certains par théorie enracinée, est une méthode de recherche « *empirico-inductive* » (Paillé et Mucchielli, 2016 p.41) dont l'objectif est la « *découverte de la théorie à partir des données systématiquement récoltées lors de la recherche* » (Glaser et Strauss, 2010 éd. 2017 p. 87). Elle repose sur l'idée que la théorie doit émerger des données plutôt que d'être imposée à celles-ci. Le principe central de cette méthode repose sur une comparaison continue, tout au long du processus de validation, entre les résultats de l'analyse et les données empiriques permettant de développer une théorie étroitement liée aux données empiriques (« ancrée » ou « enracinée » dans les données recueillies) qui puisse expliquer les phénomènes observés (Guillemette, 2006). En d'autres termes, l'analyse de données est un **processus itératif** qui nécessite un retour constant aux données pour assurer une validation rigoureuse des résultats (Glaser et Strauss, 2010). La collecte et l'analyse des données se font par conséquent simultanément, en s'alimentant mutuellement. Ainsi, l'objet de recherche, les choix méthodologiques et théoriques peuvent se voir reconsidérés au fil de l'avancée du travail, l'objet de recherche pouvant même rester provisoire jusqu'au terme de la recherche (Charmaz et Belgrave, 2019 ; Guillemette, 2006). Si au départ les deux auteurs préconisaient de s'affranchir de toute lecture académique préalable, de retarder toute revue de littérature afin d'éviter de formuler des idées préconçues, seul Glaser est resté catégorique sur ce fait (Charmaz et Belgrave, 2019).

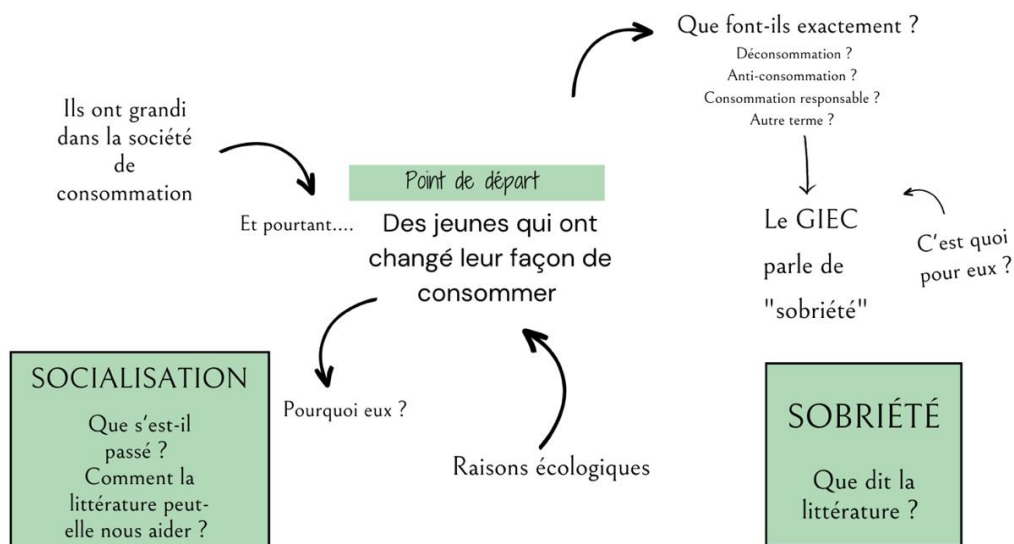
Souvent décrite comme s'appuyant sur une logique inductive pure, la *Grounded Theory* présente en fait une orientation à mi-chemin entre l'induction et l'abduction (Charmaz et Belgrave, 2019), ce qui la rend plus réaliste et accessible dans des situations courantes de

recherche (Paillé et Mucchielli, 2016). Dans ce contexte, l'abduction est utilisée pour sélectionner ou créer une hypothèse qui explique un cas empirique ou un ensemble de données mieux que toutes les autres hypothèses possibles. Cette hypothèse est considérée comme provisoire et propice à une analyse plus poussée (Dumez, 2012). Paillé (1994) propose de transformer et simplifier le processus en ayant pour objectif, non l'élaboration d'une théorie (très ambitieux et parfois illusoire) mais la théorisation c'est-à-dire l'adoption d'une **démarche de conceptualisation** via l'analyse. Il emploie en ce sens les termes de « analyse *par* théorisation ancrée » qui s'apparente davantage à une méthode d'analyse des données (Paillé, 1994 ; Paillé et Mucchielli, 2016).

Par conséquent, en nous appuyant sur ces différents éléments, et selon les conseils de Paillé et Mucchielli (2016) nous avons cherché dans notre « *équation intellectuelle* » à adopter une posture conjuguant théorie et empirie privilégiant « *sens et pertinence* » (*ibid.* p. 149).

Ainsi, comme l'illustre la figure 10, nous avons au cours d'une recherche précédente observé un phénomène qui, en suscitant notre intérêt, a entraîné des questionnements qui ont fait émerger les contours d'une revue de littérature autour des deux concepts clés de sobriété et de socialisation.

**Figure 10 – Point de départ de la recherche et construction de la revue de littérature**



Nous avons donc parallèlement à la conduite de premiers entretiens (que nous qualifierons par la suite d'exploratoires) commencé à étudier la littérature portant sur la sobriété. Ce cadre conceptuel doit être considéré davantage comme un outil flexible de référence nous permettant

d'interpréter nos données que comme un cadre théorique strict sur lequel nous aligner. En raison de la part importante accordée aux données empiriques, d'une part et de l'existence d'un embryon de problématique et de cadre conceptuel, d'autre part, notre démarche s'est inscrite dans une logique conjuguant induction et abduction qui a contribué à la construction progressive de l'objet de recherche.

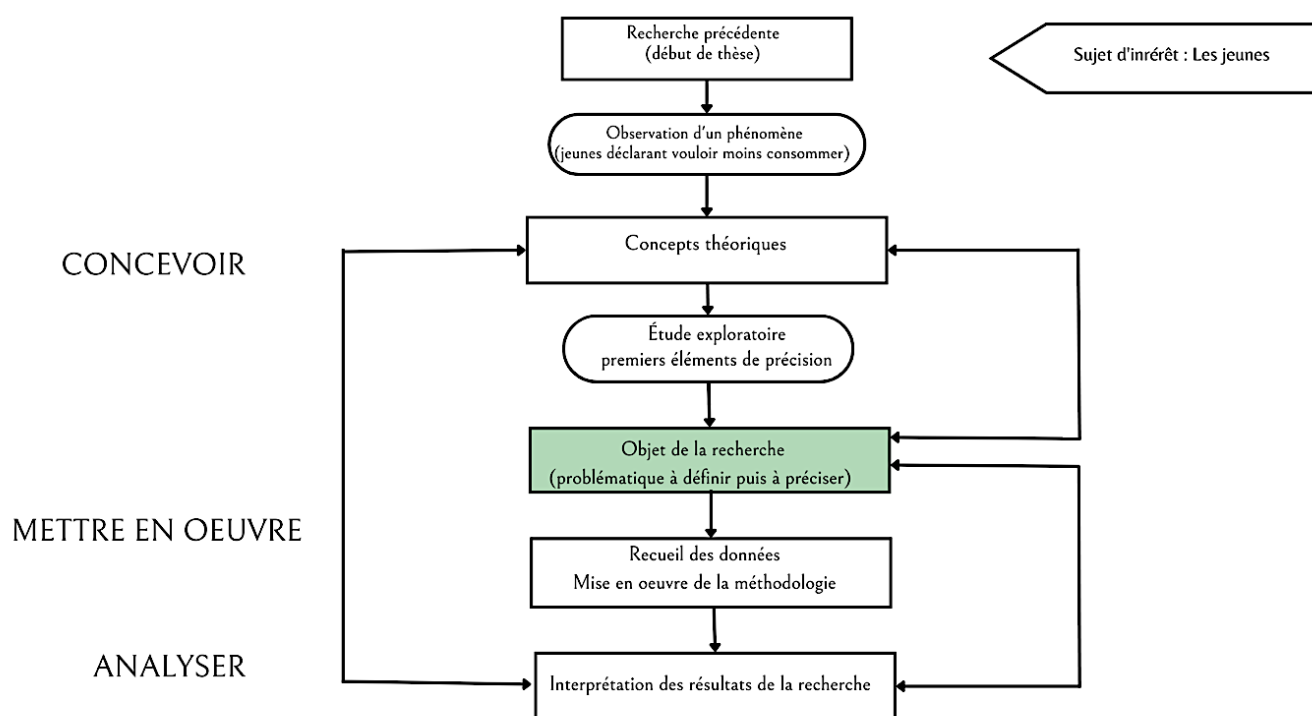
### ***1.2.2 Les différentes étapes de construction de l'objet de recherche.***

Formuler un objet de recherche revient à élaborer « *une question ou problématique au travers de laquelle le chercheur interrogera la réalité* » (Allard-Poesi et Maréchal, 2014 p.50). Il est généralement délimité et précisé au cours de la phase de conception de la recherche et peut être ajusté et stabilisé progressivement en fonction des résultats obtenus au cours de l'enquête (Giordano et Jolibert, 2018). La question de départ peut être relativement large et tend à se restreindre au fur et à mesure de l'avancée des travaux.

L'intérêt de l'objet de recherche est de permettre d'établir un fil conducteur afin d'orienter l'architecture générale de la recherche car il influence les choix méthodologiques, les stratégies de collecte et d'analyse des données ainsi que les interprétations qui en découlent (Allard-Poesi et Maréchal, 2014).

Dans la posture interprétativiste qui est la nôtre, nous nous focalisons sur la compréhension des processus spécifiques de construction de la réalité élaborés par les acteurs en fonction des actions et significations qu'ils accordent à leurs expériences du monde. Ainsi, l'objet de recherche interprétativiste a pour mission d'appréhender un phénomène à travers la perspective des individus qui y participent et qui contribuent à sa création (Giordano et Jolibert, 2018). La figure 11 tente de rendre compte de notre processus de recherche et de la démarche itérative qui a conduit à préciser l'objet de recherche à partir d'abord d'un domaine d'intérêt (les jeunes) puis d'un phénomène observé sur le terrain (modification des modes de vie).

**Figure 11 – Processus de recherche**, adapté de Allard-Poesi et Maréchal (2014 p.49) et Giordano et Jolibert (2018 p.60)



Ce travail doctoral est loin d'avoir connu une trajectoire linéaire et plane, nous avons au contraire connu de nombreux épisodes de doute et de remise en question. Nous avons souvent dévié du chemin initial mais toujours nous nous sommes laissée guider par le terrain et par les découvertes, toujours plus intéressantes, que nous lui devons. Un seul point n'a jamais changé : **notre intérêt pour les jeunes**. Étudiante, enseignante depuis 25 ans et mère de famille, nous côtoyons au quotidien des jeunes et nous avons pu constater leur force et leur fragilité mêlées, leur détermination et leurs attermolements mais surtout leur désarroi face à la pandémie du Covid-19 qui les a profondément marqués et a affecté leur bien-être. Nous avons donc fait le choix de départ de nous intéresser à cette population.

Notre formation initiale et notre mémoire de master nous ont dans un premier temps orienté vers une problématique liée à la grande distribution. Nous avons donc tout d'abord commencé notre recherche sur une question portant sur la contribution des points de contact physiques au bien-être des jeunes<sup>95</sup>.

<sup>95</sup> Ce sujet a fait l'objet d'une communication au colloque E. Thil en 2021 et d'un chapitre d'ouvrage collectif (2022) mais est volontairement exclu des méthodes et résultats présentés dans cette thèse pour des raisons de cohérence et de clarté.



Cependant, au cours d'un des premiers entretiens individuels que nous avons menés sur ce sujet, une informante a évoqué son souhait de moins consommer, sa fierté de sortir d'un magasin sans n'avoir rien acheté. Ces affirmations ont éveillé notre intérêt et nous avons décidé de creuser plus avant cette thématique. Nous avons alors fait évoluer notre guide d'entretien en y incluant une dimension de modification/réduction de la consommation. Les résultats que nous avons obtenus étant très riches, nous avons décidé de poursuivre plus avant cette thématique tout en conservant une approche centrée sur le bien-être.

Les premiers concepts théoriques sur lesquels nous avons travaillé ont été ceux de bien-être (bien-être subjectif et bien-être psychologique, hédonisme et eudémonisme) et l'étude des courants de recherche comme l'anti-consommation, la déconsommation, la consommation responsable pour déboucher sur la sobriété. La question de la socialisation est venue assez rapidement mais nous avons seulement effectué au départ quelques lectures d'articles fondateurs pour éviter de nous éparpiller et nous avons toutefois inclus cette thématique lors des entretiens. Ainsi, pour ce qui pourrait constituer une première étape de construction de l'objet de recherche, nous **nous sommes focalisée sur les pratiques**, en ayant à l'esprit d'éventuellement recourir à la théorie des pratiques (Shove et Pantzar, 2005 ; Warde, 2005) pour la structuration des données. En ayant pour contexte l'inquiétude des jeunes face à l'avenir, le climat, leur vécu récent d'impuissance, nous avons cherché à comprendre comment cela se traduisait dans leur consommation et quel en était alors l'impact sur leur bien-être.

À l'issue de cette première étape il nous est apparu que si analyser les pratiques restait intéressant sur certains points, les résultats obtenus gagnaient à être approfondis sous un autre angle. Nous avons en outre au cours d'un séminaire de méthodes qualitatives et design de la recherche en *Consumer Culture Theory* (CCT) à Lille en décembre 2021 pu bénéficier de rencontres *one to one* avec des chercheurs seniors<sup>96</sup> qui nous ont orientée vers une **exploration plus poussée des justifications et des déclencheurs** en émettant la possibilité d'approfondir l'aspect thérapeutique de la non-consommation. Il nous a été suggéré d'utiliser des méthodes projectives, techniques que nous avons alors introduites dans notre design de recherche. Pour cette seconde étape, nous avons affiné notre échantillonnage en recrutant des jeunes témoignant d'une préoccupation pour l'environnement au travers de la fréquentation d'évènements ou de plateformes dédiés à l'écologie. Au mois de mars 2022, nous avons participé à une journée d'étude intitulée « Les sciences de gestion à l'épreuve de la sobriété » à l'Université Paris 2

---

<sup>96</sup> Nous avons rencontré Søren Askegaard, Olga Kravetz et Henri Weijo

Panthéon-Assas. Cette journée a été particulièrement fructueuse car elle nous a conduit à adopter définitivement le concept de sobriété et à démarrer la rédaction de notre revue de littérature à ce sujet. En mai 2022, nous avons participé au colloque doctoral de l'Association Française du Marketing (AFM) à Tunis au cours duquel nous avons présenté notre travail en cours et les premiers résultats obtenus. L'accueil reçu, notamment d'Eric Arnould, a été plutôt positif et encourageant tant sur la problématique que sur la méthodologie qualitative. En revanche, le jury a souligné la nécessité de réduire le nombre de concepts et nous a conseillé de nous pencher davantage sur les renoncements.

Nous avons alors décidé, en concertation avec notre directrice de thèse, d'abandonner les théories du bien-être. Nous avons alors recontacté nos informants pour leur demander des précisions sur leurs renoncements et poursuivi nos entretiens avec de nouveaux informants en nous appuyant sur un guide d'entretien adapté et approfondi.

À la lecture des données nous avons un temps pensé recourir au concept de « *consumer wisdom* » (Luchs et Mick, 2018 ; Mick et Schwartz, 2012), mais lors d'une présentation aux collègues de notre laboratoire, le LUMEN, et au colloque doctoral des Journées Normandes de la Recherche sur la Consommation (JNRC), et après avoir débattu de nos données et cherché sur leurs conseils à en **faire ressortir les spécificités**, notre choix initial de nous focaliser sur la socialisation s'est confirmé. Une première phase de relecture et de codage nous a conduit à aborder de nouvelles théories permettant d'analyser encore plus finement les données mais nous avons jugé plus en phase avec notre cheminement de ne pas les traiter dans la revue de littérature. Nous avons néanmoins fait valider nos intuitions par une partie de nos informants et soumis nos constations à des chercheurs expérimentés. À l'issue de ce processus nous avons entrepris l'analyse de tout le matériau collecté pour déboucher sur nos résultats finaux.

**Figure 12 – Construction de notre objet de recherche**

Étape 1	Les changements opérés dans la façon de consommer (Août 2021- Novembre 2021)
Objectif	Cerner les pratiques nouvelles adoptées et leur contribution au bien-être des jeunes
Thèmes abordés	Pratiques de consommation, changements opérés, déclencheurs, bien-être
Théories et concepts mobilisés	Bien-être, cohorte générationnelle, déconsommation
Observations	Émergence d'un ensemble de pratiques assez récurrentes Place importante accordée aux problématiques écologiques Accord comportement/valeurs : bien-être
Conclusion	Se détacher des pratiques et explorer les mécanismes déclencheurs



Étape 2	Les préoccupations liées à l'environnement (Décembre 2021- Juin 2022)
Objectif	Comprendre les justifications qui entraînent des modifications des modes de vie
Thèmes abordés	Pratiques de consommation, déclencheurs, préoccupations, implications, désirabilité sociale
Théories et concepts mobilisés	Anti-consommation, consommation responsable, théorie des pratiques, <i>consumer wisdom</i>
Observations	Importance des pairs Influence des réseaux sociaux Compromis / Arbitrages dans la consommation
Conclusion	Trop de concepts, creuser les relations interindividuelles et sociales



Étape 3	Les cadres et modalités de la socialisation (Juin 2022 -Janvier 2023)
Objectif	Déterminer les modalités du passage de la consommation à la sobriété
Thèmes abordés	Renoncements, étapes, modalités de socialisation, évolutions envisagées, comment convaincre
Théories et concepts mobilisés	Sobriété, socialisation, échelles d'observation, responsabilisation
Observations	Spécificités de la jeunesse Force des convictions Différences de trajectoires et profils à cartographier
Conclusion	Saturation sémantique Stabilisation de l'objet de recherche

Nous avons, dans la figure 12, résumé les trois grandes étapes de la construction de notre objet de recherche. Ce travail étant continu et constamment interrogé, nous ne prétendons pas à l'exacte délimitation des périodes qui ne peuvent être précisément bornées. Nous nous sommes en revanche appuyée sur notre journal de bord<sup>97</sup> pour rendre compte des grandes étapes de ce processus.

En accord avec notre posture épistémologique interprétativiste et notre démarche reposant sur les principes de la *Grounded Theory*, nous avons concrètement fait l'expérience des interactions entre le chercheur et la réalité de l'étude évoquées dans la littérature (Giordano et Jolibert, 2018).

La compréhension de notre objet de recherche s'est approfondie itérativement et cet objet s'est peu à peu précisé par des allers-retours incessants entre le terrain, la lecture des données recueillies et les concepts théoriques.

Ainsi, l'objet de recherche vise la compréhension des significations reliées à l'adoption de pratiques de consommation sobre par les jeunes et les dynamiques de socialisation dont elles découlent. Notre recherche s'est déroulée dans un cadre précis, celui du terrain de recherche que nous allons présenter dans la section suivante.

---

<sup>97</sup> Le journal qui répertorie nos tâches journalières et suit notre processus de réflexion compte 215 pages.

## **Section 2 : Présentation du terrain de la recherche, les jeunes éco-concernés.**

---

Comme nous venons de le rappeler, notre intérêt pour les problématiques liées à la jeunesse est une constante dans nos différents travaux de recherche. Nous avons tous en tête une vision de la jeunesse, qui d'ailleurs est de plus en plus longue à mesure que l'on vieillit... Toutefois, le monde académique, que ce soit celui de la sociologie, de la psychologie ou du marketing échoue à la définir précisément et de manière unanime tant la société contemporaine a contribué à désynchroniser les étapes de la vie. Ainsi, en premier lieu nous exposerons les difficultés rencontrées pour délimiter la jeunesse et les théories sur lesquelles nous pouvons nous appuyer pour y remédier. Ensuite nous détaillerons quelles sont les caractéristiques de cette jeunesse que l'on associe parfois – et notamment en sciences de l'éducation – à la génération Z (Schweiger et Ladig, 2018) ainsi que les rapports, parfois ambigus et contradictoires qu'elle entretient avec l'écologie.

### **2.1 Les jeunes : un difficile objet théorique**

Au début du vingtième siècle, le développement des domaines de la psychologie et de la sociologie a favorisé l'émergence des premiers travaux scientifiques portant sur la jeunesse (Piau et Bigot, 2003). C'est un article de Parsons<sup>98</sup> qui, selon Galland (2001), a amorcé en 1942 les premières analyses sociologiques d'une nouvelle classe d'âge, la jeunesse. En France cependant, ce n'est qu'au cours des années 80 que cette question a connu ses premiers vrais développements en sociologie (Galland, 2001). Étudier la jeunesse aujourd'hui revient toutefois à se heurter à une difficulté conceptuelle persistante dans la mesure il n'existe pas de consensus parmi les sociologues sur une définition claire et unanime de ce que représente cette période de la vie (Piau et Bigot, 2003 ; Galland, 2022). Par conséquent, vouloir étudier les jeunes demande de se pencher dans un premier temps sur la question de la définition de la jeunesse – ou des jeunesse – et sur les bornes qui potentiellement en balisent les limites, la notion de cohorte générationnelle pouvant par ailleurs constituer un élément de solution.

---

<sup>98</sup> Talcott Parsons, voir Chapitre 2

### 2.1.1 Définir la jeunesse

« Étudier la jeunesse conduit inévitablement le sociologue à se poser la question des seuils qui l'encadrent » (Galland, 2022 p.154). En d'autres termes, à quel âge peut-on estimer faire partie des « jeunes » ? Au sens commun, la jeunesse est généralement considérée comme la période de la vie située entre l'adolescence et l'âge adulte. Par conséquent, ce qui permettrait de la caractériser ne se situerait ni dans l'adolescence ni dans l'âge adulte (Gauthier, 2008). Les sociétés modernes éprouvent cependant des difficultés à définir précisément les seuils de début et de fin de cette période (Cicchelli et *al.*, 2007). En effet, en modifiant le statut et la place des jeunes (Dupont, 2014), les modes de vie contemporains ont rendu cette notion ambiguë (Chamborédon, 2015 ; Dubet, 1996).

Dans les faits, la définition de la jeunesse recouvre à la fois des considérations biologiques et des éléments liés aux transitions affectant les rôles sociaux qui ont tous deux connus des modifications au siècle dernier (Sawyer et *al.*, 2018). En effet, d'un point de vue biologique d'abord, les avancées dans le domaine du développement cérébral ont révélé que le processus physique marquant la fin de l'adolescence n'était pas complètement achevé à l'âge de 19 ans, comme on le croyait jusqu'au milieu du 20<sup>ème</sup> siècle, mais se poursuivait jusqu'à l'âge de 25 ans. L'allongement continu de l'espérance de vie contribue également à envisager de nouvelles façons de rythmer l'existence (Galland, 2022).

Pour le Centre d'Observation de la Société<sup>99</sup>, il n'existe **pas de définition précise des âges de la jeunesse** et la plupart des bornages utilisés ne reposent pas sur des considérations objectives. La majorité des travaux en sciences sociales s'appuient sur un intervalle compris entre 15 et 24 ans utilisé par l'Organisation Mondiale de la Santé et par l'INSEE. Plus récemment au niveau international, la notion d'adulte émergent a été établie comme allant de 18 à 26 ans (Sawyer et *al.*, 2018).

Dans notre discipline, Fosse-Gomez (1991) a défini l'adolescent·e comme étant une personne entre 12 et 18 ans, suggérant ainsi implicitement 18 ans comme limite inférieure de la jeunesse ou plus précisément de la catégorie « jeune adulte » terme qui a progressivement remplacé celui de « jeune » tout court ou de « post-adolescent » (Cicchelli et *al.*, 2007). La limite supérieure quant à elle est également sujette à débat, Brée (2007) ou Derbaix et Leheut (2008) avancent toutefois l'âge de 25 ans comme seuil à retenir.

---

<sup>99</sup> <https://www.observationsociete.fr/ages/jeunes/a-quel-age-est-on-jeune/>

Pour les anglo-saxons c'est davantage le stade d'adulte émergent (Arnett, 2000 ; Weinberger et *al.*, 2017) qui est évoqué dans la littérature. Partageant des caractéristiques de l'adolescence pour l'exploration identitaire et la confusion des rôles, il s'en distingue cependant démographiquement et expérimentalement et se situe de la fin de l'adolescence « *au milieu de la vingtaine* » (Arnett, 2007 p.68).

Compte tenu de ces fluctuations, il est assez compréhensible que le terme plus général de « jeunes » soit fréquemment utilisé sans être clairement défini.

Sur le plan social, Dubet (1996) envisage la jeunesse comme le temps où s'opère la **distribution des rôles sociaux** et à ce titre elle est considérée par Galland (2022) comme une période de transition : « *l'idée de la transition, d'une période moratoire durant laquelle la définition sociale est comme en suspens, est fondamentale. La jeunesse c'est ce passage durant lequel vont se construire presque définitivement, alors qu'elles sont encore en pointillés, les coordonnées sociales de l'individu* » (*ibid.* p.72). On observe par ailleurs que l'accomplissement de ces rôles sociaux adultes qui marquent la fin de l'adolescence avec notamment l'achèvement des études, l'entrée dans la vie professionnelle, le départ du foyer parental, l'établissement d'une relation de couple et la parentalité, a été repoussé dans le temps, venant bousculer les « anciennes normativités » (Dubet, 2002). Les transitions de rôle ont été retardées, souvent complexifiées (Bourdon et *al.*, 2021) et la perception du début de l'âge adulte recule en conséquence (Arnett, 2015).

Plutôt qu'une transition, certains auteurs préfèrent concevoir la jeunesse de manière dynamique, « diachronique », comme un processus imbriquant différentes sphères de vie qui en affirmerait toute la richesse sur le plan des transformations personnelles et des mutations culturelles en particulier (Arnett, 2007 ; Becquet et Bidart, 2013 ; Dubet, 2002 ; Dupont, 2014). On constate d'ailleurs une pluralité des parcours, une coexistence de réalités biographiques et ces disparités observées entre des trajectoires plus que jamais individualisées incitent à parler de « jeunesses » au pluriel (Arnett, 2015 ; Dubet, 1996 ; Dupont, 2014 ; Schehr, 2000). Dans ce sens, le mythe d'une jeunesse monolithique a d'ailleurs été contesté par Kjeldgaard et Askegaard (2006) qui ont démontré que les modes de vie des jeunes sont influencés par les contextes locaux et des schémas culturels et sociaux personnels. Plus récemment Weinberger et *al.* (2017), s'appuyant sur Bourdieu, ont mis en évidence les différences de projections dans le futur des jeunes selon leur classe sociale d'origine.

Ainsi, pour Galland (2001), la jeunesse est une période intermédiaire « *de définition ou de redéfinition d'aspirations sociales* » (*ibid.* p.617) qui permet l'apprentissage progressif du

devenir adulte et des responsabilités, constituée de phases de durées variables, la parentalité marquant la fin de la jeunesse de manière définitive. Durant cette période, le jeune entreprend de se démarquer de la génération précédente, en matière de normes culturelles (Cicchelli, 2010 ; Dupont, 2014 ; de Singly, 2000) et de valeurs (Dubet, 1996 ; Schehr, 2000). Cette différenciation est facilitée par le poids croissant pris par le groupe de pairs et les modes de socialisation horizontaux (Arnett, 2015 ; Cicchelli, 2010). Galland (1990) observe d'ailleurs dans ce domaine une complexification et une transformation profonde des processus de socialisation (c'est-à-dire des modalités d'apprentissage de l'adultéité) qui en partie expliquent également l'allongement des transitions et la prolongation de la jeunesse. Le modèle de socialisation s'est modifié, évoluant d'un modèle d'identification à un **modèle d'expérimentation**. Les possibilités de reproduction sociale se sont amenuisées et « *la définition de soi se construit plus qu'elle n'est héritée. Elle se construit au gré d'un processus itératif, fait d'essais et d'erreurs* » (Galland, 2022 p.217). Cette phase est de plus en plus longue et introduit une « *distance grandissante entre le groupe d'appartenance et le groupe de référence* », le contexte socioculturel permettant la confrontation à de multiples cadres envisageables (Lachance, 2022).

Au niveau social également, la « massification scolaire » (Dubet, 2021), et plus généralement l'allongement de la durée des études, ont transformé les relations intergénérationnelles et les représentations sociales de la jeunesse (Arnett, 2015 ; Chamborédon, 2015 ; Dubet, 2002 ; Galland, 2022). C'est en réalité la question de l'autonomie qui est à l'origine de la désynchronisation des seuils de la vie (Bourdon et al., 2021 ; Galland, 2022). En effet, les jeunes, étudiants, en recherche d'emploi voire en insertion professionnelle demeurent le plus souvent dépendants financièrement de leurs parents même dans des situations de décohabitation familiale. La transition familiale est bien moins marquée aujourd'hui et les jeunes expérimentent une nouvelle forme d'autonomie en conservant des liens étroits avec les parents (Amsellem-Mainguy, 2016 ; Cicchelli, 2010 ; Galland, 2022 ; Gentina, 2008). Il s'agit en fait de dissocier autonomie et indépendance (Chamborédon, 2015 ; Cicchelli, 2001 ; de Singly, 2000 ; Galland, 2022 ; Gentina, 2008), l'autonomie consistant à « *apprendre à décider pour soi* » (Gaudet, 2001 p.75). Selon la conception classique, l'entrée dans l'âge adulte correspondait à l'acquisition de l'autonomie, sous-entendant indépendance par l'entrée dans le monde professionnel et la fondation d'une nouvelle unité familiale, ce qui n'est effectivement plus le cas. Ainsi, pour Gaudet (2001) ce serait davantage l'intériorisation progressive de la



notion de responsabilité dans une perspective temporelle longue qui marquerait la fin de l'adolescence et le passage à l'âge adulte.

Nous pouvons constater qu'il est difficile de délimiter précisément en termes d'âge la jeunesse tant les contours s'en sont brouillés au cours des dernières décennies. De ce fait, en marketing il est devenu assez courant d'utiliser l'outil des cohortes générationnelles, jugé plus pertinent que celui de l'âge chronologique (Parment, 2013).

### *2.1.2 L'intérêt de la notion de cohorte générationnelle*

Depuis un certain nombre d'années, les chercheurs et les praticiens en marketing se sont appuyés sur le concept de génération pour comprendre à la fois le temps individuel et le temps collectif (Bourcier-Béquaert et de Barnier, 2010). En effet, la génération est considérée, dans la lignée de la sociologie, comme le regroupement d'individus partageant une position commune dans la dimension historique du processus social (Devriese, 1989) et qui, en tant que membres d'une sous-culture commune se différencient des autres générations par des préférences esthétiques (Holbrook et Schindler, 1994), des valeurs (Ivanova et *al.*, 2019), des perceptions, attitudes et comportements spécifiques (Hauck et Stanforth, 2007). La notion de génération joue un rôle crucial dans le discours social en mettant en évidence les distinctions et oppositions inévitables entre les membres d'une même société, en référence à la temporalité et aux liens familiaux qui les relient. Elle permet de souligner les ruptures et les dichotomies qui existent au sein des populations (Rouet, 2019). Ce sont les influences et les expériences partagées, appelées **marqueurs générationnels** (Bourcier-Béquaert et de Barnier, 2010), mais aussi le rapport au passé (Holbrook et Schindler, 1994) qui définissent une génération.

Au sein d'une génération le sociologue Karl Mannheim (1928) et le démographe Norman Ryder (1965) ont initié le concept de la cohorte ou cohorte générationnelle qui regroupe des individus ayant atteint l'âge adulte (ou « *coming of age* ») pendant une période spécifique et **ayant vécu des expériences similaires** durant cette période clé de leur construction personnelle (Parment, 2013 ; Schewe et Meredith, 2004). Ces expériences communes peuvent inclure des événements historiques, tels que des changements sociaux, des avancées technologiques, des crises économiques ou des mouvements sociaux (Ivanova et *al.*, 2019 ; Strauss et Howe, 1991 ;). Contrairement à une génération, elles peuvent être de longue ou de courte durée, en fonction des événements externes qui les définissent, et permettent ainsi de concilier les parcours individuels avec une analyse approfondie de la société à une période donnée (Ryder, 1985). En d'autres termes, cela revient à considérer que les trajectoires de vie sont structurées par le

contexte social, historique et institutionnel dans lequel elles s'inscrivent (Bourcier-Béquaert et de Barnier, 2010). On peut alors évoquer des **effets de cohorte** qui fournissent un cadre utile pour comprendre les différences et les similitudes entre les groupes de personnes nées à des moments spécifiques de l'histoire, les individus d'une même cohorte pouvant avoir des caractéristiques communes qui les distinguent des autres générations (Bourcier-Béquaert et de Barnier, 2010 ; Reisenwitz et Iyer, 2007 ; Schewe et Meredith, 2004). L'effet de cohorte peut également être utilisé pour expliquer les tendances sociales et les changements culturels qui se produisent à mesure que les générations vieillissent et laissent place à de nouvelles générations (Alwin et McCammon, 2003). Les valeurs et les attitudes d'une cohorte peuvent exercer une influence durable sur la société et avoir des répercussions dans différents domaines, tels que la politique, la consommation, la culture et la technologie (Trzesniewski et Donnellan, 2010). L'effet de cohorte se distingue de l'effet de période (influence de la conjoncture, par exemple une guerre ou une épidémie) et de l'effet d'âge (influence de l'âge sur les comportements) même si ces trois effets restent étroitement imbriqués (Meslé et *al.*, 2011 ; Twenge, 2008). Par conséquent l'effet de cohorte ne définit pas seulement un individu, d'autres facteurs individuels et contextuels pouvant également influencer son développement et ses choix (Alwin et McCammon, 2003).

Pour ce qui concerne la consommation, selon la théorie des cohortes générationnelles c'est pendant la période d'apprentissage, généralement **entre 17 et 23 ans, que se forment les valeurs, les normes et les attitudes de consommation** qui persisteront à l'âge adulte de manière relativement stable (Howe et Strauss, 2007 ; Noble et Schewe, 2003 ; Parment, 2013 ; Rindfleisch, 1994). Les préférences des membres des cohortes successives sont marquées par les influences exercées par les changements qui surviennent dans la société, l'éducation et la socialisation entre pairs (Ryder, 1985). Ainsi, les inclinations spécifiques des différentes cohortes sont sources de motivations, de comportements de consommation et de niveaux d'implication distincts. La théorie des cohortes générationnelles affirme que ce sont les **innovations technologiques** qui jouent le rôle de catalyseur du changement social, rendant ainsi le passé obsolète et influençant les comportements de consommation d'une génération donnée (Ryder, 1985). Ainsi, c'est le critère technique qui singulariserait aujourd'hui le plus manifestement une cohorte par rapport aux autres. La jeunesse d'aujourd'hui, souvent qualifiée de « *digital native* » (Gentina et Delécluse, 2018), évolue dans un monde plus connecté que toute génération précédente (Feiereisen et *al.*, 2019) ce qui contribue à façonner son identité, ses valeurs et sa manière de consommer de manière unique.

Dans notre volonté d'étudier les comportements de consommation des jeunes, nous avons dû décider quel bornage nous allions utiliser en termes d'âge. Nous avons cependant pu remarquer après avoir étudié la littérature s'y référant que ce sujet était loin de faire consensus. En nous basant sur les différentes théories que nous venons d'évoquer, il nous a semblé que deux aspects méritaient de retenir notre attention :

- La période de « *coming of age* » qui débute à 17 ans semble assez déterminante dans la formation des goûts et des attitudes en matière de consommation. Nous avons donc décidé de fixer 17 ans comme borne inférieure de notre étude.
- Les organisations internationales utilisent la limite de 24 ans mais les données biologiques et les aspects technologiques qui délimitent les générations contemporaines et qui sont considérés pour définir la génération Z nous incitent à reculer jusqu'à 25 ans<sup>100</sup>.

En conséquence nous avons choisi de cibler des individus dont **l'âge est compris entre 17 et 25 ans**. Les jeunes appartenant à cette tranche d'âge aujourd'hui sont moins étudiés dans la littérature que ceux de la génération précédente (Okros, 2020) bien qu'ils présentent des caractéristiques qui les distinguent de leurs aînés.

## 2.2 Les caractéristiques des jeunes d'aujourd'hui et leur rapport à l'écologie

Les évènements mondiaux, culturels et aujourd'hui technologiques façonnent les nouvelles générations et viennent en définir les attitudes, les comportements et les valeurs. La nouvelle génération de jeunes de moins de 25 ans est définie par la lettre Z (Gentina et Delécluse, 2018), dernière de l'alphabet, car son arrivée marque la fin de rôles, de traditions et d'expériences clairement délimités. Bien que cette terminologie soit contestée, elle nous est utile pour étudier la littérature car une grande partie des articles consacrés à la jeunesse y font référence. Si cette cohorte partage de nombreux traits de caractère avec la dernière vague de *Millennials*, elle n'en est pas moins différente et plus importante en taille. Nous allons détailler ce qui la définit et ce qui l'anime pour étudier plus en détail quelles sont ses attitudes et comportements face aux problématiques écologiques. Notre objectif est également de justifier l'adoption du terme « éco-concernés » que nous avons retenu pour décrire précisément notre terrain de recherche.

---

<sup>100</sup> En 2022 les jeunes nés en 1997 ont eu 25 ans

### ***2.2.1 Quelques traits saillants des jeunes de la génération Z***

La génération née entre 1997 et 2010, initialement appelée iGen par Jean Twenge en 2012, puis rebaptisée Génération Z, représente aujourd'hui environ **32% de la population mondiale**, elle en est la plus large cohorte<sup>101</sup>. Cette génération diffère fondamentalement de ses prédécesseurs, notamment en raison de son accès constant à Internet qui entraîne des changements profonds des modes de vie et accentue le fossé socio-numérique avec ses parents (Pichler et al., 2021 ; Schweiger et Ladwig, 2018). Le niveau d'intégration technologique dans la vie quotidienne des jeunes d'aujourd'hui est sans précédent par rapport aux générations précédentes. Le développement rapide des technologies informatiques peut être considéré comme un événement crucial qui a façonné cette nouvelle génération, née avec l'avènement du Web 2.0 (Mc Mullin et al., 2007 ; Schwieger et Ladwig, 2018). Cette immersion constante dans la technologie et l'hyper sollicitation des canaux de communication renforce le rôle des médias sociaux et d'Internet dans leur éducation et la formation de valeurs communes (Okros, 2020). Cette cohorte a accès à une quantité d'informations sans précédent, avec tout ce qu'elle souhaite savoir à portée de clic. Cette génération exprime par conséquent de fortes exigences quant à l'immédiateté de réponses à ses questions (Chaney et al., 2017). Le manque de réactivité est d'ailleurs cité par plus de la moitié des jeunes comme étant un motif d'insatisfaction<sup>102</sup>. Cette génération est à ce titre parfois qualifiée d'« impatiente<sup>103</sup> ».

L'omniprésence de l'information, parfois anxiogène, amplifiée par le fonctionnement des algorithmes et des réseaux sociaux conduit cependant à une forme de fragilisation (Twenge, 2018). Alimentant le stress et la peur, ce flux continu engendre en outre une forme d'épuisement psychologique car les jeunes n'ont pas toujours les capacités cognitives pour traiter cette surcharge informationnelle, ce qui impacte négativement leur bien-être (Liu et al., 2021). En outre, la pandémie du Covid-19 a bouleversé leur vie sociale, amicale et amoureuse : de nombreux jeunes ont manifesté des signes de détresse psychologique en raison de l'isolement, de l'incertitude et de la stigmatisation (Gentina, 2020 ; Knight et al., 2020). Il semblerait cependant que depuis la fin des mesures sanitaires la jeunesse ait tourné la page du Covid et se projette de nouveau assez positivement car elle est « résiliente et confiante » (Dabi, 2021 p.47). Malgré cela, les moins de 25 ans constituent **une génération marquée par la solitude** : enfants

---

<sup>101</sup> « Narcissiques, matérialistes, désinformés...Ces clichés à démonter sur la génération Z » Les Echos Start 29/03/21

<sup>102</sup> Pour 59% des 16-24 ans : Étude Twilio/ Ipsos France mars 2021

<sup>103</sup> S. Zannad Chronique sur France Inter 11/08/21

d'une société individualiste, ils passent plus de temps seuls que leurs aînés (Twenge, 2018) alors qu'ils admettent que les contacts sociaux, les relations avec leur famille et leurs proches, sont primordiaux dans leur épanouissement. Ils cherchent ainsi les repères qui leur manquent au sein de groupes et de communautés qui sont pour eux autant de tribus au sein desquelles ils se rassurent autour de centres d'intérêts communs (Soulié, 2020). Ces réseaux affinitaires, physiques ou virtuels, viennent combler le déficit de confiance que les jeunes ont envers les institutions et le scepticisme face aux politiques (Muxel, 2018 ; Pigeon, 2023). Mus par une forme de désengagement, les jeunes s'abstiennent de voter davantage que la moyenne (Dabi, 2021).

En partageant ce contexte qui influence leur perception du monde (Seemiller et Grace, 2017), les membres de la génération Z ont développé des représentations communes et des traits de personnalité distincts de ceux des *Millennials* qui les ont précédés (Schweiger et Ladwig, 2018). La jeunesse actuelle a **fortement conscience de ses spécificités** et de son appartenance à une cohorte, elle s'estime à 87% différente des autres générations contre 16% en 1957 (Dabi, 2021). Faisant preuve d'une plus grande capacité à explorer de nouveaux modèles, ces jeunes sont plus enclins à saisir les opportunités d'un monde en mutations dont ils ont une conscience plus approfondie et une meilleure compréhension des problématiques<sup>104</sup>. Bien qu'ils soient rebelles et anxieux, ils se révèlent également pragmatiques et optimistes.

Nous avons résumé dans le tableau 10 les principaux traits de caractères de cette génération. Sans vouloir prétendre être exhaustive ni que cette génération soit homogène, nous avons pour bâtir ce tableau compilé et recoupé les éléments de plusieurs études, ouvrages consacrés à la génération Z et articles de blogs (pour le détail voir en annexe 3).

---

<sup>104</sup> « La génération Z, une nouvelle génération dans un ancien monde » Intervenant : Cédric Allmang  
Conférence CIFL/Réseau Mesure - Maison de l'Amérique Latine – 06/12/18

**Tableau 10 – Caractéristiques dominantes de la génération Z** repris de Lechartre (2022)

Valeurs marquantes	Manifestations
Immédiateté et transparence	Exigence de comprendre et de savoir : tout doit se voir et tout de suite Génération de l’instantanéité, se lasse rapidement
Conscience sociale	Recherche d’un but collectif favorisant le changement Génération du « discours agissant » : être acteurs et impliqués Prête à reconstruire la société, pouvoir de changer le monde Désir de justice et d’égalité
Pragmatisme et réalisme	Génération la plus éduquée de tous les temps, capacité à apprendre en permanence Conscience de vivre une période compliquée Conscience aiguë de la tâche à accomplir Résilience et détermination à avancer
Diversité et inclusion	Affirmation du féminin, défense du féminisme Lutte contre le racisme et les discriminations Diversité ethnique
Besoin de liens sociaux	Hyper connexion : alternance entre les moments de convivialité physiques et les moments digitaux Les rapports humains sont essentiels, demandeurs de relations authentiques La famille est la 1 <sup>ère</sup> valeur en laquelle croire
Pression du temps	Génération impatiente : le temps est une denrée précieuse Sentiment d’urgence Illusion de n’avoir pas de temps à perdre
Besoin d’épanouissement	Se sentir unique et valorisé Individualité : s’assumer et être soi-même Donner du sens à chaque élément de sa vie Vivre des expériences toujours renouvelées

Pour ce qui concerne leur consommation, les jeunes sont sensibles aux prix, économiquement avertis, ils apprécient la personnalisation et détestent le gaspillage (Sakar, 2019). Ils ont en outre des attentes élevées en termes de service client et d'engagement des marques auxquelles ils restent fidèles (Rue, 2018). Près de 88% d'entre eux sont des clients du e-commerce<sup>105</sup>. Leur comportement de consommation présente une certaine ambivalence : ils s'intéressent autant aux achats d'occasion qu'aux marques de *fast fashion* (Gentina, 2021), cherchant à concilier plaisir immédiat et convictions. En effet, 83% d'entre eux reconnaissent avoir pris conscience de la surconsommation et souhaitent adopter une consommation responsable. Un tiers des 18-30 ans considère à ce propos que la période inflationniste que nous vivons actuellement pourrait être une opportunité pour « sortir d'une forme d'ébriété consommatoire »<sup>106</sup>.

### ***2.2.2 Le rapport des jeunes à l'écologie***

Les jeunes sont le plus souvent présentés comme étant particulièrement préoccupés par le changement climatique (Desbiolles, 2020). Un certain nombre d'études grand public vont dans ce sens mais le portrait à dresser de la jeunesse face au climat serait plus nuancé et il est parfois difficile d'affirmer que ces préoccupations sont davantage l'apanage des jeunes que de leurs aînés. Dans la littérature académique en marketing, il existe à notre connaissance peu de recherches qui aient exploré la sensibilité environnementale des jeunes en dehors d'articles sur la socialisation à la consommation responsable tels que nous les avons présentés au chapitre 2. Il est en revanche un sujet qui voit son audience croître en raison de son importance chez les jeunes, il s'agit de celui de l'éco-anxiété (Desbiolles, 2020, Verplanken et al., 2020).

Nous avons tenté d'établir un panorama, assez largement issu d'études statistiques, de l'état des préoccupations environnementales des jeunes. Il en ressort que les jeunes ont conscience des enjeux écologiques puisque 62% des 18-24 ans estiment que les questions liées à l'environnement, à l'écologie et au climat constituent un sujet très important (Galland et Lazar, 2022) mais qu'ils ne traduisent pas forcément cela dans leurs comportements. Ainsi, selon le sociologue Olivier Galland : « *il existe un fort décalage entre leurs inquiétudes et leurs pratiques [...] la culture jeune est consumériste par essence car elle est fondée sur l'apparence et l'hédonisme*<sup>107</sup>. » Pour lui, il existe davantage de divergences entre les jeunes eux-mêmes qu'entre les générations et il s'agit de relativiser l'engagement des jeunes sur ce sujet. Toutes

---

<sup>105</sup> Source : FEVAD

<sup>106</sup> Étude #Moijeune Février 2023

<sup>107</sup> La Croix 27/12/2019

les études montrent que la sensibilité aux questions environnementale augmente bien chez les jeunes mais que ces **inquiétudes sont largement partagées par l'ensemble de la population** et que les jeunes restent en outre très dépendants des contraintes économiques (Lachance et Mane, 2022).

En revanche, il apparaît que pour 59% des 18-24 ans, l'environnement doit être considéré comme un sujet prioritaire contre 44% des plus de 65 ans par exemple (Dabi, 2021). En effet, cette génération a été confrontée très tôt à la crise climatique, elle a grandi avec les catastrophes naturelles et a intégré davantage que ses aînés l'existence d'une problématique écologique<sup>108</sup>. Ainsi, 50% des 18-24 ans considèrent que leur vie quotidienne est plutôt directement affectée par le réchauffement climatique et 18% que cet impact est même fort<sup>109</sup>.

Les études peuvent sembler parfois contradictoires car ce qui distingue les jeunes finalement est leur manière de concevoir la question à l'échelle individuelle. En d'autres termes, les jeunes ont conscience de la centralité des enjeux environnementaux, les associent au climat et comprennent qu'ils vont modifier nos modes de vie (Dabi, 2021) mais cela ne signifie pas forcément qu'ils sont prêts à faire plus d'efforts pour la sauvegarde de la planète. Ils sont d'ailleurs assez paradoxalement mal informés sur le sens de la décarbonation<sup>110</sup> et manquent globalement de connaissances précises sur les sujets environnementaux (Lama et Deleplancque, 2021 ; Gentina, 2022).

Leur façon d'envisager ces problématiques est à la fois différente des autres générations et contrastée au sein même de la population jeune. À titre d'exemple une étude Ipsos de 2022 a révélé que les 16-24 ans sont moins inquiets que l'ensemble de la population (45% contre 64% pour l'ensemble des Français). En revanche, leurs réactions sont aux extrêmes : ils sont soit plus indifférents (16% contre 7% pour l'ensemble), soit au contraire ils présentent une plus grande démoralisation (38% vs 27% pour l'ensemble) (Teinturier et *al.*, 2022). Si 80% d'entre eux admettent que la situation est très préoccupante à alarmante seulement 26% des jeunes aspirent à une modification radicale et 50% à des modifications importantes de nos modes de vie pour limiter l'impact humain sur l'environnement<sup>111</sup>.

Dans une vaste étude menée en 2022, Lachance et Mane ont montré que les jeunes partageaient un niveau équivalent de « sentiment de devoir agir » au reste de la population et accordait autant

---

<sup>108</sup> Le Monde 25/05/22 : « *Les déserteurs, ces diplômés qui changent radicalement de vie pour sauver la planète* »

<sup>109</sup> Étude Elkwateur Ipsos mars 2023

<sup>110</sup> Étude opinionway pour Hello Fresh Mars 2023

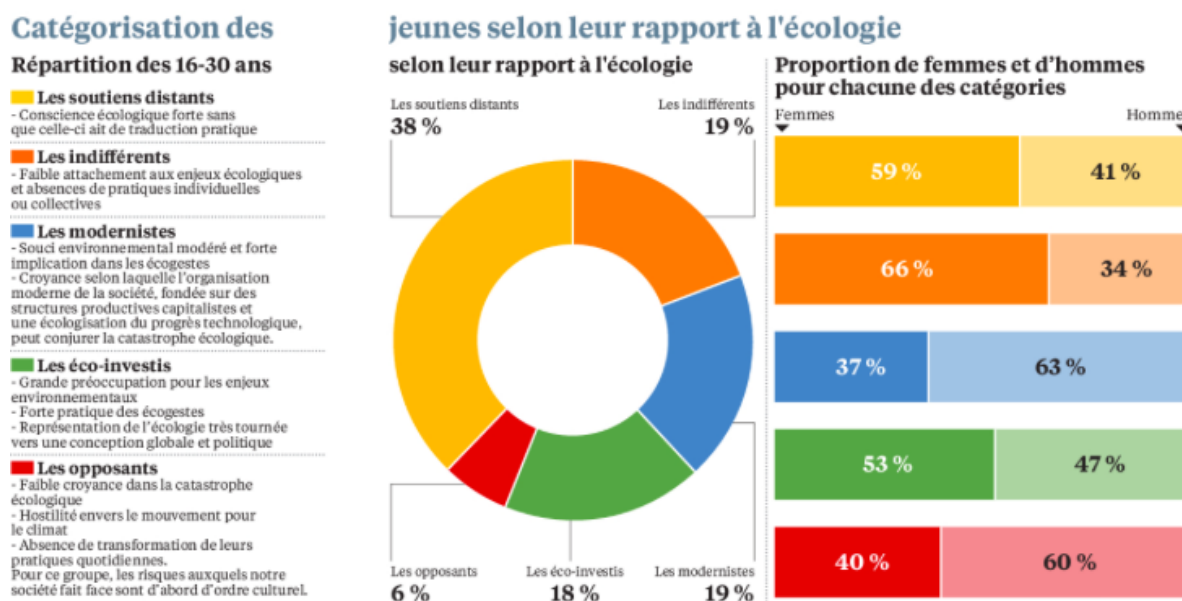
<sup>111</sup> Baromètre GreenPeace Obsoco Février 2022



d'importance aux gestes éco-responsables – ce qui semble par ailleurs devenir la norme. Toutefois, les 15-24 ans éprouvent **un plus grand sentiment de responsabilité** à l'égard de l'état de la planète (59% contre 44% pour l'ensemble de la population) : une responsabilité pour l'avenir de la planète tandis que leurs aînés se sentent davantage responsables des actions passées (Lachance et Mane, 2022).

Ainsi, l'engagement écologique ne doit plus être considéré comme l'adoption de comportements éco-responsables mais aller au-delà de la sphère individuelle comme l'atteste une étude menée par le collectif de chercheurs Quantité Critique pour La Croix<sup>112</sup> (juin 2021). Les chercheurs ont en particulier mis au jour **l'absence de consensus sur l'écologie et l'existence de forts contrastes** sur le diagnostic et les solutions proposées par les jeunes. Ils ont établi une typologie en cinq groupes bien distincts détaillés dans la figure 13.

**Figure 13 – Les cinq types de visions des jeunes sur l'écologie** selon Quantité Critique pour La Croix (2021)



Deux groupes ont un niveau de conscience élevée : les « éco-investis » et les « modernistes » avec des comportements assez proches mais dont les rapports au progrès technique et au capitalisme diffèrent fortement. La majorité est constituée de deux groupes assez distants de

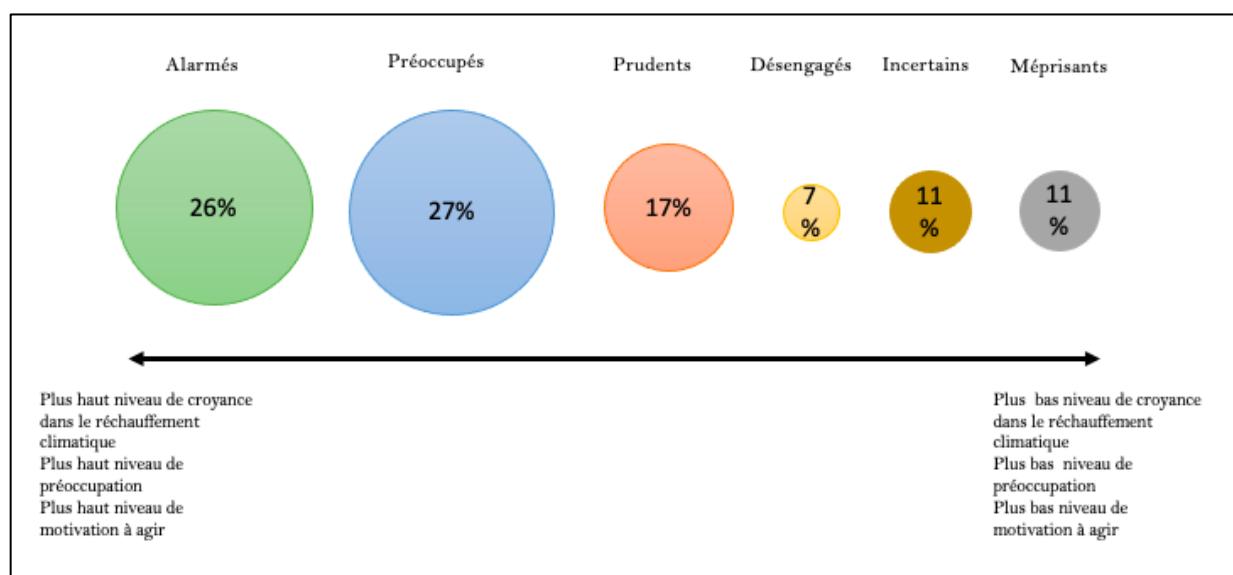
<sup>112</sup> « Écologie : les multiples visages de la génération climat » La Croix 14/06/21 <https://www.la-croix.com/Ecologie-multiples-visages-jeunes-generation-climat-2021-06-14-1201161114>

l'environnement : les « soutiens distants » reconnaissent l'importance de l'écologie mais n'ont pas adapté leur comportement en conséquence et les « indifférents » au très faible engagement envers les problématiques écologiques. Le dernier groupe, minoritaire, est constitué de ce que les chercheurs ont appelé les « opposants », les individus sont climato-sceptiques voire climato-dénialistes. Par ailleurs, une conclusion intéressante de cette étude est qu'aucune généralisation n'est possible quant à la répartition des groupes sociaux.

Nos informants utilisent souvent pour se qualifier le terme de « conscients » mais nos recherches nous ont montré que ce terme était le plus souvent attribué à des produits ou des entreprises. Sur la première page de résultats Google pour le terme « éco-conscient » ou « éco-conscience », sept des huit premières propositions concernent des produits (peintures, meubles, vêtements...) par exemple. D'autre part, comme nous pouvons le constater dans les différentes études présentées dans ce chapitre, les jeunes ont le plus souvent « conscience » du dérèglement climatique mais n'entreprennent pas pour autant des actions pour y remédier. Nous avons, comme nous le détaillerons au chapitre 4, choisi nos informants parmi des groupes de jeunes ayant une sensibilité écologique marquée et affirmant avoir changé leurs pratiques de consommation pour des raisons environnementales. Nos informants avaient donc a priori plutôt des profils d'« éco-investis » ou de « modernistes » avec une tendance très marquée vers les premiers mais sans pouvoir être catégorique sur l'ensemble. Nous garderons en revanche le préfixe « éco » très pertinent pour le sujet qui nous occupe. En effet, il est issu du grec *oikos* qui signifie maison, habitat et le terme écologie dont il provient définit le rapport entre les êtres et le milieu (Berryman, 2003).

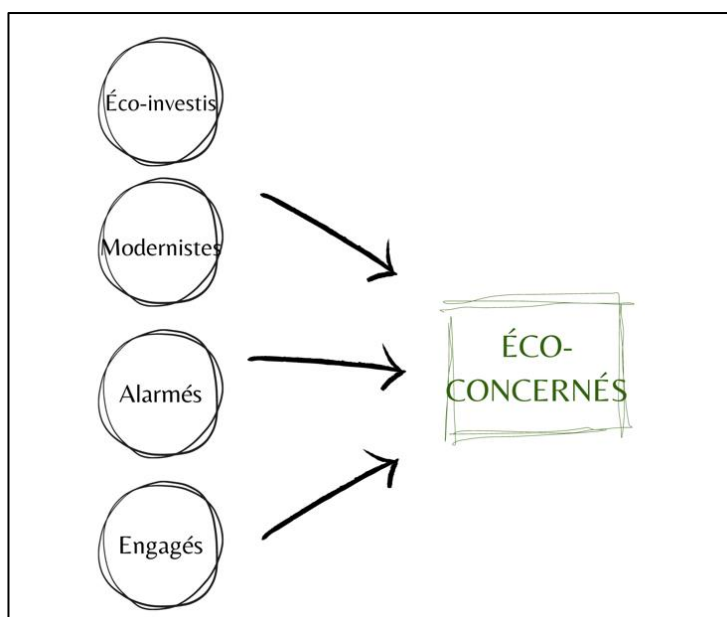
Notre recherche documentaire nous a conduit à consulter une étude de l'université de Yale qui a également établi une typologie des nord-américains en fonction de leur niveau de croyance, de préoccupation et de motivation à l'égard du réchauffement climatique (figure 14). Nos informants se placeraient ainsi chez les « alarmés » (*alarmed* : les plus engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique, prennent déjà des mesures individuelles) et beaucoup moins chez les « préoccupés » (*concerned* : convaincus que le réchauffement climatique est en cours et qu'il est causé par l'homme, mais s'en inquiètent moins et sont moins motivés pour agir).

**Figure 14 – Les 6 types nord-américains face au réchauffement climatique** repris de Leiserowitz et *al.*, 2023



Toutefois, nous n'avons pas choisi de recruter des activistes militants, même si certains de nos informants sont actifs dans des associations, nous nous positionnons délibérément sur un chaînon intermédiaire. En effet, la littérature a montré que les comportements pro-environnementaux de niveau privé et l'activisme environnemental de niveau collectif peuvent être basés sur des moteurs différents (Wallis & Loy, 2021). Par conséquent, le terme d'éco-alarmés pour décrire le groupe dans lequel nous avons recruté nos informants nous a semblé un peu fort pour s'appliquer à tous. Dans le même ordre d'idée, Lachance (2022) dans son ouvrage de restitution des résultats des deux projets de recherche menés à partir de 2019, qualifie les jeunes qu'il a rencontrés d'« engagés ». L'engagement décrit dans ses enquêtes est très proche de celui de nos informants mais il nous semble que l'idée d'engagement revêt davantage une dimension politique et qu'elle est trop liée dans l'imaginaire collectif à celui des réseaux associatifs et militants. Nous avons donc choisi d'utiliser le terme d'« éco-concernés » car, de notre point de vue il est à la fois suffisamment large et précis pour décrire notre terrain. En effet, le dictionnaire Larousse définit le mot « concerner » par : toucher directement, avoir un rapport direct, ce qui correspond à l'état d'esprit de notre échantillon.

**Figure 15 – Choix de la terminologie pour qualifier la population étudiée**



Cette prise de conscience par les jeunes des enjeux climatiques engendre diverses émotions négatives comme l'éco-anxiété, l'éco-colère et l'éco-dépression (Bernard et Colin, 2023 ; Stanley et *al.*, 2021). L'éco-anxiété est celle qui a reçu à ce jour le plus d'attention (Hogg et *al.*, 2021 ; Pihkala, 2020) puisqu'elle semble affecter de plus en plus de jeunes : plus de 50% des jeunes de 16 à 25 ans en seraient atteints à l'échelle mondiale (Hickman et *al.*, 2021). En France, 76% des 18-30 ans déclarent que la crise climatique impacte leur moral (septembre 2022) et pour 63% que le réchauffement climatique pèse négativement sur leur santé mentale (février 2023)<sup>113</sup>.

L'éco-anxiété est mal définie et ses diverses manifestations encore peu explorées (Hogg et *al.*, 2021 ; Pihkala, 2020). Elle est présentée comme **une forme de détresse** ou une angoisse face au changement climatique (Verplanken et *al.*, 2020), face aux crises climatiques et écologiques (Hickman et *al.*, 2021), une peur chronique face à la catastrophe environnementale (Clayton et *al.*, 2017) ou face à une menace incertaine (Pihkala, 2020). Plus globalement l'éco-anxiété ou anxiété liée au changement climatique (CCA : *Climate Change Anxiety*) est décrite comme un ensemble de réactions cognitives, émotionnelles et comportementales négatives aux préoccupations environnementales (difficultés de sommeil, inquiétude persistante, ...) qui peuvent survenir même sans expérience traumatisante directe comme lors d'un événement

<sup>113</sup> Étude #Moijeune, Février 2023

climatique extrême (Clayton, 2020 ; Schwartz et *al.*, 2022). L'éco-anxiété est très répandue chez les jeunes car en s'autonomisant, l'individu prend conscience de ses responsabilités et de l'étendue de son impuissance face aux catastrophes annoncées (Lachance, 2022). L'éco-anxiété n'appelle pas forcément un traitement médical et il semble important pour les chercheurs d'éviter de pathologiser la réaction émotionnelle au changement climatique (Benoît et *al.*, 2022 ; Clayton, 2020 ; Desbiolles, 2020 ; Hogg et *al.*, 2021). En revanche, il s'avère primordial de développer chez les jeunes atteints d'éco-anxiété le sens de l'action et d'encourager les actions collectives qui viennent contrebalancer la solitude et l'impression d'insignifiance de leurs actions individuelles face à l'écrasante réalité de la crise climatique (Schwartz et *al.*, 2022).

Le passage à l'âge adulte était marqué dans les sociétés traditionnelles par des rites ou événements de vie qui en définissaient les seuils. Dans les sociétés contemporaines, les parcours de vie sont devenus multiples et l'allongement des études est venu modifier la conception que l'on avait de la jeunesse. Aussi aujourd'hui est-il difficile de la définir précisément.

En nous basant sur différentes interprétations, nous avons choisi de nous intéresser aux jeunes de 17 à 25 ans. Les jeunes de cette cohorte générationnelle sont avant tout des individus connectés, mais aussi seuls et angoissés. Ayant conscience des problématiques environnementales, ils ne sont pas majoritairement engagés. Nous avons choisi de nommer les jeunes auxquels nous nous intéressons les « éco-concernés » en nous appuyant sur différentes études menées en France et aux Etats-Unis. Chaînon intermédiaire entre les militants écologistes radicaux et les soutiens distants, les éco-concernés sont conscients des enjeux environnementaux et ont décidé de modifier leurs modes de vie pour adopter des comportements pro-environnementaux au quotidien.

### Conclusion du chapitre 3

Après avoir étudié les différents paradigmes en sciences de gestion, nous avons opté pour une posture interprétativiste. En effet, nous avons pour objectif de comprendre comment et pourquoi les jeunes adoptent des pratiques de consommation sobre. D'autre part, comme dans toute approche interprétativiste, notre démarche est de nature émiqque puisque nous cherchons à décrire comment les acteurs conçoivent leurs expériences en recueillant leur point de vue et en donnant à voir leur réalité.

Positionnée dans le courant de la *Grounded Theory*, nous avons suivi une approche itérative entre le terrain et la théorie. En exploitant très précocement les données collectées, et en désynchronisant notre revue de littérature, nous avons cherché à conjuguer théorisation et empirisme afin de construire progressivement notre objet de recherche. Il nous aura finalement fallu passer trois grandes étapes faites d'allers et retours entre le terrain et la théorie pour le formuler.

Notre terrain, quant à lui, était clairement choisi dès le départ mais nous avons pu constater qu'il était en fait assez difficile de savoir précisément comment le définir et le justifier. La jeunesse est en effet conceptuellement peu précise tant les considérations biologiques et sociales qu'elle recouvre ont évolué depuis le milieu du 20<sup>ème</sup> siècle. La disparition des rites de passage et la désynchronisation des seuils de la vie en ont fait une période transitoire d'expérimentation des rôles adultes, d'émancipation progressive et de construction identitaire fondée sur la responsabilité avec une forte influence des pairs dans une forme de vécu hybride d'autonomie sans indépendance. Le recours au paradigme de la cohorte et à la constatation de l'importance prise par les innovations technologiques dans la définition des générations nous ont amenée à choisir de nous intéresser aux jeunes de 17 à 25 ans.

Ces jeunes sont souvent qualifiés de *digital natives* (Gentina et Delécluse, 2018) car ils vivent dans un monde hyper connecté et font face à l'omniprésence de l'information. Fragilisés par la pandémie du Covid-19, pragmatiques et solitaires, la famille et les communautés de pairs sont pour eux autant de repères auxquels se rattacher pour ressentir du bien-être. Ils sont sensibilisés à l'écologie et n'ignorent rien des enjeux même s'ils ont finalement assez peu de connaissances sur le sujet. Si la plupart d'entre eux considère la question écologique comme prioritaire, ils sont moins de la moitié à adopter au quotidien des écogestes.

Souhaitant nous intéresser aux jeunes ayant pris conscience des enjeux écologiques et ayant décidé en conséquence d'adopter des modes de vie plus sobres, nous avons exploré le terrain de ces éco-concernés pendant deux ans en déployant une méthodologie qualitative que nous allons justifier et détailler dans le chapitre suivant.

**Chapitre 4.**  
**Appréhender la réalité des éco-concernés par une approche qualitative multi-méthodes**

Introduction du chapitre 4

Section 1 : Une approche qualitative multi-méthodes

- 1.1 Les données secondaires
- 1.2 L'observation en ligne
- 1.3 Les entretiens en profondeur

Section 2 : La construction de l'échantillon orienté

- 2.1 Les méthodes de recrutement des informants
- 2.2 Le profil des informants

Section 3 : Analyse des données et validité de la recherche

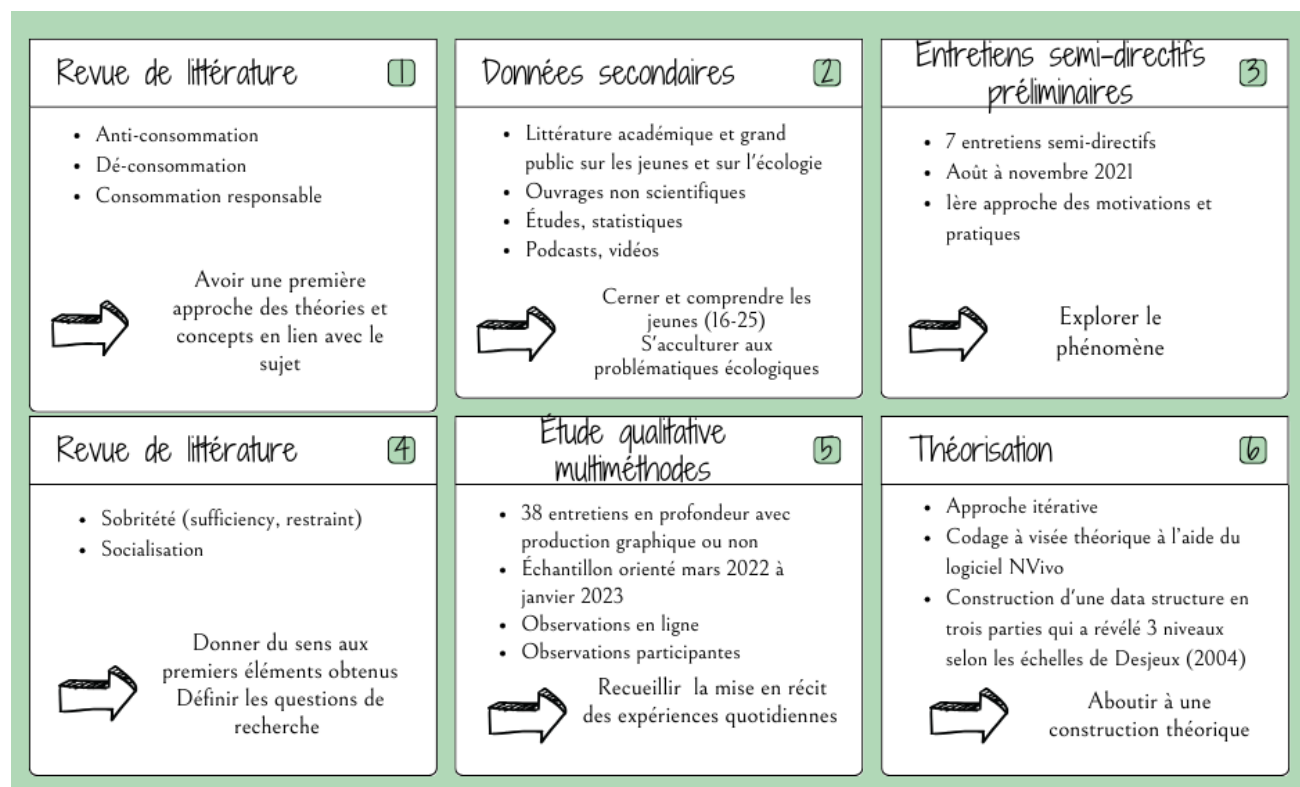
- 3.1 Mobilisation de la méthode d'analyse des données par théorisation ancrée
  - 3.1.1 Le journal de bord personnel ou l'historicité de la recherche
  - 3.1.2 Une lecture des cas individuels et l'identification de trajectoires
  - 3.1.3 Codification et catégorisation des unités de sens : le codage émergent et axial
- 3.2 L'interprétation des résultats par la mise en relation des catégories et la rédaction
  - 3.2.1 Les échelles de Desjeux pour différencier les niveaux d'observation
  - 3.2.2 Finalisation de l'interprétation par la modélisation et la rédaction
- 3.3 La validité de la recherche

## Introduction du chapitre 4

Ayant choisi d'adopter une posture interprétativiste, cette recherche a pour objectif de comprendre comment les éco-concernés interprètent les injonctions à la sobriété, quelles modifications de leurs modes de vie ils entreprennent et par quels mécanismes ils ont été socialisés aux comportements pro-environnementaux. Ce travail doctoral est par conséquent de type compréhensif car le travail mené consiste à détailler les pratiques privilégiées par les acteurs éco-concernés et les processus qui les ont conduits à adopter des modes de vie sobres.

Comme nous l'avons déjà explicité au chapitre précédent, notre recherche s'est articulée en différents moments clés que nous avons matérialisés dans la figure 16 qui en représente le déroulement.

Figure 16 - Design de la recherche



La méthodologie se structure donc en six étapes recourant à un ensemble d'allers et retours entre théorie et données afin de mieux comprendre le phénomène étudié selon le principe d'une démarche inductive et émergente en phase avec la *Grounded Theory* (Charmaz et Belgrave, 2019).

Nos objectifs sont en phase avec la conduite d'une recherche qualitative qui vise à fournir une meilleure compréhension des choix opérés et de leurs fondements en mettant en lumière les



perceptions et pratiques rencontrées sur le terrain (Gavart-Perret et *al.*, 2018). En outre, nous ne pouvons a priori élaborer des hypothèses sur les processus qui ont conduit les jeunes à adopter des comportements pro-environnementaux car c'est précisément l'une des finalités majeures de cette recherche. Nous souhaitons porter une attention particulière à la reconnaissance d'axes communs majeurs et à l'identification des disparités pour en comprendre les origines et les méthodes quantitatives permettent moins de telles distinctions. Nous avons donc opté pour une **méthodologie qualitative d'inspiration ethnographique** et avons utilisé une **approche multi-méthodes** permettant une triangulation des données recueillies propice à la saisie de la complexité du comportement humain (section 1).

Notre recherche repose en grande partie sur la conduite d'entretiens d'abord de manière exploratoire auprès de 9 informants afin d'orienter la suite de notre recherche puis de manière approfondie auprès de 38 jeunes éco-concernés d'origines sociales diverses et répartis dans toute la France. Nous les avons recrutés par différents procédés et les avons rencontrés entre avril 2022 et janvier 2023 jusqu'à atteindre la saturation théorique. Nous avons élaboré un guide d'entretien qui a, au cours de cette période, évolué pour être enrichi en fonction des réponses obtenues, selon les principes de la *Grounded Theory* (section 2).

L'analyse des données recueillies a débuté dès les premières collectes effectuées suivant la démarche d'analyse par théorisation ancrée (Paillé, 1994) et a commencé par une première lecture herméneutique des données puis par des comparaisons constantes qui nous ont permis de consolider notre interprétation et de procéder au codage à l'aide du logiciel NVivo. Lors de l'analyse nous avons constaté que nous avons trois niveaux d'observation qui correspondaient aux échelles d'observation de Desjeux (2004). Nous nous sommes également interrogée sur la fiabilité et la validité de notre recherche selon les critères d'évaluation relatifs à toute recherche qualitative de nature interprétativiste (section 3).

## Section 1 : Une approche qualitative multi-méthodes

Nous avons allié la conduite d’entretiens individuels en profondeur avec des jeunes éco-concernés à des études documentaires, des observations en ligne, la participation à des évènements, le tout complété par la tenue d’un journal de bord. L’ensemble des données recueillies est synthétisé dans le tableau 11 ci-dessous et témoigne de notre volonté de triangulation des données et des méthodes en diversifiant les angles d’approche pour assurer la corrélation entre les données (Caillaud et Flick, 2016 ; Dumez, 2021).

**Tableau 11 - Sources des données**

Sources de données	Données collectées <sup>114</sup>	Exemples de sources
Entretiens	45 entretiens 611 pages <sup>115</sup> de retranscription 15 visuels	Jeunes concernés par l’écologie issus de tous les milieux à travers la France
Réseaux sociaux	415 <i>posts</i> relevés	Instagram, Twitter (devenu X)
Rassemblements autour du climat	4 participations 12 heures environ	Relai jeunes (Lille), Alliance des générations pour le climat (Paris)
Statistiques	45 études et baromètres	<i>Sur l’écologie</i> : Greenflex, Green Peace Obsoco, Parlons Climat <i>Sur les jeunes</i> : You Gov, IPSOS, Pew Research Center
Podcasts, Vidéo	22 émissions	La Terre au carré, Xerfi Canal, Planète bleue, le Journal des idées
Articles	98 articles (presse, web, blogs)	<i>Sur l’écologie et la sobriété</i> : Le Monde Planète, Reporterre, Vert le Média, ADEME <i>Sur les jeunes</i> : Les Echos, Drôle de Gen, Le Monde
Conférences, webinaires	6 participations 10 heures environ	Sobriété entre souci des choses, présence à soi et équité sociale, Redirection écologique quels renoncements ? La sobriété sous contrainte
Rapports scientifiques	700 pages	GIEC résumé pour les décideurs, Sénat - Vers une alimentation durable -, ADEME Panorama sur la sobriété

<sup>114</sup> Tous ces matériaux ont fait l’objet de prise de notes et/ou de commentaires

<sup>115</sup> Times New Roman Taille 12 interligne simple - 43 heures d’enregistrement

Nous allons dans cette section détailler chacune des méthodes de terrain utilisées ayant permis la collecte de ces données.

### 1.1 Les données secondaires

Les sources d'information dites secondaires favorisent une meilleure connaissance de l'environnement de la recherche. Elles permettent de formuler des hypothèses de travail, d'orienter les études primaires (Evrard et *al.*, 2003) et éventuellement de conforter le chercheur dans ses conclusions. Elles constituent un outil précieux pour à la fois délimiter et enrichir le recueil des données primaires. En effet, comme le notent Paillé et Mucchielli (2016), l'esprit humain n'analyse pas des entités isolées mais « *met spontanément les choses « en relation »*. *Relation de continuité, relation de causalité linéaire, relation de concomitance, relation de coexistence, relation d'imbrication, etc.* » (*ibid.* p.62)

Nous avons par conséquent eu recours à une variété de sources pour obtenir des données secondaires qui nous ont permis d'approfondir notre connaissance du contexte et la compréhension de notre terrain de recherche. Nos données secondaires sont principalement articulées en trois thèmes : l'écologie, les jeunes et la sobriété que nous avons explorés tout au long de notre recherche et qui sont venues compléter au fil de l'eau nos lectures d'articles et d'ouvrages scientifiques.

#### *Le thème de l'écologie*

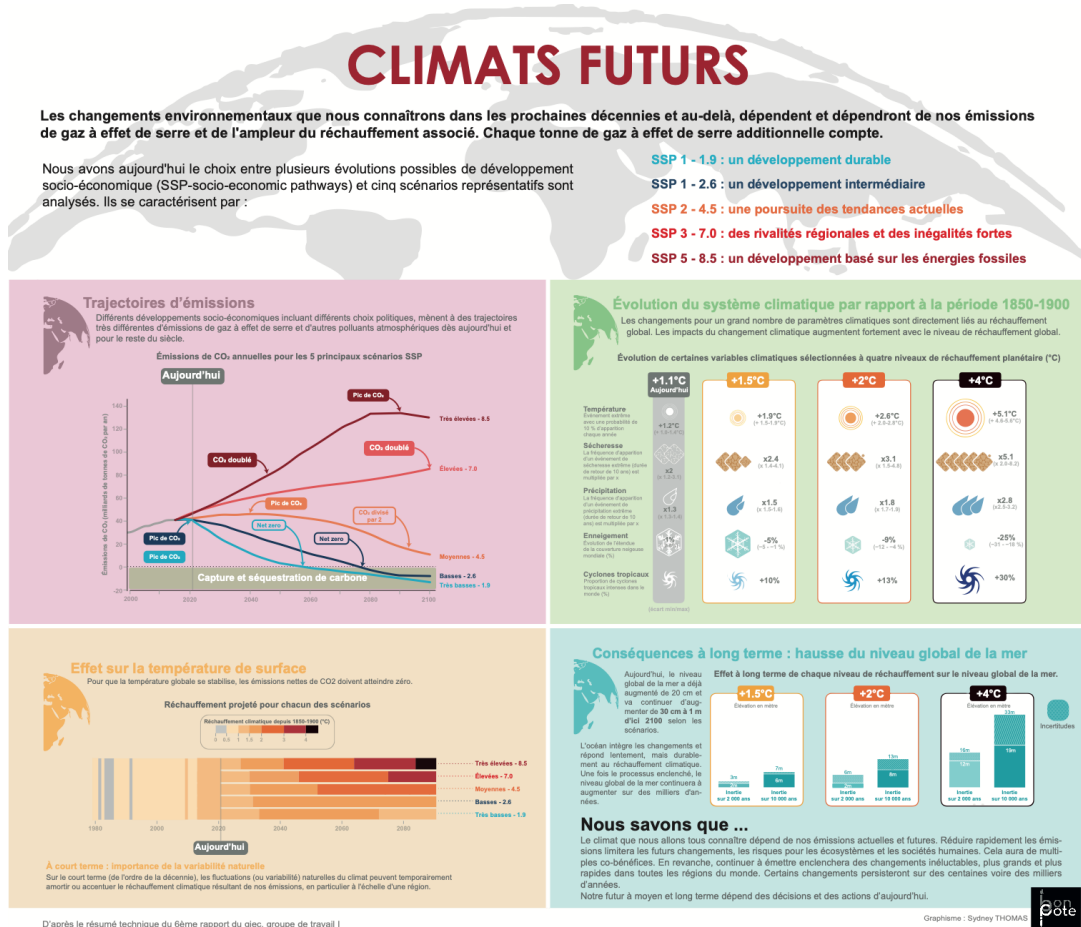
Bien qu'ayant déjà une sensibilité écologique développée en partie à partir de préoccupations autour de la santé, nos connaissances sur le sujet écologique étaient en réalité assez limitées. Nous avons tout d'abord cherché à comprendre la notion d'Anthropocène, dont le terme est de plus en plus souvent utilisé dans la recherche en marketing (*e.g.* Rémy et Roux, 2022) et qui constitue une base de départ déterminante de notre travail.

Notre objectif a été ensuite d'étoffer nos savoirs et notamment scientifiques à partir de chiffres, de faits et d'explications scientifiques. Il nous a semblé primordial de bien cerner les causes et l'importance du dérèglement climatique. Nous avons également ressenti le besoin d'acquérir et d'utiliser les bons éléments de langage car, comme nous avons pu le voir dans les discours de climato-sceptiques et climato-dénialistes, les nuances se trouvent parfois dans le vocabulaire utilisé (par exemple : météo et climat, réchauffement et changement climatique). En outre, comme l'évoqueront nos informants, il est important dans le domaine de l'écologie et des

changements sociétaux que l'on étudie et promeut, d'être à même d'argumenter pour, d'une part soi-même bien comprendre les enjeux et, d'autre part, de les exposer dans les discussions qu'il ne manquera pas d'y avoir sur le sujet. L'illustration 2 ci-après nous donne un exemple d'infographie étudiée pour mieux comprendre les données du dernier rapport du GIEC.

## Illustration 2 - Exemple de données secondaires recueillies sur le rapport du GIEC

(bonpote.com<sup>116</sup>)



Nous avons également approfondi notre connaissance des actions à mener pour lutter contre le changement climatique, tant au niveau individuel que collectif. Ces différents points d'intérêt nous ont conduit à nous pencher sur les discours des activistes et les causes défendues pour en saisir les déterminants (méga-bassines, projets de Total, *deep-sea mining*, jets privés, ...) mais aussi affiner notre vision des liens entre écologie et d'autres causes comme le féminisme, la précarité, etc. Les médias en ligne, les sites de presse généraliste, les blogs et les réseaux sociaux ont été les sources que nous avons mobilisées dans ce domaine.

<sup>116</sup> <https://bonpote.com/les-infographies-du-6eme-rapport-du-giec/>

Enfin, il nous est apparu qu'il était important de nous pencher plus avant sur les rapports des Français en général, et des jeunes en particulier, à l'écologie : niveaux de préoccupation, compréhension des enjeux, attentes envers les institutions, mesures acceptées, ... Ce sont principalement des études et des baromètres qui nous ont permis d'y accéder.

### *Le thème des jeunes*

Nous avons par notre métier d'enseignante en IUT l'habitude de côtoyer des jeunes mais cela n'est pas suffisant pour prétendre bien les connaître. Nous avons besoin d'avoir de la jeunesse une vision à la fois plus globale et plus précise. Plus globale d'abord puisqu'il nous a fallu, après avoir décidé quelle tranche d'âge étudier au sein de la génération Z grâce à la littérature, nous pencher sur ses caractéristiques, ses spécificités et ses préoccupations pour au moins essayer d'en dessiner un portrait sur lequel nous appuyer. Ce sont principalement des articles de blogs, la presse généraliste, des podcasts et des ouvrages non scientifiques qui nous ont aidée.

Plus précise ensuite car nous avons voulu collecter des informations sur le rapport des jeunes à la consommation en général et à l'écologie en particulier. Pour cela nous nous sommes appuyée sur les nombreuses études parues entre 2020 et 2023 recouvrant un spectre très large de thématiques. De toutes les informations recueillies, le thème de l'éco-anxiété a particulièrement retenu notre attention car nous le connaissions mal et nous avons constaté que son traitement dans les médias était relativement récent. Ce sont essentiellement des articles de presse qui nous ont éclairée.

Enfin, afin de mieux appréhender notre terrain particulier de recherche, les jeunes éco-concernés, nous sommes allée à leur rencontre. Nous nous sommes rendue dans des manifestations dédiées à la défense de l'environnement comme l'arrivée du Relais Jeunes<sup>117</sup> à Lille (illustration 3).

---

<sup>117</sup> Le Relais Jeunes est un tour de France à vélo avec des temps forts dans les lieux étapes et lecture d'un manifeste dans les grandes villes comme Lille.

### Illustration 3 - Le Relais Jeunes à Lille 4 mars 2022



Lors de ces événements, nous avons discuté avec eux de façon informelle tout en leur précisant notre statut de chercheuse, en les questionnant sur leurs motivations, leurs préoccupations, l'origine de leur engagement... Nous avons également à ces occasions noué des contacts pour de futurs entretiens.

#### *Le thème de la sobriété*

Comme nous l'avons détaillé dans le chapitre 3 concernant la construction de notre objet de recherche, nous avons cherché quelques temps sur quel concept nous appuyer pour qualifier les changements opérés par les jeunes éco-concernés dans leurs modes de vie. Lorsque nous avons débuté cette recherche, il était encore peu question de sobriété dans le domaine grand public. Plusieurs événements ont remis la sobriété sur le devant de la scène : le rapport du GIEC d'abord puis la nécessité de réduire la consommation d'énergie en raison de la guerre en Ukraine notamment. Le nombre de publications dans la presse sur les réseaux sociaux a alors cru de manière importante<sup>118</sup>. Bien que la recherche se soit intéressée au sujet bien avant (*e.g.* Guillard, 2019 ; Béji-Bécheur et *al.*, 2021), les conférences et séminaires consacrés à la sobriété se sont intensifiés et nous avons pu assister à certains d'entre eux ou visionner des *replays*. Comprendre ce que recouvre le concept de sobriété est dans le contexte de crise écologique que

<sup>118</sup> Une recherche sur le site du Monde sur le mot clé « sobriété » et en ne retenant que les publications en lien avec l'écologie ou l'énergie nous a donné 1 publication en 2012, 1 en 2013 puis seulement ensuite 2019, 25 publications, 28 en 2020 avec 1 fois le mot sobriété dans le titre, 29 en 2021 avec 8 fois le mot sobriété dans le titre et en 2022 150 publications avec 35 fois le mot sobriété dans le titre.

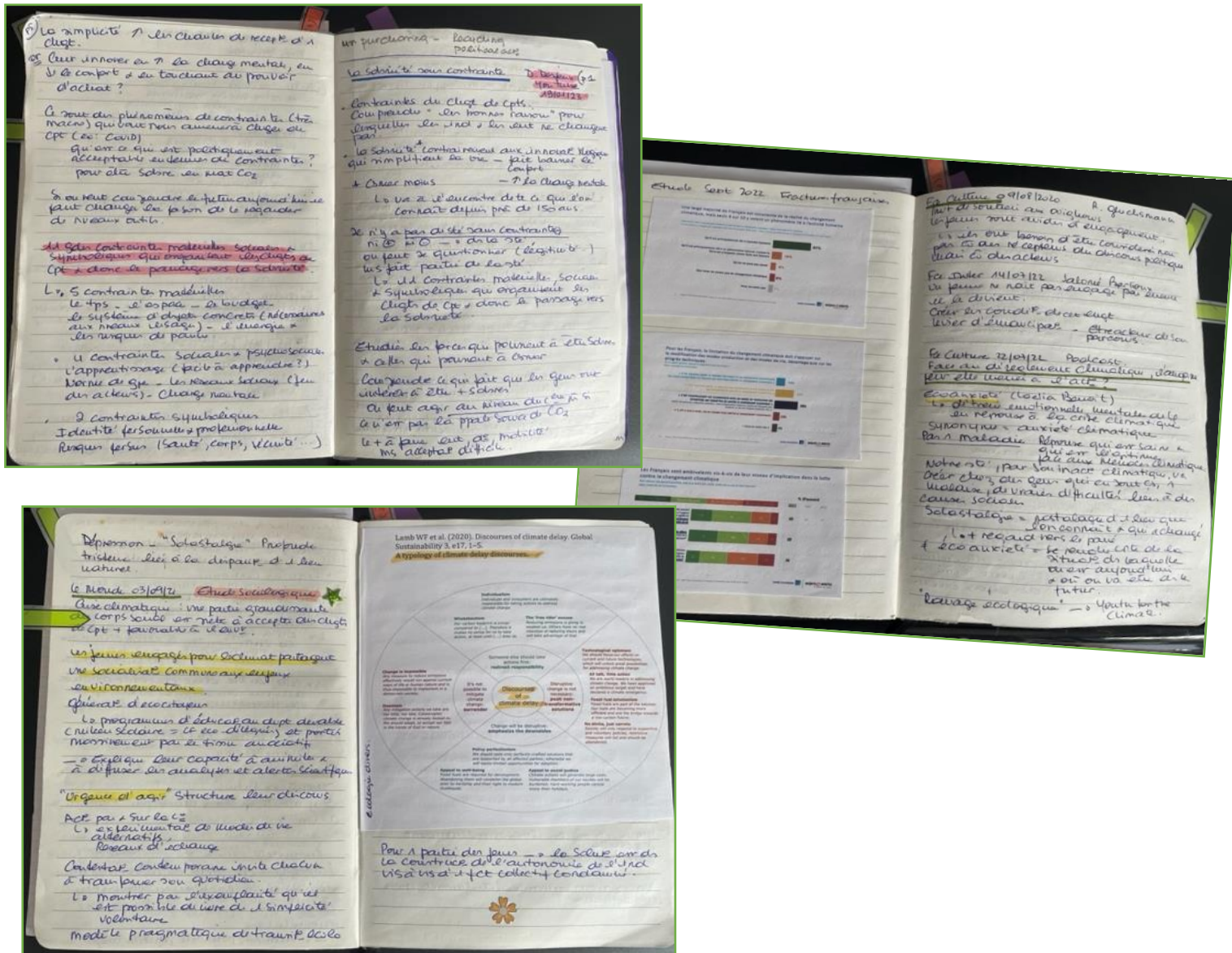
nous connaissons primordial. Il l'est en tant que citoyenne mais aussi en tant que chercheuse et enseignante. Nous devons nous acculturer à la sobriété pour en comprendre les enjeux, nous en approprier les modalités clés et être capable d'en parler. D'autre part, le mot « sobriété » est apparu spontanément dans les propos de nos informants et nous nous devons d'avoir un degré de connaissances suffisant pour en parler avec eux.

#### *Matérialisation de la collecte*

Pour organiser notre collecte de données secondaires nous avons chaque jour parcouru le Monde sur Internet car ce journal est considéré comme fiable et consacre souvent des articles aux problématiques écologiques. Nous nous sommes également abonnée à des comptes Twitter (rebaptisé X) que nous avons consultés quotidiennement. Nous avons choisi pour recueillir des données secondaires de nous concentrer sur le réseau le plus ouvert et également le plus riche pour notre propos. Twitter (X) est un réseau de « *microblogging* » qui permet à tous les acteurs (personnalités, journalistes, influenceurs, chercheurs...) de se rencontrer et d'échanger. Ce média a l'avantage de servir de lieu d'expression à un public très large tout en permettant une sélectivité fine par le choix des comptes à suivre. Nous avons au préalable sélectionné les comptes en rapport avec notre sujet ou de médias intéressants (comme le réseau de Radio France) et nous avons enrichi notre liste au fur et à mesure de l'avancée de notre travail, des découvertes et des recommandations de nos informants ou de notre entourage. Les chercheurs-ses qui publient régulièrement sur le réseau social sont également des sources à exploiter car ils/elles nous orientent vers d'autres types de publications ou fournissent des données et des explications très riches (comme les experts du GIEC par exemple). À partir des *posts*, nous avons suivi les liens et consulté les articles, podcasts ou études qui nous intéressaient.

La collecte de ces données s'est effectuée sous la forme de prises de notes consignées dans deux cahiers de 180 pages chacun qui nous ont suivie tout au long de notre recherche (en plus du journal de bord et des notes d'entretiens que nous évoquerons dans la section 3 de ce chapitre). Ces carnets regroupent, comme le montre l'illustration 4 des données brutes d'études, des notes de podcasts et de conférences, des lectures non scientifiques sans classement, par ordre chronologique de collecte. Nous y avons parfois adjoint des notes de vocabulaire et des notes d'articles scientifiques quand une idée de thème à explorer se présentait à nous ou un schéma qui nous semblait particulièrement pertinent à conserver.

Illustration 4 - Exemples de collecte de données secondaires



Nous avons beaucoup consulté, annoté ces cahiers au long de notre recherche. Ayant choisi de procéder en suivant une démarche de théorisation ancrée, ils ont fait partie intégrante de notre processus d'analyse et de production des résultats (Lejeune, 2013). Ils nous ont été en outre d'une aide précieuse pour la rédaction de cette thèse.

La collecte de ces données secondaires a constitué d'abord une première étape puis une base pour notre travail de terrain articulé autour de l'observation en ligne et des entretiens en profondeur.



## 1.2 L'observation en ligne

Les réseaux sociaux généralistes ont été progressivement adoptés dans la recherche universitaire car ils servent de plus en plus de plateformes de partage et de collecte d'informations pour les chercheurs (Mourlon-Druol, 2017). La netnographie définie par Kozinets, (2002), transposition des méthodes ethnographiques au web, a émergé au début des années 2000 (Dumez, 2008) et est une méthode d'enquête qualitative qui consiste « à s'immerger dans une communauté de consommateurs pour observer, et interagir avec les membres de la tribu » (Bernard, 2008 p.105). Elle a pour intérêt, tout comme l'ethnographie, de se concentrer sur les comportements et les significations que les acteurs y attachent (Bernard, 2008 ; Dumez, 2008) et s'appuie sur une communauté d'individus (Kozinets, 2015). Elle peut être réalisée à partir d'échanges d'internautes sur des forums (Bernard, 2008) ou des réseaux sociaux comme Facebook. Le chercheur doit s'immerger dans la communauté qu'il étudie pendant plusieurs mois (Bernard, 2008), participer fréquemment aux discussions, en lancer de nouvelles au besoin et de ce fait bien connaître les codes et habitudes des membres (Kozinets, 2002). Bien que les principes de la netnographie aient évolué depuis ses débuts et que les modalités de la recherche se soient élargies pour autoriser un rôle d'observateur non participant (Kozinets, 2015), nous avons préféré adopter une **démarche simple d'observation en ligne** qui viendrait en complément de nos entretiens.

Nous pouvons justifier ce positionnement par plusieurs raisons. Dans un premier temps nous avons recherché des forums de discussion en ligne regroupant des jeunes, ils sont peu nombreux et traitent principalement de questions relatives aux relations amicales, amoureuses et à la sexualité ou sont consacrés aux jeux vidéo (*e.g.* Blabla 18-25). Le public de ces forums est souvent jeune, plus proche de l'adolescence que des jeunes adultes que nous ciblons (*e.g.* Skyat). Pour ce qui concerne l'écologie ou la sobriété, il est impossible de savoir l'âge des membres et dans tous les cas ils sont peu actifs et tournent généralement soit autour de discours militants (*e.g.* La Toupie) soit et cela le plus souvent, sur des échanges d'astuces pour réduire sa consommation. (*e.g.* Consonologie).

Deux serveurs consacrés à l'écologie et fréquentés plutôt par des jeunes ont vu le jour sur la plateforme Discord mais seulement en avril 2022 (Avant l'Orage à l'initiative de Camille Etienne) et juin 2022 (JEC : Jeunesse Engagée Climat) et nous avons déjà entrepris une partie de notre étude, d'autant plus qu'au début il y avait peu de matière à observation. En outre la fonction « salon » de Discord qui équivaut à ouvrir des forums de discussion n'est apparue qu'en septembre 2022. Nous nous sommes inscrite sur ces deux serveurs mais n'avons pas

participé aux discussions, nous les avons utilisé pour recruter des informants et vérifier des hypothèses, nous le verrons ultérieurement.

Nous nous sommes également inscrite dans des groupes Facebook que nous avons ciblés avec un grand nombre de membres (*e.g.* : Déconsommation et alternatives, Consommer autrement, Réseau des jeunes francophones pour le climat, Climato-verts) mais l'activité y est quasi nulle et nous savons aujourd'hui que les jeunes utilisent de moins en moins Facebook à part parfois comme messagerie. En effet, une récente étude d'Ipsos Sopra-Steria de novembre 2022 a montré que le réseau social le plus utilisé par les jeunes est Instagram (pour 48% d'entre eux), ce qui nous a été confirmé par nos informants. D'autre part, les comptes pertinents pour notre recherche présents sur Facebook, le sont également sur Instagram (*e.g.* Youth for Climate, On Est Prêt, Le jeune engagé). Nous avons commencé par suivre les comptes d'associations, mouvements ou activistes dont nous avons entendu parler ou qui nous ont été conseillés par des jeunes doctorants comme Youth for Climate, Alternatiba ou Salomé Saqué et ensuite nous avons consulté la liste de leurs *followers*<sup>119</sup>. Nous avons sélectionné les comptes qui pouvaient nous intéresser avec comme critères de choix : être consacré aux sujets autour de l'écologie, être animé par des jeunes ou destinés aux jeunes (pour le vérifier il faut suivre les liens de la « bio » et aller voir le site Internet ou le *Linktr.ee*<sup>120</sup>) et avoir une audience suffisamment large pour être représentatif (nous avons décidé de retenir des comptes avec au moins 5000 *followers*). L'illustration 5 explique comment nous avons procédé.

Nous avons tenté l'utilisation de hashtags # comme #sobriété ou #écologie mais les résultats obtenus sont moins précis et nous mènent à une variété de comptes parfois éloignés de notre sujet. En outre, la recherche est fastidieuse car les résultats sont donnés sous la forme d'un mur de publications sur lesquelles il faut cliquer pour aller sur le compte qui a publié. Nous avons d'ailleurs par la suite relevé que les comptes qui étaient les plus pertinents pour notre recherche utilisaient peu le système de hashtags.

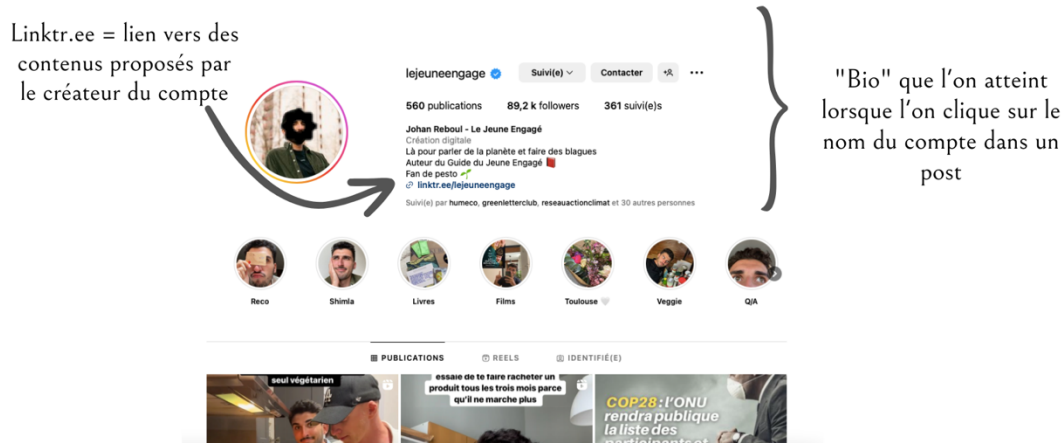
---

<sup>119</sup> *Followers* =abonnés à un compte de réseau social

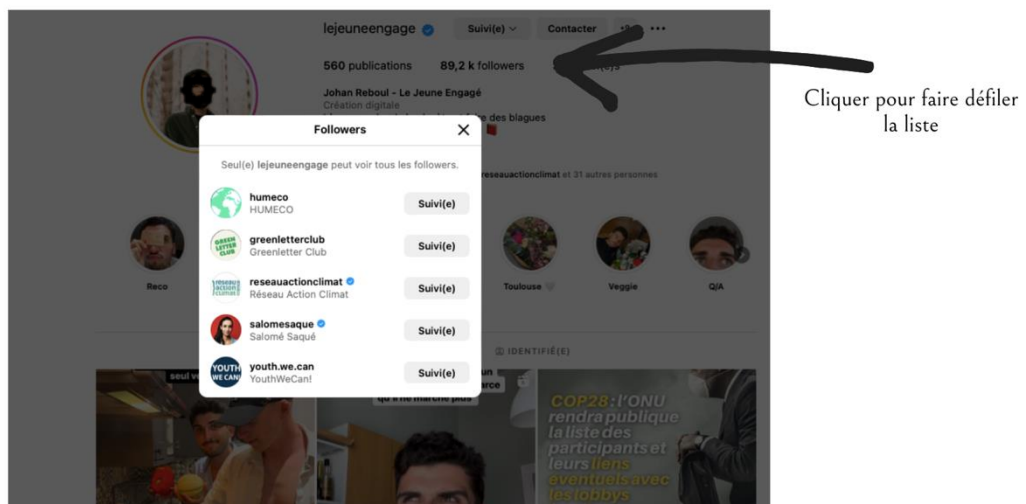
<sup>120</sup> Linktr.ee permet aux utilisateurs d'Instagram ou d'autres réseaux sociaux de suivre un seul lien pour accéder à tous les liens que le créateur de contenu souhaite mettre en avant.

### Illustration 5 - Procédure de sélection des comptes Instagram<sup>121</sup>

#### Consultation des détails d'un compte



#### Sélection des followers d'un compte



Notre liste a augmenté au fur et à mesure de la recherche en fonction des découvertes, de liens suivis et surtout en fonction de ce que nos informants suivaient comme comptes, selon les principes de la construction d'un réseau de relations dans une démarche de *Grounded Theory* (Charmaz et Belgrave, 2019)

**Nous suivons à présent 83 comptes sur Instagram.** Nous suivons certains comptes en doublon avec X /Twitter (comme Bon Pote) qui permet la publication de *posts* plus conséquents et où il y a beaucoup plus de réactions. En effet, l'engagement sur Instagram se matérialise

<sup>121</sup> Le compte choisi pour illustrer est un compte public « le jeune engagé »

surtout par des « *like* », il y a peu de commentaires. Par conséquent, pour notre observation en ligne, c'est la teneur des publications qui nous a intéressée davantage que les commentaires. Le tableau 12 répertorie les principaux comptes suivis qui reflètent la thématique générale de nos observations en ligne.

**Tableau 12 - Principaux comptes (plus de 10 000 *followers*) suivis sur Instagram**

Nom du compte	Description	Nombre de <i>followers</i> (abonnés)
brutofficiel	Brut, média en format vidéo	3 100 000
hugodecrypte	Hugo Travers, journaliste, résumé quotidien de l'actualité	2 700 000
hugoclementk	Hugo Clément, journaliste, militant écologiste pour le bien-être animal	1 200 000
fridaysforfuture	Fridays For Future, mouvement à l'initiative de Greta Thurnberg	461 000
graine_de_possible	Camille Etienne, activiste pour le climat	326 000
greenpeace_france	Greenpeace France	314 000
seashepherdfrance	Sea Shepherd France, association de défense et de protection des océans	277 000
robjgreenfield	Robin Greenfield activiste écologique	204 000
bonpote	Bon Pote, média indépendant, blog alertant sur le changement climatique	199 000
cyril_dion	Cyril Dion, réalisateur engagé pour le climat	172 000
onestpret	On Est Prêt, association de sensibilisation aux enjeux environnementaux et sociaux	168 000
salomesaque	Salomé Saqué, journaliste Blast	163 000
gaetangabriel	gaetanDagir, Gaétan Gabriel créateur de contenu à visée écologique	153 000
blastofficiel	Blast Média indépendant	143 000
girl_go_green	Camille Chaudron, actrice de la transition pour un monde plus écologique et social	102 000
lespetitsgestes	Inès Moreau, autrice, créatrice de contenu sur le faire soi-même	100 000
extinctionrebellionfrance	Extinction Rebellion France, mouvement de désobéissance civile pour la préservation de l'environnement	92 200
lejeuneengagé	Johan Reboul, créateur de contenu autour de l'écologie	89 200
vert_le_media	Vert, média sur l'écologie	87 900
reporterre_media	Reporterre, média de l'écologie	86 000

larecyclerie	La Recyclerie, lieu de sensibilisation aux valeurs écologiques	82 200
bee.greener	Cindy Gomez, bloggeuse sensibilisation écologique, petits gestes	57 900
teamfortheplanet	Team for the Planet, entreprise à mission, lutte contre le changement climatique	52 100
ecolo_mon_cul	Pierre Rouvière- Traqueur de greenwashing	50 800
bloom_association	Bloom, association de préservation des océans	50 200
makesensefr	makesense France, organisation créatrice d'outils de mobilisation	48 100
paloma.moritz	Paloma Moritz : journaliste écologie et société	45 700
5gyres	5 Gyres, lutte contre le plastique	45 600
zerowastefr	Zero Waste France, réduction des déchets et du gaspillage , soutien des projets zéro déchet	44 700
koraii_	Johanna Korai, créatrice de contenu écologique (« écolo mais pas exemplaire »)	44 500
derniererenovation	Dernière Rénovation, collectif de résistance civile	37 500
jemerecycle	Deborah Lopes, écologie positive pour mieux consommer	36 200
sauvonslaterrejl	Julie 14 ans - Activiste environnementale	31 700
Youth.for.climatefr	Branche française de Fridays for Future (Greta Thurnberg)	29 100
benecologie	Blanche Jardin, autrice écologiste	28 800
humeco	HUMECO, association pour le climat et la justice sociale	28 000
alternatibaparis	Alternatiba Paris, mouvement pour le climat et la justice sociale	26 300
pourunreveilecologique	Pour un réveil écologique, collectif de jeunes engagés	25 400
adelaidecha	Adelaïde Charlier, activiste belge	24 500
reseauactionclimat	Réseau Action Climat, association spécialisée sur le thème des changements climatiques	24 400
green_up	Nina Flabeau, créatrice de contenu sur la transition écologique et sociétale	20 700
ladneu	L'ADN, média autour de la rupture écologique	20 100
amisdelaterrefr	Amis de la Terre France, protection de l'homme et de l'environnement	19 100
nouveloeil_	Victoria Guillomon, podcasteuse et conférencière	18 100
notreaffaireatous	Notre affaire à tous - Association pour la justice climatique	17 800
avant_lorage	Avant l'Orage consacré au film de Camille Etienne, Glacier	17 000
academieduclimat	Académie du Climat Paris, lieu de formation et organisation d'évènements	15 600

clementlanot	Clément Lanot, journaliste indépendant	14 600
mariechureau	Marie Chureau, activiste pour l'écologie et la justice sociale	14 400

Nous avons consulté Instagram de manière bi-hebdomadaire et nous avons archivé (fonction « enregistrer ») les *posts* qui nous intéressaient. Lors d'une deuxième lecture nous faisons une capture d'écran de ceux qui se révélaient les plus pertinents (par exemple faisant écho aux propos de nos informants ou nous apportant des informations nouvelles comme des chiffres ou des événements) et leur donnions un titre évocateur du contenu avec la date et le réseau social concerné. Nous avons d'abord réparti les 415 *posts* ainsi collectés en dix thèmes puis, notre terrain se précisant, en trois thèmes répertoriés dans le tableau 13 ci-après que nous avons ensuite importés dans NVivo pour le codage final.

**Tableau 13 - Nomenclature de classification des *posts* avant codage**

Catégorisation des <i>posts</i>	Dossier parent
État des lieux-Faits et chiffres Évènements Causes - Polémiques Préoccupations	SOCIALISATION
Pratiques Crédos Motivations	SOBRIÉTÉ
Eco-anxiété Progression Bien-être Répercussions personnelles	RÉPERCUSSIONS

Cette démarche d'observation en ligne est venue éclairer et souvent appuyer les propos des informants que nous avons rencontrés lors de la conduite des entretiens en profondeur.

### 1.3 Les entretiens en profondeur

Les études qualitatives sont particulièrement adaptées à la recherche de réactions causales entre des processus et des comportements c'est-à-dire de comprendre comment ces derniers sont apparus (Miles et Huberman, 2003). Notre recherche ayant pour objectif de comprendre les

mécanismes sous-jacents à l'adoption de pratiques de consommation sobre se place très logiquement dans ce cadre.

S'agissant de notre objet de recherche, nous cherchons à comprendre en profondeur l'expérience telle qu'elle est vécue et à discerner les mécanismes de construction de **l'histoire personnelle des jeunes éco-concernés vers la sobriété** telle qu'ils l'interprètent. Nous nous situons donc dans une approche phénoménologique conforme à la définition de Thompson (1997).

La méthodologie des récits de vie (Bertaux, 2016 ; Joyeau et *al.*, 2010 ; Özçağlar- Toulouse, 2008) est généralement associée à ce type de démarche (Gavard-Perret et *al.*, 2018). Elle est en outre compatible avec les fondements de la *Grounded Theory* (Joyeau et *al.*, 2010). La collecte des récits de vie se fait au travers de la conduite d'entretiens narratifs successifs (réalisation de plusieurs entretiens) et la tenue par le/la répondant·e d'un journal de bord (Özçağlar- Toulouse, 2008). Compte tenu de notre terrain de recherche, des jeunes de 17 à 25 ans, qui le plus souvent expriment le fait de manquer de temps et les contraintes de cette période de la vie (choix des études, déménagements, périodes de stage, échanges...) nous avons anticipé la difficulté à mener plusieurs entretiens avec un·e même informant·e. Cela nous a d'ailleurs été confirmé lorsque nous avons recontacté nos informants pour des précisions ou des validations, nous avons eu peu de retours bien qu'ayant toujours eu un très bon contact et averti de la possibilité d'un rappel futur.

Tout en conservant cet esprit du récit de vie ou plus précisément, d'un moment de la vie, c'est-à-dire l'évocation d'épisodes marquants de la vie de l'informant·e (Bertaux, 2016), nous avons opté pour des entretiens en profondeur qui peuvent « *prendre la forme pour tout ou partie d'un entretien phénoménologique* » (Gavard-Perret et *al.*, 2018 p.89). Nous n'avons en outre pas le temps matériel, dans le cadre de ce travail doctoral, d'amorcer une recherche longitudinale.

La pratique de l'entretien est fondée sur un questionnement du sujet avec une position plus ou moins marquée de non-directivité de l'investigateur vis-à-vis de l'informant·e. Les expériences vécues par le sujet doivent d'abord être comprises au travers de ce qu'il exprime (Arsel, 2017). L'objectif est de **comprendre la réalité des modes de vie des jeunes éco-concernés** tels qu'ils se les représentent en leur demandant de les décrire et d'expliquer les mécanismes qui les ont conduits à adopter ces pratiques comme ils les conçoivent. Les données ainsi obtenues sont donc discursives. En se fondant sur les travaux de McCracken (1988) nous avons cherché à obtenir une description - des informations - sur le monde vécu, à comprendre la signification

des phénomènes étudiés et surtout les interprétations que les informants ont de ces significations.

L'entretien est semi-structuré ou centré et est caractérisé par l'interaction entre chercheur et informant·e. Le chercheur doit avoir préparé les thèmes à aborder mais toutefois rester ouvert à de nouvelles orientations (Arsel, 2017). En effet, comme l'entretien se fait sur le mode de la conversation, le chercheur va adapter l'ordre et la teneur des questions aux réponses de son interlocuteur. Ainsi, les réponses l'informant·e peuvent amener le chercheur à aborder des sujets qu'il n'avait pas prévus (Delacroix et Monnot, 2021 ; Demers, 2003). Il autorise ainsi **une certaine flexibilité** tout en gardant une structure commune propice aux analyses comparatives. Pour préparer et mener nos entretiens nous nous sommes basée sur le tutoriel développé par Arsel (2017) dont nous avons fait un résumé dans l'encadré 2.

### **Encadré 2 - Conception et conduite des entretiens, adapté de Arsel (2017)**

#### **Se positionner épistémologiquement**

Savoir clairement ce que l'on attend des entretiens

#### **Préparer un protocole d'entretien**

Préparer une introduction qui présente les grandes lignes du projet

Expliquer simplement la procédure

Demander le consentement de l'informant·e et lui expliquer comment seront utilisées ses données

Proposer de donner des précisions si besoin

Demander l'autorisation d'enregistrer

Établir une liste de questions éventuelles (« feuille de route »)

Permet de couvrir tous les sujets que l'on veut aborder, à utiliser comme des points de contrôle et de recadrer si besoin

Les questions peuvent évoluer au cours des entretiens quand de nouveaux concepts émergent

Les questions sont la traduction de la question de recherche en conversation naturelle

#### **Conduire l'entretien**

Introduire le sujet

Clarifier les rôles

Donner une idée générale de la recherche

Parler un peu de soi, sans trop en dire pour ne pas influencer les réponses

Commencer par demander à la personne de se présenter (« Pouvez-vous me parler de vous ? »)

Importance du contexte : bien creuser l'environnement, la famille, l'éducation, le style de vie actuel...

Facilite la compréhension de ses choix, des raisons de ses actes



Permet une transition douce vers le sujet  
Laisser la personne s'exprimer librement, ne pas avoir peur des digressions  
L'ordre des sujets varie à chaque entretien, selon la personne interviewée  
Les relances sont importantes mais difficiles à maîtriser, la formulation est importante (« pouvez-vous m'en dire plus ? », « Donc vous... »)  
Savoir écouter, ne pas couper la parole  
Ne pas avoir peur des silences

### Recommencer

Réfléchir à l'expérience  
Faire le point sur le fonctionnement des questions  
Éventuellement en reformuler certaines  
Analyser les nouvelles données à la lumière des données déjà existantes  
Voir comment elles s'imbriquent les unes aux autres  
Refaire des entretiens jusqu'à avoir une histoire originale, empiriquement riche et analytiquement solide.

Notre guide d'entretien comprend **quatre thèmes** mais ces thèmes ont évolué au cours des entretiens. Nous avons ainsi six versions du guide dont les modifications se sont faites en fonction des données recueillies et de nos premières analyses. La structure générale est restée à peu près constante mais nous avons réorienté et approfondi certaines thématiques. La partie « consommation » qui traite de la description des pratiques a été par exemple réduite au fur et à mesure car elle présentait au final peu d'intérêt et les informants décrivaient à peu près toujours les mêmes. En revanche, les justifications et les motivations à l'adoption de ces pratiques ont été approfondies. Le tableau 14 retrace les différentes versions du guide. Nous précisons qu'à aucun moment nous n'avons employé le terme de sobriété, nous avons attendu que les informants l'évoquent spontanément. Pour éviter les biais de désirabilité sociale, nous n'avons pas mentionné de pratique particulière et feint l'ignorance sur certains sujets.

Nous avons dès la fin des entretiens exploratoires introduit une demande de visuel pour avoir une base de discussion et fluidifier les échanges. Nous l'avons formulée ainsi : « *Pourriez-vous préparer un visuel (photos, montage, dessin, ...) qui reflète pour vous votre mode de vie (ce que vous consommez ou pas, ce que vous achetez ou pas, comment vous vous déplacez, ...) ? Tout format est bienvenu.* » Tous les informants n'ont pas toujours pris le temps de le faire.

**Tableau 14 - Évolution des différentes versions du guide d'entretien**

	Thèmes principaux	Modifications
Guide 1	Consommation (comment vous consommez ?) Changements/ intention de changer Déclencheurs si changements Bien-être	Entretiens exploratoires
Guide 2	Idem 1 mais avec commentaires visuel pour la partie consacrée à la consommation (si visuel présent)	Introduction de la demande d'un visuel
Guide 3	Consommation : ajout question sur produits « interdits » Changements : quels apports personnels ? - Précisions sur la temporalité Dans les déclencheurs précisions : - sur naissance de l'engagement - préoccupations, causes	Évolution du contenu des thèmes
Guide 4	Consommation Changements (déclencheurs, préoccupations, rôle à jouer ?, arbitrages/compromis) Implications (répercussions personnelles, évolutions envisagées) Bien-être	Évolution des thèmes et de leur contenu
Guide 5	Introduction notion de responsabilité	Évolution du contenu de la rubrique « changements »
Guide 6	Engagement (origines, préoccupations, causes, rôle, responsabilité, ...) Changements (commentaire visuel, déclencheurs, raisons, ...) Renoncements Implications personnelles (liens entourage, évolutions, vision de l'avenir, ...)	Nouveaux modes de recrutement : introduction du thème de l'engagement Partie sur les pratiques réduite Introduction thème du renoncement et suppression bien-être (suite colloque doctoral AFM)

Nous avons bien précisé à nos informants que :

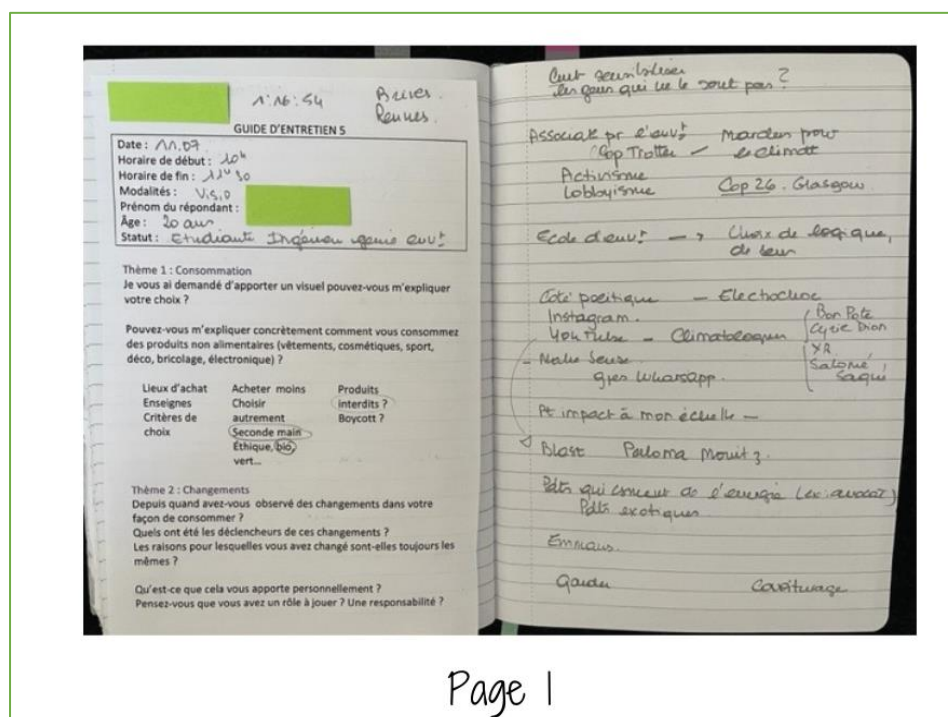
- ce qui nous intéressait c'était comment eux procédaient, qu'il n'y avait pas de bonne ou de mauvaise réponse

- qu'il n'y avait aucun jugement
- qu'ils pouvaient dire tout ce qu'ils voulaient et exprimer librement leurs émotions
- que les données seraient anonymisées (changement du prénom)

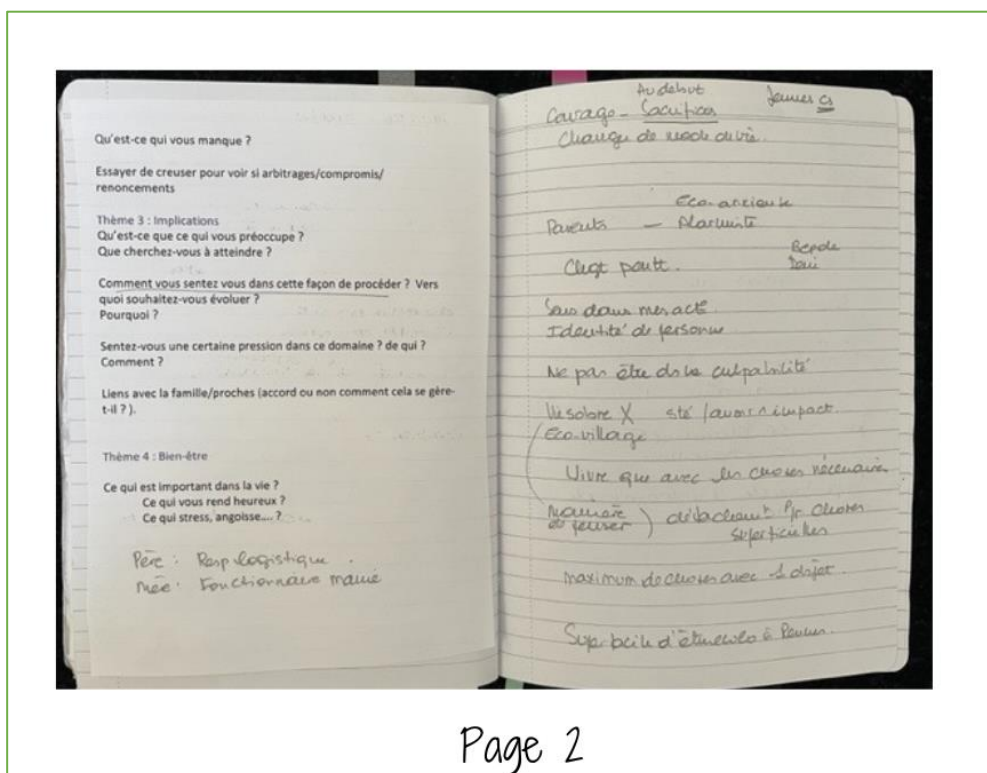
Nous leur avons demandé l'autorisation d'enregistrer et pour les mineurs nous sommes passée par les parents ou avons demandé un mail d'autorisation.

Trois entretiens ont été menés à domicile et les suivants, pour des raisons de praticité et pour permettre d'élargir le périmètre géographique ont été réalisés en visioconférence. Nous demandions à la personne de se placer dans un endroit calme et de prévoir environ une heure. Nos entretiens ont duré en moyenne 58 minutes et nous disposons de 43 heures d'enregistrements audio pour 45 entretiens. Pendant l'entretien nous notions des idées, des mots clés nous permettant de garder le fil sans interrompre et de rebondir ensuite sur un propos qui nous semblait intéressant à développer (Paillé et Mucchielli, 2016). L'illustration 6 est un exemple de prises de note lors d'un entretien avec sur la page de gauche le guide (les questions sont notées juste à titre indicatif pour ne rien oublier) et sur la page de droite les notes prises pendant l'entretien.

### Illustration 6 - Exemple de notes prises lors d'un entretien



Page 1



Page 2

À la fin de l'entretien nous précisions que nous avions fait le tour du sujet et demandions à l'informant·e si il/elle souhaitait ajouter quelque chose, apporter des précisions.

Nous demandions ensuite l'autorisation de les recontacter si besoin et les remercions. Le lendemain nous envoyions un mail de remerciement en ajoutant que leur témoignage nous serait très utile. Pour préciser la question des renoncements par exemple nous avons relancé dix informants, nous avons eu cinq retours et parfois plusieurs semaines plus tard.

Nous avons constaté que nos informants appréciaient l'exercice, de pouvoir parler d'eux et d'être écoutés. Certains nous ont remerciée pour notre écoute et notre bienveillance.

Tous les entretiens ont été intégralement retranscrits et constituent un corpus de 611 pages au total.

En associant différents modes de collectes de données, nous avons rassemblé un corpus riche que nous avons comparé, étudié et analysé en continu. Les données secondaires nous ont permis d’approfondir nos connaissances dans trois domaines en particulier : l’écologie, la sobriété et la jeunesse. Ces données nous ont permis de mieux connaître notre terrain afin de délimiter et enrichir notre recueil de données primaires. L’observation en ligne des plus de 80 comptes sur Instagram a facilité notre perception des informations auxquelles sont exposés les jeunes éco-concernés et est venue appuyer et éclairer les données obtenues lors des entretiens en profondeur. Ce sont ces entretiens menés auprès de jeunes informants qui nous ont fourni la part la plus importante des résultats et nous avons suivi, pour leur conduite un protocole bien défini par la littérature. En amont, nous avons également mis en place différentes méthodes de recrutement pour constituer notre échantillon que nous allons détailler dans la section 2 qui suit.

## Section 2 : La construction de l'échantillon orienté

---

Les entretiens sont au cœur de notre recherche et nous avons cherché à constituer un échantillon qui nous permette de recueillir des données riches et exploitables mais aussi de produire des résultats intéressants pour la recherche. Il est vite apparu que nous devions sélectionner nos informants parmi des jeunes ayant déjà entrepris de manière plus ou moins importante de modifier leur mode de vie pour des raisons écologiques, constituant ainsi un échantillon orienté (*purposeful sample* ou *judgment sample*, Marschall, 1996 ; Patton, 1990). Nous allons donc dans un premier temps décrire comment nous avons recruté nos informants puis, dans un second temps, nous les présenterons.

### 2.1 Les méthodes de recrutement des informants

C'est en rencontrant Suzanne, 20 ans étudiante en droit et fille d'une amie, que notre recherche a pris un tournant décisif en août 2021. En effet, au cours de l'entrevue qui portait au départ sur les achats en magasin, elle nous a expliqué essayer de moins acheter, de moins consommer et qu'elle était fière quand elle n'achetait rien. L'entretien a alors pris une tournure tout à fait différente et nous avons essayé de creuser à la fois les nouvelles pratiques qu'elle était en train d'adopter (achats de seconde main, récupération, réparation, ...), les raisons qui l'avaient poussée à agir de la sorte et l'origine de ces choix. Elle nous a notamment indiqué vouloir privilégier la durabilité. Comme nous l'avons expliqué au chapitre précédent, nous avons décidé de creuser plus avant cette thématique.

La phase préliminaire d'entretiens, d'ordre exploratoire a consisté à interroger 9 jeunes recrutés grâce à notre entourage familial, amical et professionnel. Nous avons essayé de varier les profils et de cibler des jeunes d'origines et de niveau culturel divers. Le thème de l'écologie a émergé comme préoccupation et nous avons pris le parti de nous baser sur ce postulat.

Au sein de ce premier groupe, deux informants ne nous ont apporté que peu d'informations pertinentes pour notre recherche et nous ont convaincue d'adopter une démarche de recrutement beaucoup plus ciblée. En effet Gianni (20 ans) et Karim (25 ans) respectivement ouvrier et conducteur de travaux ont montré peu voire aucun intérêt pour l'écologie et surtout nous ont indiqué aimer consommer et ce, parfois de manière compulsive. Bien que leurs entretiens aient été retranscrits et archivés, nous ne les avons pas pris en compte dans le nombre de nos

entretiens exploratoires car ils ne nous permettent pas réellement de cerner le phénomène que nous cherchons à comprendre<sup>122</sup>.

Nous avons donc décidé d'introduire comme critère de sélection un intérêt pour l'écologie et l'adoption de comportements de modération ou de changement de consommation en rapport avec des préoccupations environnementales. Nous avons donc affiné notre stratégie de recrutement et en adoptant une méthode d'échantillonnage orienté (ou ciblé).

La technique de l'échantillonnage orienté consiste à **choisir délibérément un individu en fonction des caractéristiques ou des qualités qu'il possède** (Etikan et *al.*, 2016). Par conséquent le chercheur sélectionne activement l'échantillon le plus productif pour répondre à la question de recherche (Marshall, 1996 ; Patton, 1990). En d'autres termes, le chercheur décide de ce qu'il veut savoir et recherche des personnes susceptibles, du fait de leurs connaissances ou de leurs comportements de lui fournir des informations pertinentes (Etikan et *al.*, 2016). C'est ainsi que nous avons défini que nos informants devaient avoir un profil d' « éco-concerné·e ».

Nous avons recruté nos 38 informants suivants entre mars 2022 et janvier 2023 par le biais de **trois canaux différents**. Le cercle familial, amical et professionnel nous a permis de recruter 12 informants. Nous nous sommes également rendue dans des rassemblements consacrés à l'écologie et nous avons alors rencontré des jeunes à qui nous avons demandé s'ils voulaient bien nous revoir par la suite pour un entretien. L'effet « boule de neige<sup>123</sup> » a fonctionné ensuite et nous avons obtenu finalement 12 entretiens grâce cette méthode. Le dernier canal utilisé est celui des réseaux sociaux. Nous avons procédé de deux façons : soit en postant un message sur un groupe ou en adressant un message privé à un groupe (« mp » sur Instagram) soit en étudiant des profils (dans « présentation des membres » sur Discord par exemple) et en leur envoyant un message privé ensuite. L'encadré 3 donne des exemples de messages qui ont été postés sur deux réseaux sociaux utilisés.

---

<sup>122</sup> Nous avons toutefois dans le cadre d'un cours d'études marketing en deuxième année de BUT techniques de Commercialisation fait mener à nos étudiants des entretiens avec des jeunes de 17 à 25 ans sans critère de sélection autre que l'âge ayant comme objet leurs façons de consommer, leur conscience écologique et les changements éventuels envisagés. 50 entretiens ont ainsi été réalisés et retranscrits. Ils ont fait l'objet de codage et d'analyse nous permettant d'entrevoir les raisons pour lesquelles de nombreux jeunes ne s'engagent pas dans une démarche de sobriété. Cela nous a également confortée dans le choix de nous focaliser sur des éco-concernés.

<sup>123</sup> Compatible avec un échantillonnage orienté (Patton, 1990)

### Encadré 3 - Annonces sur les réseaux sociaux pour recherche d'informants

#### Message Facebook sur les groupes comme Youth For Climate Lille

Bonjour à tous,

Je suis doctorante à l'université de Lille et je m'intéresse aux jeunes qui sont engagés en faveur de l'écologie et du climat. Je souhaite en rencontrer pour des entretiens (en visio par exemple) à propos de leurs modes de vie. Ce sont des discussions assez ouvertes autour de différents thèmes sans caractère intrusif. Les résultats de ces entretiens seront utilisés pour des publications scientifiques mais les informants seront anonymisés. Si vous avez entre 17 et 25 ans et que vous êtes intéressé-e par ma demande, contactez moi sur Messenger. Merci !

#### Message Instagram en MP à On est prêt

Bonjour, je suis enseignante et doctorante à l'Université de Lille et je m'intéresse dans le cadre de mes recherches aux jeunes qui s'engagent en faveur du climat. J'aurais souhaité échanger avec des membres de votre groupe sur leurs choix et leur mode de vie. Y aurait-il une possibilité de rencontrer certains d'entre vous pour des entretiens (en visio ou physique) ? Vous pouvez me trouver sur LinkedIn Sophie Lechartre.

Sur Discord nous avons procédé différemment. En effet, nous avons utilisé ce réseau à un moment où notre recherche était déjà bien avancée et nos besoins avaient évolué. En outre, les serveurs *Avant l'Orage* et *JEC* sont dédiés aux préoccupations écologiques : ils présentent différentes rubriques comme des sources d'informations, des pétitions, des événements, des actions, des discussions autour de thématiques comme le bilan carbone, les astuces quotidiennes ou l'éco-anxiété. Les personnes inscrites sur ces serveurs ont donc déjà une sensibilité écologique marquée et souhaitent agir pour faire bouger les choses et minimiser leur impact sur l'environnement. Nous avons pu le vérifier dans la rubrique « membres ».

Ainsi, grâce à cette rubrique, nous avons contacté directement des jeunes quand la lecture de leur profil nous apparaissait particulièrement intéressante. L'encadré 4 retrace, à partir du profil de Lou (pseudonyme qu'elle a choisi lors de l'entretien), les échanges qui ont conduit à la rencontre.



#### Encadré 4 - Prise de contact avec Lou, future informante

Présentation personnelle postée le 22/09/2022 dans la rubrique « membres » d'Avant l'Orage<sup>124</sup> :

*Bonjour,*

*Je m'appelle (Lou), j'ai 19 ans et je suis en faculté d'art à Amiens.*

*Je dessine assez souvent et j'aimerais apporter mon aide grâce à cet art que je pratique comme une façon d'agir. Je fais également de la photographie à mes heures perdues en prenant la biodiversité en photo pour montrer que même la plus petite des espèces a de l'importance.*

*Je m'intéresse beaucoup sur la question du réemploi, de la seconde vie que l'on peut donner aux objets (vêtements, meubles ...), que l'on peut leur offrir pour éviter le gaspillage inutile et la consommation perpétuelle.*

*Il faut se dire et convaincre qu'on a pas besoin d'autant que ce que peut produire la société (les industries). Qu'on a besoin de moins mais d'une meilleure qualité et que l'on peut très bien se satisfaire de ce que l'on a déjà.*

*Cela fait un moment que je suis dans cette optique de "il faut que les choses changent". J'essaie à ma façon, de faire de mon mieux en ce qui concerne l'écologie le bien-être de l'environnement mais ça ne me semble pas assez suffisant.*

*Je suis ici car j'aimerais accomplir plus que les simples petites choses que je fais dans mon quotidien. J'aimerais être davantage engagé et utile pour le bien être de notre planète et surtout pour notre avenir. Car j'ai du mal à visualiser le mien sans penser à tout ce qu'il pourrait se passer si on agit pas tous maintenant. A commencer par moi. Donc me voilà !*

*Je suis contente de voir qu'il y ait autant de personnes qui veulent que les choses changent ! C'est encourageant de se dire que nous ne sommes pas tout seul et qu'à plusieurs on peut accomplir de grandes choses.*

*Merci à vous !*

#### Échanges préliminaires à la fixation du rendez-vous

Notre message privé du 7/10/2022 16h23 :

Bonjour (Lou),

Je suis chercheuse à l'Université de Lille et je rencontre des jeunes qui ont des préoccupations comme les vôtres. Seriez-vous d'accord pour m'accorder un peu de temps ? Il faut compter environ 1 heure d'entretien. C'est non intrusif, sans jugement et anonymisé ensuite. Voici mon LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/sophie-lechartre-a85957a8/>. Si cela ne vous intéresse pas, il suffit juste de me le dire ! Bonne journée.

Réponse du 7/10/22 22h13 :

Bonsoir,

Cela pourrait être intéressant, je suis partante.

Le bémol c'est que je ne me situe pas sur Lille mais sur Amiens. De plus, je suis étudiante donc je ne suis pas libre à tous moments.

Comment voyez-vous la chose ?

L'entretien a eu lieu en visio sur Discord le 16 octobre 2022 à 18h et a duré 1h07

Les réseaux sociaux nous ont donné accès à 14 informants.

<sup>124</sup> Message copié dans sa version originale, sans correction des fautes.

Au final, notre échantillon compte 28 jeunes femmes et 17 jeunes hommes. La littérature confirme que les filles sont plus concernées par les enjeux environnementaux et s'engagent plus volontiers dans des démarches de changement (e.g. Casaló et Escario, 2016 ; Hosany et al., 2022). L'âge moyen est de 21 ans.

Nous avons obtenu des profils variés, d'origines sociales et géographiques différentes. La proportion d'étudiants est cependant importante (26 informants), les autres sont actifs avec un niveau d'études d'au moins la licence (7 informants), lycéens (4 informants) et un seul est sans emploi avec un niveau bac professionnel. Nous avons essayé de mieux diversifier les profils et d'introduire davantage d'hétérogénéité en recherchant des personnes sans diplôme ou sans le baccalauréat mais il s'est avéré que cette population présente peu de profils d'éco-concernés avec des préoccupations parfois bien différentes. Nos résultats sont venus expliquer en partie cet état de faits (accès à l'information, présence d'un « terreau »).

Nous avons arrêté les entretiens après avoir atteint la **saturation théorique** c'est-à-dire lorsque les entretiens ne nous apprenaient plus rien de vraiment nouveau, bien qu'en phénoménologie cela soit considéré comme quasi impossible (Gentles et al., 2015). « *La saturation théorique est, en fait, un jugement par lequel l'analyste considère que la collecte de nouvelles données n'apporterait rien à la conceptualisation et à la théorisation du phénomène à l'étude* » (Guillemette, 2006 p.41).

Nous allons étudier plus en détail les caractéristiques de nos informants au travers les portraits que nous en avons réalisés.

## 2.2 Le profil des informants

Nous devons admettre que nous avons été impressionnée par la maturité, le niveau de réflexion et la force des convictions de nos informants et nous souhaitons garder toujours à l'esprit leurs singularités et leurs similitudes. Ainsi, dans une démarche de *Grounded Theory* mais aussi parce que la présentation des résultats ne pourrait pas mettre en lumière les spécificités de chacun, nous avons rédigé des **portraits qui vont au-delà d'un simple descriptif**. Ils constituent une première étape « *phénoménologisante* » (Paillé et Mucchielli, 2016) dans la lecture herméneutique des données d'entretien afin de nous imprégner du vécu de chacun. Forme très simplifiée de récits narratifs, ils reprennent les caractéristiques personnelles de chaque informant·e en précisant d'éventuels engagements associatifs, les modes de

consommation principaux et les premiers éléments de socialisation aux comportements pro-  
environnementaux.

**Tableau 15 - Portraits des informants**

	Présentation	Consommation	Facteurs déclencheurs des changements.
Suzanne 30/08/2021 42 minutes	Suzanne a 20 ans, elle est originaire de Lille et étudiante en droit à Bordeaux. Ses parents sont cadres supérieurs.	Suzanne essaie de moins consommer, de réfléchir davantage à ce qu'elle achète. Elle achète aussi en seconde main et récupère des objets qu'elle customise.	Elle a été fortement influencée par sa maman qui a une conscience écologique déjà développée et elle suit des comptes sur les réseaux sociaux qui lui ont fait davantage prendre conscience des répercussions de la consommation au niveau humain.
Solène 25/10/21 40 minutes	Solène a 22 ans, elle suit une formation en soins animaux et vit en couple avec sa compagne près de Lille. Sa mère est coiffeuse et son père ouvrier du bâtiment.	Solène n'achète quasiment rien de neuf : elle acquiert de la seconde main, échange ou récupère. Elle est sensible à l'histoire des objets et à la convivialité associée à la seconde main.	Solène est très sensible au gaspillage et est choquée de voir les effets de la production de masse et du transport sur la pollution. Sa famille a toujours fait attention à sa consommation pour des questions économiques mais elle a été en plus sensibilisée aux questions écologiques par la télévision et les réseaux sociaux.
Capucine 28/10/21 51 minutes	Capucine a 19 ans. Originaire du Pas-de-Calais, elle est étudiante en science politique à Lille et pratique la course de demi-fond en club. Sa mère est assistante maternelle et son père opérateur en chimie.	Capucine achète peu en général, elle préfère récupérer et réparer. Pour l'alimentation elle achète exclusivement des produits locaux et profite du potager familial.	L'écologie est une préoccupation très importante pour Capucine. Elle a été influencée comme toute sa famille par son frère aîné. Les reportages animaliers qu'elle aime regarder à la télévision et les réseaux sociaux ont renforcé ses convictions.
Anna 01/11/21 40 minutes	Anna a 20 ans, elle vit en région parisienne et elle est étudiante en philosophie-biologie à la Sorbonne. Elle vit seule en semaine et vient d'une famille recomposée. Son père est musicien intermittent et sa mère bibliothécaire.	Anna est vegan. Elle n'aime pas acheter et achète très peu en dehors de livres et encore moins sur Internet pour des raisons éthiques.	Anna déclare être contre l'exploitation en général et animale en particulier. Elle a subi un choc en voyant le film « Okja » sur la maltraitance animale et depuis se questionne beaucoup et se documente via des vidéos de vulgarisation scientifique. Elle est assez pessimiste sur l'impact de ses actions individuelles.
Redouane 04/11/21	Redouane a 20 ans et est étudiant en IUT Techniques de Commercialisation à	Redouane essaie de moins consommer et réfléchit beaucoup sur	Ses parents viennent de milieux modestes et lui ont inculqué des valeurs de parcimonie. Redouane est

68 minutes	Roubaix. Originaire d'Amiens, il vit avec sa petite amie à Lille. Son père, décédé, était enseignant en collège et sa mère est médecin.	la pertinence de ses achats. Il privilégie les produits de qualité qu'il entretient soigneusement et pour l'alimentation cherche à consommer local.	aujourd'hui de plus en plus sensible à l'écologie et cherche de la cohérence dans ses comportements de consommation. Ses principales sources d'information sont les réseaux sociaux et la presse en ligne.
Mathilde 06/11/21 42 minutes	Mathilde a 17 ans, elle est lycéenne en terminale en région parisienne et Anna est sa sœur. Elle vit chez sa mère et a une appétence particulière pour les disciplines artistiques : elle fait de la musique, du théâtre, de la danse et envisage des études de cinéma.	Mathilde s'habille exclusivement en friperies parce qu'elle y trouve correspond à son style mais aussi car elle considère que cela évite la surproduction et qu'humainement parlant l'industrie de la mode est source d'exploitation. Elle a également arrêté de manger de la viande.	Mathilde et sa famille ont commencé à s'interroger sur leur consommation lorsque la fille aînée, Anna, est devenue vegan. En considérant que leur mode de vie était nocif pour la planète, ils ont progressivement changé leur façon de consommer.
Victor 11/11/21 47 minutes	Victor a 18 ans, il est le frère de Solène et est étudiant en BTS hôtellerie-restauration à Lille où il a contribué à la création d'une association de réemploi et de distribution des denrées alimentaires. Il occupe un emploi étudiant dans un restaurant biologique de <i>ramens</i> où tout est fait maison. Il vit chez ses parents. Son projet professionnel est d'ouvrir son propre hôtel écologique.	Victor est convaincu qu'il est très important de réduire sa consommation, ne pas gaspiller et surtout d'éviter au maximum le plastique. Il aimerait pouvoir vivre en accord avec ses valeurs de protection de l'environnement, de la nature et des animaux.	Victor a été sensibilisé à l'écologie au cours de sa formation, où le sujet est très présent à la fois dans le contenu des cours mais aussi au sein des groupes d'étudiants. Il regarde également beaucoup de vidéos et de documentaires sur différentes thématiques écologiques. Il suit des comptes d'associations engagées sur le climat sur Instagram notamment.
Lila 24/03/22 62 minutes	Lila a 23 ans, elle est étudiante en design éco-responsable à La Souterraine dans la région de Limoges. Elle vit seule depuis 3 ans. Sa mère est professeur de mathématiques en collège et son père est ingénieur.	Lila se définit elle-même comme « minimaliste ». Elle possède très peu de biens car elle a décidé de se débarrasser des choses inutiles. Elle essaie de fabriquer elle-même ses cosmétiques, ses vêtements ou ses	Lila a été élevée dans une famille qui valorise la performance et lorsqu'elle s'est retrouvée seule elle a repensé son mode de vie et s'est interrogée davantage sur ses valeurs et ses aspirations. Le film <i>Demain</i> de Cyril Dion l'a beaucoup incitée à agir pour aller vers

		meubles et se procure le reste dans des brocantes. Elle achète le moins possible.	un mode de vie plus sain et plus respectueux de la planète.
Daphné 04/04/22 51 minutes	Daphné a 19 ans, elle est étudiante en sciences politiques à Lille. Elle est membre de plusieurs associations dont les Jeunes Écologistes de Lille et les Jeunes Ambassadeurs du Climat. Elle est actuellement en échange en Allemagne pour une année. Sa mère est enseignante et son père fonctionnaire territorial.	Daphné privilégie les alternatives écologiques dans sa consommation : produits éthiques, en vrac, de seconde main, transports durables. Elle tente également de réduire sa consommation en général et de favoriser les expériences aux biens.	Ayant passé beaucoup de temps à la campagne dans son enfance, Daphné aime particulièrement le contact avec la nature. Sa sensibilité environnementale s'est développée lors des marches pour le climat quand elle était au lycée. Par la suite elle a renforcé son engagement en s'informant par le biais d'ouvrages, d'Internet et les réseaux sociaux.
Edouard 05/04/22 69 minutes	Edouard a 24 ans, il est développeur web à Lille dans une société qui gère la transition écologique et sociale des entreprises. Il rédige des articles pour un média associatif « Penser l'Après » qui diffuse sur les réseaux sociaux des informations sous un angle écologique et social. Il a entrepris le tour de la Gironde à vélo pour le projet franco-allemand « Pédaler pour la Biodiversität » en mars. Sa mère est directrice marketing et son père est chef d'entreprise.	Edouard a intégré l'écologie dans tous les aspects de sa vie. Il se questionne sur ses besoins réels et agit en conséquence. Il définit son mode de vie comme étant sobre : il réfléchit à sa consommation, achète le moins possible, se déplace à vélo. Il aimerait à l'avenir vivre dans un éco-lieu ou un écovillage, intégrer une communauté.	Comme Lila c'est le film <i>Demain</i> qui est à l'origine de son questionnement. Edouard s'est ensuite informé via You Tube avec une série d'interviews de personnalités comme Yves Cochet, Nicolas Hulot, Pablo Servigne...Il continue aujourd'hui à se documenter grâce à des livres ou des vidéos sur des sujets divers. Il est en questionnement permanent, il a besoin de comprendre et recherche également la discussion et l'engagement. Il admet vivre parfois des moments difficiles, des épisodes qu'il qualifie de « déprime » à cause de la réalité environnementale.
Juliette 08/04/22 53 minutes	Juliette a 21 ans, elle étudie la biologie à Roscoff où elle vit en colocation avec 3 autres étudiantes. Elle est scout et faisait partie de « Youth for the Climate » lorsqu'elle était au lycée et participe encore parfois aux manifestations. Ses parents sont enseignants-chercheurs.	Juliette déclare essayer d'appliquer l'écologie dans son quotidien, d'avoir un mode de vie qui ait le moins d'impact sur l'environnement. Elle est végétarienne, achète local et de saison, le plus possible en vrac et en	Juliette décrit son engagement comme un cheminement. Ses parents et le scoutisme lui ont fait aimer et vouloir respecter la nature. Par la suite ce sont les réseaux sociaux qui l'ont amenée à aller encore plus loin dans sa démarche. Ses choix suscitent parfois des débats qui lui donnent envie d'en faire plus et la confortent dans ses résolutions. Elle emploie

		essayant de réduire au maximum sa consommation. Elle achète très peu de vêtements et le plus possible d'occasion, sinon elle répare ceux qui sont abîmés.	l'expression de « sobriété heureuse » car selon elle l'hyperconsommation est destinée à combler un vide qui pourrait l'être par des plaisirs simples de la vie.
Maïté 11/04/22 55 minutes	Maïté a 21 ans, elle est en année de césure après une licence d'ingénieur technologie du vivant. Basée à Paris, elle effectue diverses missions partout en France. Lors de notre rencontre, elle s'apprêtait à partir dans une ferme d'agroécologie pour 3 semaines. Elle participe de diverses manières au mouvement Alternatiba (mouvement citoyen pour le climat et la justice sociale). En dehors de l'écologie, le féminisme est une cause qui la concerne. Son père est chercheur, sa mère est avocate.	Maïté achète peu et rarement des biens neufs, elle récupère ou achète de seconde main. Pour l'alimentaire et l'hygiène elle privilégie le vrac, le bio, le local et de saison. Elle est végétarienne, a réduit les produits laitiers. D'une manière générale elle se questionne toujours sur l'utilité d'un achat. Elle n'a pas le permis de conduire, n'envisage pas de le passer et ne souhaite plus prendre l'avion.	Une rencontre puis divers échanges ont été à l'origine des changements majeurs dans le mode de vie de Maïté. Ils l'ont amenée à se poser davantage de question, à se rendre compte de l'urgence à agir. Elle écoute des podcasts, suit des comptes de militants sur les réseaux sociaux pour s'informer. Elle est aujourd'hui contente d'avoir une démarche environnementale et cherche à s'investir davantage.
Erwan 12/04/22 68 minutes	Erwan a 23 ans, il est étudiant en information-communication à Nantes. Président des Jeunes Ambassadeurs pour le Climat, il occupe également un emploi étudiant dans une grande enseigne de fast-food. Il qualifie lui-même ces activités de contradictoires. Son père est artisan et sa mère commerçante à Royan.	Erwan se questionne en permanence sur la pertinence de ce qu'il consomme, il « évalue » le coût humain et non humain de sa consommation à partir des connaissances dont il dispose. Il récupère de nombreuses choses dans la rue notamment.	Pour Erwan, le thème de l'environnement doit être abordé de manière systémique et il juge nécessaire d'adopter une vision pragmatique par rapport à l'urgence. Il emploie le mot « sobriété » dans le sens où il engage à repenser notre modèle économique et « aller vers le moins ». Il a cherché à davantage agir pour l'environnement après le confinement où il a creusé davantage la question grâce aux médias du service publics, à la presse et à des conférences sur You Tube. Des personnalités comme Etienne Klein, Jean-Marc Jancovici, Arthur Keller ou Al Gore sont à l'origine de son engagement.

<p>Clara et Théo 14/04/22 95 minutes</p>	<p>Clara et Théo ont respectivement 21 et 22 ans. Ils ont en couple mais Clara étudie et vit à La Souterraine près de Limoges tandis que Théo vit maintenant à Rennes. Ils sont tous deux étudiants en design et se voient le week-end. Ils sont actifs dans le collectif « SOS Terriens ». Les parents de Théo sont artisans, la mère de Clara est chef d'équipe, son père informaticien.</p>	<p>L'environnement dans lequel ils évoluent facilite grandement l'adoption d'un mode de vie sobre par la présence de services et la proximité de producteurs locaux. Ils n'achètent quasiment plus rien de neuf et ont réduit au strict minimum leurs achats de produits manufacturés. Ils récupèrent, fabriquent et réparent la majeure partie de leurs possessions. Ils se déplacent à pied, à vélo et ont recours au co-voiturage.</p>	<p>C'est lors de leur arrivée à La Souterraine et le passage aux études supérieures que Clara et Théo ont développé leur conscience écologique. Clara y était déjà un peu sensible mais pour Théo cela a constitué un changement total de mode de vie. Ils ont été sensibilisés par les étudiants des classes supérieures et complètent leur information via les réseaux sociaux, les conférences You Tube, celles d'Aurélien Barrau notamment.</p>
<p>Océane 15/04/22 90 minutes</p>	<p>Océane a 25 ans, originaire d'Avignon, elle est en fin de Master 2 d'expertise et traitement en environnement à Lille où elle vit avec son compagnon. Elle est scout et membre d'une association « Good Food » qui fabrique et vend des plats à base de légumes hors calibre. Sa mère est employée de commerce, son père est formateur.</p>	<p>Océane décrit sa façon de consommer par les 5R : refuser, réduire, réutiliser, recycler, retourner (composter). Elle se déplace à 90% à vélo et l'utilise pour faire ses achats au marché et au supermarché coopératif.</p>	<p>Océane a été sensibilisée à la question environnementale au lycée par ses amies. Elle a vraiment adopté un mode de vie différent et qui vise à avoir un impact environnemental réduit lorsqu'elle a quitté le domicile familial. Elle est très préoccupée par la pollution, le plastique et a envie de pouvoir agir en conséquence dans sa future vie professionnelle.</p>
<p>Jeanne 19/04/22 49 minutes</p>	<p>Jeanne a 19 ans, elle est étudiante en biologie à Roscoff et vit dans la même colocation que Juliette. Elle est originaire de la région de Rennes où ses parents sont ingénieurs en agronomie. Elle participe aux actions du « Lobby des consciences » qui promeut le bio et le local dans les cantines scolaires.</p>	<p>Jeanne fait beaucoup de choses par elle-même : bricolage, couture, cuisine, cosmétiques... Elle achète des produits alimentaires bio et locaux, en vrac. Elle essaie d'acheter le moins possible et cherche les marques éthiques quand elle ne peut pas trouver en seconde main.</p>	<p>Jeanne place l'origine de son engagement dans l'éducation qu'elle a reçue mais reconnaît être aujourd'hui plus concernée que sa famille. Elle se questionne beaucoup sur ses habitudes de vie : elle aime réfléchir à ce qu'il serait possible d'améliorer, optimiser. Elle ne cesse de s'informer. Elle emploie le terme « sobriété » pour décrire un mode de vie qui respecte la planète et les autres êtres humains.</p>



<p>Paco 20/04/22 56 minutes</p>	<p>Paco a 22 ans et étudie l'économie comportementale à Paris-Nanterre. Il est membre des Jeunes Ambassadeurs pour le Climat. Son père est chef d'entreprise et sa mère auto-entrepreneure dans le numérique.</p>	<p>Paco est végétarien, il achète bio, sans plastique quand cela est possible ou dans une épicerie anti-gaspi. Il n'achète pas de vêtements et répare ceux qu'il a. Il envisage d'acheter en seconde main s'il a besoin de renouveler ses vêtements. Il a décidé d'arrêter de prendre l'avion et a refusé de partir en vacances avec sa famille en Islande pour cette raison.</p>	<p>Paco a grandi en partie en Islande où le sujet de l'écologie est très présent. Cependant il considère que sa sensibilité écologique s'est davantage développée sous l'influence de différents événements : la lecture de <i>La Théorie du tube de dentifrice</i>, les mouvements avec Greta Thunberg, la démission de Nicolas Hulot...Ce sont également les discussions avec ses amis qui ont façonné sa vision des choses. Il aime s'informer par le biais des conférences de différents experts sur You Tube et la lecture d'articles scientifiques. Il suit également différents comptes sur Twitter (X).</p>
<p>Ninon 21/04/22 53 minutes</p>	<p>Ninon a 24 ans, elle est étudiante à Sciences-Po Paris. Elle a créé un collectif « Minuit 12 » qui monte des spectacles, des vidéos et performances de danse toujours en lien avec l'environnement. Sa mère est vendeuse et son beau-père avec qui elle vit est agriculteur.</p>	<p>Ninon n'achète quasiment rien de neuf, elle achète (peu) en seconde main, récupère ce qu'on lui donne ou qu'elle trouve dans la rue. Pour l'alimentaire et l'hygiène elle choisit plutôt le vrac, elle est végétarienne. Elle ne prend plus l'avion.</p>	<p>Ce qui lui tient à cœur ce sont les liens avec la biodiversité, la cohabitation des espèces. C'est au travers de différentes lectures que Ninon a développé d'abord sa sensibilité environnementale puis par le contact avec ses pairs. Elle s'informe énormément via les médias traditionnels et les médias engagés sur Internet. Elle travaille sur des projets avec son amie Camille Etienne, une activiste écologique très médiatisée.</p>
<p>Jude 25/04/22 75 minutes</p>	<p>Jude a 24 ans, elle est étudiante en économie et philosophie à Paris. Elle a fait une année de service civique au Togo entre sa licence et son Master. Ses parents sont ingénieurs.</p>	<p>Jude se questionne beaucoup sur sa consommation individuelle. Elle s'interroge sur la nécessité de chaque achat., sur sa provenance, ses conditions de fabrication. Elle est végétarienne depuis 5 ans, se déplace en skateboard ou en métro et s'habille soit en seconde main soit en choisissant des produits qui vont</p>	<p>Jude a tout d'abord eu un engagement politique lors de la présidentielle de 2017. Dans le mouvement « Génération » de Benoît Hamon, le volet écologique était assez développé et Jude a assisté à des conférences de Thomas Piketty, responsable du programme économique, qui ont développé sa conscience écologique. Aujourd'hui elle se rend à des conférences à la Sorbonne, écoute des podcasts, regarde des vidéos sur You Tube et participe à des</p>

		durer dans le temps pour éviter d'en acheter souvent.	discussions sur l'écologie pour enrichir ses connaissances.
Camille 04/05/22 73 minutes	Camille a 20 ans, elle est étudiante en Relations Internationales dans une école privée à Paris. Elle passe actuellement un semestre en Israël. Elle est membre des Jeunes Ambassadeurs pour le Climat et a aidé pendant un été dans une association d'aide aux migrants. Sa mère est cheffe de projet dans le nucléaire et son père, retraité, était auparavant directeur commercial.	Camille déclare avoir « une approche sobre ». Elle décide de ce qui est important pour elle et ajuste ses dépenses en fonction de ses convictions. Elle désire éviter tout ce qu'elle associe à de la surconsommation. Elle privilégie les dépenses culturelles, le sport et son alimentation est végétarienne. Elle a fortement réduit sa consommation de vêtements pour des raisons écologiques et humaines.	Camille a toujours voulu s'engager et son premier combat a été le féminisme. Partie en Thaïlande à 16 ans pour du volontariat, elle a mesuré la gravité de la pollution au plastique. En s'informant davantage par elle-même elle a pris conscience de l'urgence. Elle avait hâte d'entrer à l'université pour rejoindre une association de justice sociale ou d'environnement. Son engagement associatif actuel a eu une influence déterminante sur ses décisions de consommation. Elle écoute la radio, lit et échange avec son oncle, moine bouddhiste pour s'informer.
Chloé 05/05/22 58 minutes	Chloé a 24 ans, elle est étudiante en médecine et se destine à la médecine générale. Elle vit seule à Lille. Sa mère est contrôleur de gestion en grande distribution, son père informaticien dans un réseau bancaire.	Chloé a connu des troubles alimentaires dans sa jeunesse et en a gardé une forte propension au contrôle. Pour sa consommation, elle s'inspire des recommandations des challenges de la « Journée de la Terre ». Elle est végétarienne, fuit le plastique et fabrique beaucoup de choses par elle-même.	C'est en débutant ses études de médecine que Chloé a commencé à entreprendre des changements dans sa consommation : d'abord pour des raisons de santé puis en cherchant de l'information sur la provenance des produits, pour des raisons écologiques et humaines. Elle utilise surtout Instagram et dans une moindre mesure You Tube pour s'informer.
Guillaume 09/05/22 42 minutes	Guillaume a 21 ans, il est étudiant ingénieur aéronautique à Toulouse, il est le frère de Chloé. Il fait du tutorat et de la vulgarisation scientifique auprès des lycéens.	Le vélo est emblématique de la vie de Guillaume : il se déplace exclusivement par ce moyen et parcourt parfois de très longues distances, il le répare lui-même si besoin. Devant partir en stage aux États-Unis il a tenté de trouver des	Guillaume a pris conscience des effets de sa consommation sur le climat lors de son entrée en études supérieures. Ce sont ses enseignants et ses amis qu'ils l'ont influencé. Il ne considère pas qu'il ait un rôle particulier mais essaie de diminuer son impact car agir est pour lui une nécessité pour « limiter la casse ». Il se décrit plutôt comme fataliste.

		alternatives à l'avion pour s'y rendre. Il n'achète jamais de vêtements et utilise ceux qu'il a depuis le lycée. Il ne chauffe pas son appartement. Pour son alimentation, il a abandonné la viande rouge et évite les suremballages.	
Faustine 11/05/22 59 minutes	Faustine a 25 ans et est doctorante en droit de la santé à Aix en Provence où elle vit avec son compagnon. Elle est bénévole dans une association en droit animalier.	Très concernée par le bien-être animal Faustine est végétarienne et elle essaie au maximum d'acheter des produits bios ou éthiques. Elle achète peu de vêtement et s'essaie à la seconde main. Son téléphone et son ordinateur sont des produits reconditionnés. Elle n'a pas le permis de conduire.	Faustine a d'abord abordé la question écologique sous l'angle de la protection animale pour élargir ensuite ses préoccupations. Elle recherche l'information dans les livres, les films et les vidéo You Tube. Elle n'utilise pas les réseaux sociaux.
Damien 16/05/22 24 minutes	Damien a 19 ans, il est en bac pro sécurité. Il est bénévole à la SPA et aimerait travailler comme soigneur animalier. Sa mère est secrétaire pédagogique et l'élève seule avec sa sœur.	Damien consomme très peu : il n'achète pas de vêtements, se déplace essentiellement à vélo. Il ne veut pas conduire car la voiture est polluante. Son alimentation est plutôt flexitarienne.	Damien est surtout concerné par le bien-être animal. Peu expansif, il exprime peu ses convictions intimes. Il évoque cependant le réchauffement climatique, la montée des eaux, la surpopulation. Il n'affiche pas de préoccupations écologiques particulières car il est très pessimiste et pense que c'est trop tard mais que « c'est dommage ». Il considère que ce sont les dirigeants qui sont responsables.
Coralie 25/05/22 42 minutes	Coralie a 19 ans, elle est lycéenne en Belgique. Elle vit avec sa mère, secrétaire pédagogique et son frère Damien.	Coralie est végétarienne, mange bio, sans huile de palme, local et de saison. Elle utilise les transports en commun. Avec sa maman elle fabrique ses produits d'hygiène (savon, lessive...) à partir	La maman de Coralie a un mode de vie assez sobre pour des raisons économiques mais aussi par conviction. Au quotidien elle a adopté une attitude « zéro déchet ». Coralie a été également influencée par ses enseignants qui évoquent souvent le sujet de l'écologie en classe et la font travailler sur ce sujet.

		d'ingrédients naturels. Elle répare et customise ses vêtements, coud et tricote.	Elle en parle beaucoup avec ses amis. Coralie est très pessimiste quant à l'avenir de la planète mais considère qu'essayer de réduire son impact est important même si cela « ne change pas la donne ».
Elodie 08/06/22 42 minutes	Elodie a 25 ans, elle est infirmière puéricultrice en milieu hospitalier, dans un service de néonatalité. Elle vit seule à Lille et ses parents sont employés.	Elodie admet aimer consommer et s'acheter de nouveaux vêtements. Elle achète une partie de ses vêtements en seconde main. Elle aimerait acheter des marques responsables mais n'en a pas les moyens. Quand elle rentre chez ses parents, elle en profite pour acheter des produits directement à la ferme. Elle n'aime pas le gaspillage et essaie de réduire sa consommation d'eau notamment.	Ce qui est important pour Elodie c'est d'aider les autres. Elle a d'ailleurs travaillé un an à Mayotte. Au niveau de l'écologie, elle affirme manquer d'information sur ce qu'il est souhaitable de faire au quotidien. Cependant, dans son cadre professionnel plusieurs de ses collègues ont une démarche écologique et elles échangent à ce sujet. De ce fait Elodie commence à se poser des questions sur sa propre consommation et adopté depuis peu de nouvelles habitudes.
Louise 10/06/22 63 minutes	Louise a 20 ans elle suit une double licence biologie-Allemand à la Sorbonne. Elle habite avec ses parents enseignant-chercheur et orthophoniste en région parisienne.	Comme elle vit encore chez ses parents, Louise ne maîtrise pas ses achats quotidiens. Pour ses propres achats elle prend le temps de rechercher des informations et se questionne sur la réalité de ses besoins. Elle affirme acheter peu pour des raisons écologiques et n'achète que si elle est sûre qu'elle va utiliser le produit longtemps. Elle a réduit sa consommation de viande mais souhaite devenir végétarienne lorsqu'elle aura quitté le domicile familial.	Sa conscience écologique s'est développée au lycée avec les réseaux sociaux. Depuis qu'elle est à l'université, Louise côtoie davantage de personnes concernées par la question environnementale. Elle pense qu'une fois son indépendance financière acquise, elle adoptera une consommation plus en rapport avec ses convictions et son engagement.

<p>Edgar 29/06/22 74 minutes</p>	<p>Edgar est un étudiant en psychologie franco-allemand de 22 ans à Marseille. Il fait du théâtre et a déjà joué dans quelques courts métrages. Son père est agriculteur, sa mère est coach.</p>	<p>Edgar emploie le terme « parcimonie » pour qualifier son mode de vie qui tourne autour des 3R : réduire, réutiliser, recycler. Il se questionne sur la pertinence de tout achat et sur les alternatives disponibles. Il est végétarien, s'habille exclusivement en seconde main, ou récupère. Il répare ses affaires. Il préfère vivre des expériences que d'accumuler des possessions.</p>	<p>Edgar s'interroge sur « sa façon d'habiter la Terre ». Il considère que son engagement a commencé entre 16 et 18 ans sous l'influence de son frère aîné. Il a été également sensibilisé par des documentaires comme <i>Earthlings</i>, <i>Cowspiracy</i> et <i>Seaspiracy</i> ou <i>Forks over knives</i>. Il s'interroge sur les coûts écologiques, en termes de ressources, de sa consommation mais essaie de toujours conserver une part de plaisir dans ses choix, de ne pas se frustrer. Il admet parfois devoir faire des arbitrages notamment lorsqu'il se rend à Berlin voir sa famille.</p>
<p>Gaspard 03/07/22 53 minutes</p>	<p>Gaspard est originaire de Tulle en Corrèze. Il a 20 ans et vient de terminer un DUT en Hygiène, Sécurité, Environnement (HSE) à Brive. Son père est agriculteur et sa mère vendeuse.</p>	<p>Gaspard a renoncé à la viande et aux fast-food qu'il aimait beaucoup. Il n'achète quasiment rien de neuf et d'une manière générale achète très peu et jamais sur Internet. Il aime bricoler et a fabriqué lui-même ses meubles. Il envisage dans le futur de construire une maison à la campagne qui soit auto-suffisante en termes énergétiques. Il aimerait voyager mais pas en avion.</p>	<p>Même s'il a grandi à la campagne et a toujours été proche de la nature, c'est pendant le confinement que Gaspard a réellement développé sa conscience écologique. Il a été influencé par sa petite amie et s'est mis à regarder des documentaires, des vidéos YouTube, à s'intéresser au rapport du GIEC. La problématique écologique lui inspire de la tristesse, de la « mélancolie ». Voir la destruction de la planète, assister aux ravages environnementaux, pour selon lui, une recherche croissante de profits le révolte.</p>
<p>Clémence 11/07/22 77 minutes</p>	<p>Clémence, la petite amie de Gaspard, a 20 ans et est étudiante ingénieure à Rennes. Elle est membre des associations « COP Trotters » et « Green Lobby » et de l'« Alliance des Générations pour le Climat ». Elle s'est rendue à la COP 26 à Glasgow. Elle a réalisé un vidéo à propos</p>	<p>Clémence est végétarienne, ne consomme pas de produits laitiers et a renoncé aux produits alimentaires importés ou gros consommateurs d'eau comme les avocats. Elle achète presque exclusivement ses vêtements en seconde main et pour</p>	<p>Clémence a commencé à se poser des questions sur l'écologie lors de l'émergence du mouvement Youth for Climate avec Greta Thunberg et des marches pour le climat. En faisant des recherches sur le réchauffement climatique sur Internet elle affirme avoir reçu un « électrochoc » en prenant conscience de l'urgence à agir. Elle utilise beaucoup YouTube avec</p>

	de l'éco-anxiété des jeunes. Sa mère est employée de mairie et son père responsable logistique à Brive.	le reste essaie de réparer plutôt que remplacer. Elle a renoncé cet été à un voyage avec des amies car elle aurait dû prendre l'avion, ce qu'elle refuse.	des vidéos de climatologues, de lanceurs d'alerte, des documentaires... Elle emploie le terme de « passion » autour de la thématique environnementale et se décrit comme activiste.
Victoria 14/07/22 48 minutes	Victoria a 23 ans, elle est podcasteuse. Elle réalise des vidéos où elle donne la parole à des personnalités inspirantes pour l'écologie, anime des conférences et a écrit un ouvrage. Son compte Instagram compte 16 000 followers. Ses parents sont agriculteurs dans la région toulousaine.	Victoria prône la sobriété qui est selon elle une des voies possibles pour agir concrètement pour l'environnement. Elle a réduit sa consommation en général, n'a pas de voiture, récupère ce qu'elle peut, cultive un potager et achète local le plus possible. Elle coupe les écrans dès que possible. Cet été Victoria a entrepris un périple au Maroc en utilisant uniquement le bus et le train avec un seul sac à dos au gré des expériences et des rencontres.	Victoria pourrait être qualifiée de « bifurqueuse ». En effet, elle a d'abord intégré une école de commerce mais en dernière année, après avoir effectué un échange en Chine et un stage en Inde, elle a réalisé qu'elle se posait beaucoup de questions existentielles et sur sa façon d'habiter le monde. Elle a réalisé que notre modèle de société était mortifère pour l'environnement et que sa quête de sens était ailleurs.
Salomé 12/09/22 40 minutes	Salomé a 17 ans, elle est lycéenne à Cavaillon. Elle est éco-déléguée de sa classe de 1 <sup>ère</sup> et organise des <i>clean walks</i> de temps en temps avec ses amis. Sa mère est hôtesse de caisse, son père préparateur de commande.	Salomé privilégie la seconde main, le prêt ou la récupération. Elle n'achète pas dans les enseignes de fast fashion car elle est sensible aux conditions de fabrication et que les produits sont peu solides. Elle souhaite, lorsqu'elle sera étudiante et plus autonome, adopter un mode de vie le plus écologique possible.	Préoccupée par le réchauffement climatique Salomé déclare être choquée par l'inaction de l'État. Elle a été sensibilisée à l'écologie par sa grand-mère et a ensuite développé ses connaissances sur le sujet via les réseaux sociaux, dont elle veille à croiser les informations. Elle visionne des vidéos You Tube, regarde des reportages et lis des ouvrages.
Baptiste 15/09/22 57 minutes	Baptiste a 19 ans, il est en 3 <sup>ème</sup> année d'école d'ingénieur spécialisée en environnement à Rennes. Il est vice-président de l'association « COP	Baptiste est végétarien, respecte les saisons, achète peu de vêtements neufs, se déplace à vélo et évite l'avion. Il aimerait faire davantage	L'engagement de Baptiste a beaucoup évolué avec les années : après avoir été sensibilisé par son frère aîné, il a parfait ses connaissances via les réseaux sociaux, des documentaires Netflix, des vidéos You Tube et les

	Trotters ». Il est originaire de Normandie et sa mère est infirmière, son père cadre dans l'industrie pharmaceutique.	mais il évoque des freins financiers et la manque d'informations sur les alternatives disponibles.	sites d'associations. Aujourd'hui c'est le gaspillage et notamment celui de l'eau qui concentre ses préoccupations.
Ismael 22/09/22 60 minutes	Ismael a 17 ans, il est lycéen à Étampes, en région parisienne. À 12 ans il a créé sa propre association de protection des reptiles « SOS petites bêtes » qui compte à présent 80 membres. Son père est professeur de cinéma, sa mère psychanalyste.	Végétarien depuis l'âge de 14 ans, Ismael ne consomme pas non plus de produits contenant de l'huile de palme ou du bout du monde. Il n'achète aucun vêtement neuf et réutilise tout ce qu'il peut, récupère, répare et transforme les objets qu'il possède ou qu'il trouve. Globalement il essaie de réduire sa consommation, ne garder que ce qui est nécessaire. Il ne souhaite pas passer son permis de conduire.	Ismael considère qu'il a depuis toujours à cœur de protéger la biodiversité. Dès l'âge de 10 ans il a intégré le club jeune de la SPA et il en est aujourd'hui délégué. Pour lui, c'est tout notre rapport au vivant qu'il faut revoir. Notre système capitaliste est trop nombriliste et ne pense qu'à une partie de l'humanité, il n'est plus viable. Ses sources d'information proviennent des réseaux sociaux (Camille Etienne, Hugo Décrypte), la télévision et les sites Internet de médias spécialisés en environnement.
Mathieu 22/09/22 68 minutes	Mathieu a 25 ans, titulaire d'un bac professionnel peintre en bâtiment, il est sans emploi dans la région d'Orléans. Il a créé avec sa compagne Élisabeth un site Internet et un compte Instagram autour des bonnes pratiques quotidiennes en relation avec l'écologie.	Mathieu considère qu'il y a un impact derrière chaque geste. Il n'achète aucun produit alimentaire en grande surface, uniquement à la ferme et en vrac. Ses vêtements sont d'occasion ou achetés à de rares occasions dans une boutique de mode éthique et durable. Il passe beaucoup de temps à marcher dans la nature, en forêt ou en montagne. Pour ses déplacements, il privilégie le vélo. Il souhaite changer de banque pour en choisir une moins polluante.	Mathieu a commencé par s'intéresser aux conséquences sur la santé de l'alimentation industrielle. Il a ensuite exploré tous les moyens d'améliorer sa consommation et d'adopter un nouveau mode de vie, plus respectueux de l'environnement, un mode de vie qu'il qualifie de « sobre ». Il a pu mettre progressivement en place ces changements quand il a pris son indépendance et s'est installé avec Élisabeth. Il s'informe via des blogs, les réseaux sociaux avec les comptes d'associations militantes, des pages en lien avec la nature ou les modes de vie alternatifs.

<p>Cécilia 25/09/22 66 minutes</p>	<p>Cécilia a 19 ans, est installée à présent à Tours où elle est étudiante en licence transition écologique et sociétale. Elle a grandi en Nouvelle Calédonie où elle était membre de WWF et de « Calédoclean », une association d'agroforesterie.</p>	<p>Cécilia est végétarienne et aimerait devenir vegan. Elle est choquée par la surconsommation, se questionne sur ses besoins et achète peu : des vêtements de seconde main, des ingrédients pour fabriquer elle-même ses produits d'hygiène. Elle opte pour la réparation plutôt que le renouvellement et se déplace à vélo. Elle emploie le terme « minimaliste » pour qualifier son idéal de vie.</p>	<p>C'est la présence massive de déchets en Calédonie qui a amené Cécilia à s'interroger sur comment elle pouvait réduire son impact carbone. De son point de vue, l'être humain devrait s'employer à s'intégrer dans un écosystème sans nuire aux autres espèces. Elle se décrit comme éco-anxieuse au quotidien et a du mal à gérer ses émotions face aux thématiques environnementales. Elle envisage de participer à des actions de désobéissance civile.</p>
<p>Marion 26/09/22 49 minutes</p>	<p>Marion a 18 ans, elle est étudiante en BUT Informatique à Nantes où elle habite avec ses parents. Sa mère est enseignante en SVT, son père ingénieur informatique.</p>	<p>Marion est anti fast fashion et milite auprès de ses amis pour qu'ils arrêtent d'en acheter. Elle préfère récupérer des vêtements et ce dont elle a besoin auprès des membres de sa famille ou dans des brocantes. Elle évite d'acheter sur Internet et se déplace à vélo ou en transports en commun. Elle recycle l'eau de sa baignoire pour arroser son potager et a fortement réduit sa consommation de viande et de poisson. Elle aimerait acheter davantage en circuits courts. Elle limite l'utilisation de son téléphone.</p>	<p>Ses deux sœurs sont devenues végétariennes et elles ont influencé la consommation de la famille qui était déjà assez portée sur l'écologie. Marion quant à elle, a ressenti un fort stress cet été lors de la médiatisation importante de la canicule. Elle connaît depuis une forme d'anxiété à propos de l'état de la planète et de l'urgence à agir. Elle s'informe via les réseaux sociaux et notamment les comptes Instagram d'associations comme Greenpeace ou Sea Shepherd. Pour elle le capitalisme n'est pas compatible avec l'écologie.</p>
<p>Mathias 27/09/22 69 minutes</p>	<p>Mathias a 25 ans, il vit dans une maison communautaire à Béthune où l'objectif est que chacun contribue au collectif en</p>	<p>Mathias ne mange quasiment plus de viande ni de poisson et l'essentiel de son alimentation provient du jardin</p>	<p>Le film <i>Demain</i> a créé un déclic chez Mathias, il évoque même « un choc ». Le sujet de l'écologie est devenu une véritable passion pour lui et il a passé</p>



	apportant ses compétences. Mathias y est le spécialiste des plantes. Il est responsable informatique d'une TPE et en parallèle anime des conférences sur tout ce qui est lié au changement climatique. Son père est chimiste et sa mère infirmière scolaire.	partagé de sa maison et de son colocataire boulanger. Il n'a pas le permis de conduire et se déplace exclusivement à vélo. Il a renoncé à l'avion. Pour le reste il évite d'acheter et si cela est nécessaire il le fait en seconde main.	beaucoup de temps à s'informer et se former sur la question environnementale et en particulier sur la botanique. Il utilise Internet pour ses recherches : des médias classiques et alternatifs, des comptes d'agences gouvernementales. Il est inspiré par trois personnalités : Aurélien Barrau, Jean-Marc Jancovici et Arthur Keller.
Loïc 10/10/22 98 minutes	Loïc a 25 ans, il est acousticien et vit seul à la campagne en région lyonnaise. Ses parents sont enseignants.	Loïc qualifie son mode de vie de « rudimentaire ». Il n'a pas de réfrigérateur, est végétarien, cultive un potager et achète uniquement des produits bruts en vrac. Pour le non alimentaire il se le procure d'occasion ou fabrique lui-même. Il se déplace essentiellement à vélo et ne possède pas de smartphone.	Loïc situe le début de ses changements d'attitude lors de ses études supérieures et les attribue à une volonté d'être utile, de changer les choses. Il associe écologie et luttes sociales. Même s'il se dit prêt à vivre sans, Loïc utilise Internet pour s'informer : médias indépendants (Blast, Mediapart), conférences. Il lit également des ouvrages de scientifiques ou sur la thématique de la décroissance. Il envisage d'intégrer le mouvement Extinction Rébellion.
Inès 11/10/22 60 minutes	Inès a 21 ans, elle est étudiante en géographie à Aix-en-Provence. Elle a rejoint récemment Alternatiba et continue à collaborer avec « My Monarch Intelligence » sur la thématique des ODD <sup>125</sup> . Elle est hôtesse d'accueil dans une salle de spectacle et bénévole dans une galerie d'Art associative. Son père est syndicaliste et sa mère secrétaire.	Inès est végétarienne, pratique le zéro-déchet et n'achète rien de neuf. Elle ne veut pas d'enfant à cause des incertitudes liées au futur.	Inès est une éco-anxieuse. Ayant grandi dans le Gers, elle était déjà assez sensible au climat. Lorsqu'elle a commencé ses études supérieures et plus encore lors du confinement, en côtoyant les cercles militants, elle a réalisé que cette thématique n'était pas assez prise en compte par les dirigeants. Elle s'informe par les réseaux sociaux : vidéos, podcasts, posts sur Instagram et Twitter (X). Elle suit la chaîne Blast, Camille Etienne et Hugo Décrypte. Elle envisage des actions de désobéissance civile.

<sup>125</sup> ODD : Objectifs de Développement Durable

<p>Lou 16/10/22 68 minutes</p>	<p>Lou a 19 ans, elle étudie l'art à Amiens. Sa mère est tapissière et son beau-père ouvrier.</p>	<p>Lou n'aime pas acheter dans les magasins classiques, elle préfère les friperies, les brocantes ou les braderies. Très manuelle, elle fabrique elle-même ou répare et transforme ce qu'elle récupère. Elle se déplace à pied ou à vélo et ne veut pas passer son permis de conduire. Elle souhaite limiter son empreinte carbone et attend d'avoir son propre logement pour vivre de manière plus écologique et notamment devenir végétarienne.</p>	<p>Les films de Cyril Dion ont marqué Lou de manière déterminante. Elle suit maintenant des comptes engagés sur les réseaux sociaux et échange sur des forums dédiés à l'écologie en ligne. Elle est choquée par la surconsommation, la malbouffe. Lou a beaucoup de mal à se projeter, elle n'arrive pas à envisager l'avenir sereinement mais elle aimerait devenir illustratrice et essayer de convaincre par ce biais.</p>
<p>Zakaria 20/10/22 52 minutes</p>	<p>Zakaria a 24 ans, il est étudiant en master écologie et développement durable à Angers. Il est membre de « Time for the Planet ». Il rédige pour « Penser l'Après » qui diffuse sur les réseaux sociaux des informations sous un angle écologique et social et organise des événements pour la sensibilisation des jeunes. Il est co-fondateur de « Pédaler pour la Biodiversität », un tour de la Gironde à vélo pour un projet de l'office franco-allemand de la jeunesse. Sa mère est responsable clientèle et son père, actuellement au chômage, était chargé de la maintenance dans une structure associative.</p>	<p>Zakaria se définit comme « écolo mais pas trop ». Il essaie toutefois de diminuer sa consommation de viande, consomme globalement assez peu et sait qu'il doit se restreindre davantage pour réduire son empreinte carbone. Il constate que l'environnement actuel pousse à la consommation et c'est parfois compliqué de vivre de manière sobre. Il ne veut pas prendre l'avion et a planifié un tour du monde dans 2 ans sans y avoir recours.</p>	<p>C'est en licence que Zakaria a eu « une révélation » de l'urgence environnementale. Il a été fortement influencé par son professeur de biologie et des climatologues. Il souhaitait s'orienter vers le secteur médical mais a finalement choisi un domaine d'études plus orienté vers l'écologie pour pouvoir agir efficacement. Plus tard il souhaiterait vivre dans un éco-lieu pour pouvoir réduire son impact environnemental. Aujourd'hui il privilégie la voie de l'engagement associatif pour lutter contre l'éco-anxiété. Ses sources d'informations sont des publications scientifiques et des personnalités comme Jean-Marc Jancovici ou Valérie Masson-Delmotte.</p>

<p>Noé 17/10/22 45 minutes</p>	<p>Noé a 25 ans, il est ingénieur à Lille. Il a décidé de quitter son entreprise actuelle pour en intégrer une ayant une démarche plus écologique. Il intervient dans les lycées pour sensibiliser les jeunes à la question écologique. Son père est cuisinier, sa mère secrétaire médicale.</p>	<p>Noé est dans une démarche zéro-déchet, il achète en vrac la plupart de ses produits alimentaires. Pour le non alimentaire il favorise les achats d'occasion ou les échanges. Il répare lui-même ce qui peut l'être et privilégie les transports sobres en énergie.</p>	<p>C'est lors de ses études supérieures, dans les cours et lors d'intervention de personnalités que Noé a mieux compris les enjeux climatiques et la gravité de la situation. Il considère que trop peu d'actions sont entreprises et celui lui fait peur. Il se sent impuissant. Le fait d'être « englués » dans une doctrine capitaliste nous rend dépendants de la consommation. Pour lui nous serons à terme obligés de passer par la sobriété dans tous les domaines de notre vie. Il s'informe via les réseaux sociaux et suit des experts comme Jean-Marc Jancovici, Maxence Cordier, Valérie Masson-Delmotte ou des médias comme Bon Pote. Il s'est également constitué une bibliothèque d'ouvrages sur le climat.</p>
<p>Yona 19/01/23 72 minutes</p>	<p>Yona a 18 ans, elle est étudiante en BUT techniques de Commercialisation à Roubaix. Elle vit dans un logement Crous et est originaire de Poitiers. Ses parents sont séparés, sa mère est coiffeuse et son père chef d'entreprise.</p>	<p>Yona est végétarienne et a décidé de réduire sa consommation en général. Elle n'achète plus que des vêtements en seconde main, récupère et répare. Ayant grandi entourée d'animaux et pratiqué l'équitation, Yona est très sensible à leur bien-être.</p>	<p>C'est à l'internat, que Yona durant ses années de lycée a côtoyé une amie vegan. Cette dernière lui a fait prendre conscience qu'il était possible de bien vivre sans manger de produits animaux. Elle a donc progressivement adopté un régime végétarien et de cette décision a découlé un certain nombre de remises en question de son mode de vie. Elle a développé une conscience écologique qu'elle alimente via les réseaux sociaux et les vidéos You Tube. Elle pointe du doigt la surconsommation et les dégâts que cela engendre pour la planète.</p>

Ces portraits sont le reflet d'un premier traitement des données. La conduite des entretiens puis plusieurs lectures des retranscriptions nous ont permis de nous imprégner des histoires de chacun. Cette première approche nous a facilité la tâche lors du processus de codage notamment.

Ayant opté pour une méthodologie en grande partie fondée sur des entretiens en profondeur, nous avons, à la suite de la phase exploratoire, adopté une méthode d'échantillonnage orienté. Nous avons réalisé 38 entretiens d'éco-concernés entre mars 2022 et janvier 2023 recrutés par relations, lors de rassemblements autour de l'écologie complétés par la méthode « boule de neige » et via les réseaux sociaux comme Discord. Nos informants sont issus de tous milieux sociaux et originaires de différentes régions de France. En nous plongeant dans leurs entretiens nous nous sommes appropriée leurs parcours et leurs vécus afin de réaliser des portraits qui sont une première étape vers la théorisation effectuée à la suite d'un processus continu d'analyse des données que nous allons décrire dans la section suivante.

### Section 3 : Analyse des données et validité de la recherche

---

Ayant choisi l'approche de la *Grounded Theory*, nous avons adopté un processus simultané de collecte, d'analyse et de comparaison tout au long du travail de terrain. C'est en procédant de la sorte que nous avons éprouvé le besoin de faire évoluer notre guide d'entretien et élargi les comptes suivis sur les réseaux sociaux ainsi que les sujets au sein des thématiques principales du recueil de nos données secondaires. Une fois la saturation théorique atteinte, nous avons repris les éléments d'analyse accumulés et annotés dans notre journal de bord pour procéder au codage final des données et produire des résultats que nous avons interprétés et rédigés. Enfin, nous nous sommes interrogée sur la validité de notre recherche.

#### 3.1 Mobilisation de la méthode d'analyse des données par théorisation ancrée

L'analyse des données a pour objectif de dépasser la seule description d'un phénomène pour en fournir une compréhension globale et connecter résultats du terrain et théorie (Point, 2018).

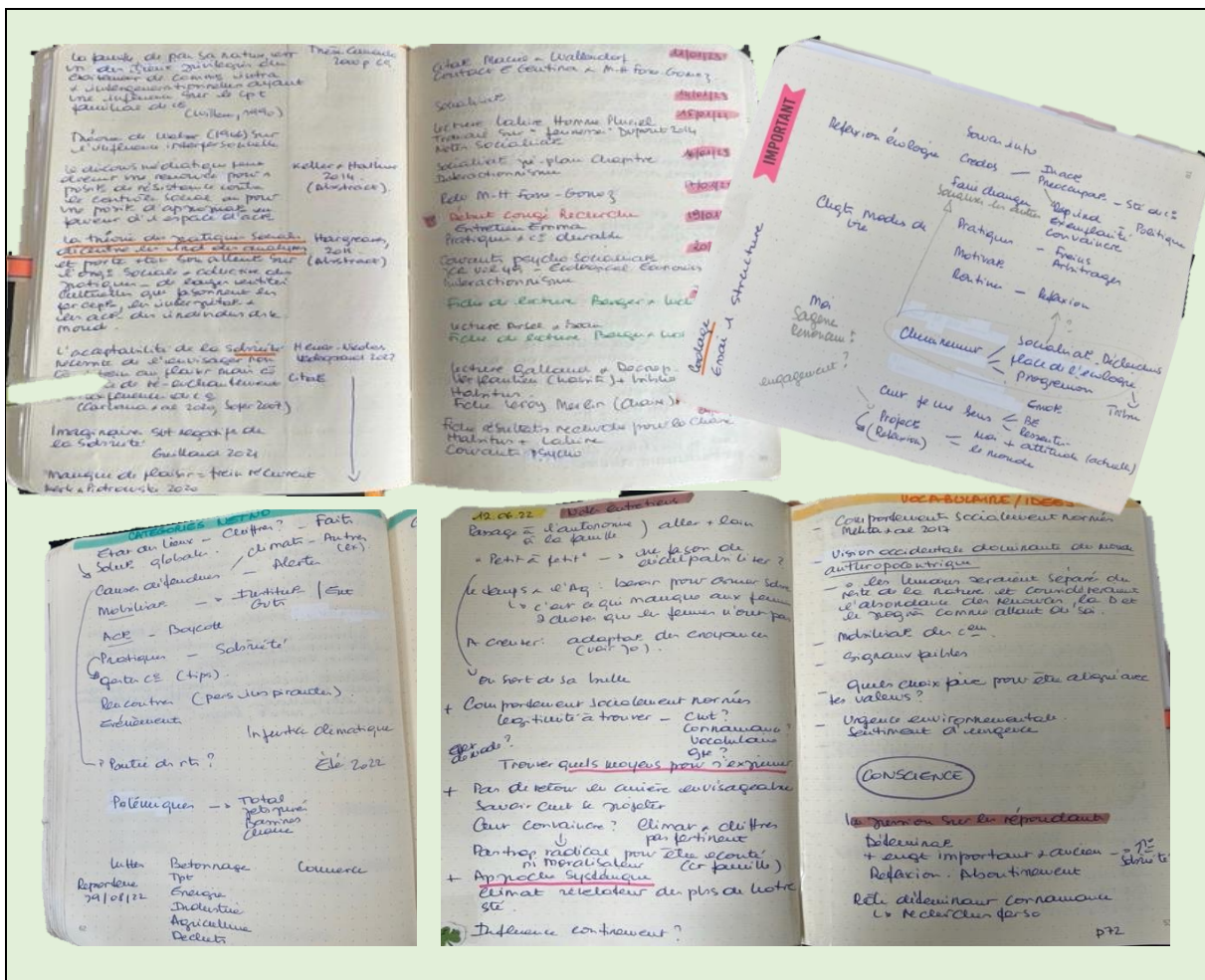
Nous nous sommes appuyée, pour procéder à l'analyse de nos données sur la méthode développée par Paillé (1994, 2009) adaptée de la *Grounded Theory* qu'il a qualifiée d'« analyse par théorisation ancrée ». Contrairement à la *Grounded Theory*, il s'agit uniquement d'une méthode d'analyse des données et non pas une méthode de recherche qualitative. C'est une « démarche itérative de théorisation progressive d'un phénomène » (Paillé, 1994 p.151), entendant que « théoriser » c'est « dégager le sens d'un évènement, c'est lier dans un schéma explicatif divers éléments d'une situation, c'est renouveler la compréhension d'un phénomène en le mettant différemment en lumière » (*ibid.*, p.149). L'analyse par théorisation ancrée ne vise donc pas absolument la production d'une théorie mais le **processus de théorisation lui-même** c'est-à-dire « un effort de théorisation » (Paillé, 2009). L'analyse par théorisation ancrée s'appuie sur un corpus de données dont l'analyse débute en même temps que la collecte. Pour effectuer ce travail d'analyse concomitant, nous avons commencé par tenir un journal de bord.

##### 3.1.1 Le journal de bord personnel ou l'historicité de la recherche

Nous avons, dans la vie courante et professionnelle, pour habitude de faire des listes, des schémas, de noter des idées, des références dans des carnets dont c'est la fonction, et qui nous aident à nous organiser. Nous avons cependant besoin de compartimenter, catégoriser les informations. Par conséquent, si la tenue d'un journal de bord nous est apparue comme naturelle et indispensable, nous l'avons dissocié physiquement des carnets de terrain (carnet des

entretiens et carnets de recueil des données secondaires) et des notes de lectures d'articles et ouvrages scientifiques. En revanche, il est en quelque sorte une **synthèse de toutes les notes accumulées** car c'est à partir des différents éléments du corpus qu'il est constitué. Les différents types de notes identifiées par la démarche de *Grounded Theory* y sont représentées : notes de terrain, opérationnelles, de lecture, de codage, de scénarios... (Lejeune, 2013). L'illustration 7 montre quelques pages de ce journal : citations, extraits de notes de lectures avec commentaires, détail quotidien des activités, essai de data structure, idées de codage, impressions de terrain et éléments de vocabulaire.

Illustration 7 - Extraits du journal de bord personnel



Ce journal, qui compte 215 pages, permet un suivi chronologique des activités et du cheminement de la recherche. Il nous a aidé à structurer nos idées, suivre l'avancée de notre travail et la progression de notre réflexion. C'est à partir des éléments consignés dans ce journal que nous avons progressé vers la phase finale de production des résultats avec comme première

étape une lecture herméneutique des entretiens qui a notamment fait émerger des trajectoires de socialisation.

### ***3.1.2 Une lecture des cas individuels et l'identification de trajectoires***

Les entretiens ont dans un premier temps été traités verticalement, par une analyse intra-entretiens afin de dégager les caractéristiques de chacun et comprendre comment les informants interprètent leur mode de vie actuel et les bénéfices attendus. La **lecture herméneutique** doit conduire à discerner de quelle manière la construction de l'histoire personnelle influence les objectifs de consommation et de mode de vie (Thompson, 1997). Les entretiens ont été lus plusieurs fois et annotés au fur et à mesure de la progression de la recherche. De cette lecture flottante, qui doit « *laisser venir à soi des impressions, des orientations* » (Bardin, 2013 p.126) des pratiques récurrentes, des similitudes de discours, de ressentis et de parcours se sont dégagées. Les premières idées de codes ont également émergé.

Nous avons en outre fait le constat que les informants évoquaient souvent l'idée d'un cheminement. Ayant pour objectif de saisir les dynamiques à l'œuvre dans les processus de socialisation et aussi parce que nous commençons à entrevoir une forme de rupture avec la socialisation primaire, nous avons une fois tous les entretiens effectués entrepris de nous détacher des individus et de **déconstruire chaque épisode pour dessiner des trajectoires** et amorcer une analyse diachronique. Nous avons ainsi relevé que les points de départ pouvaient être très divers mais que des récurrences se manifestaient dans les premiers éléments de sensibilisation (contact avec la nature, parents écolos...). Ainsi, la socialisation aux comportements pro-environnementaux prend toujours appui sur une base de départ qui ne permet l'adoption des comportements que sous l'influence d'un deuxième élément déclencheur<sup>126</sup> comme Hay (2019) l'avait déjà en partie identifié.

Nous avons intégré ces découvertes à notre analyse générale et notamment en les formalisant sous forme de codes lors de la phase de codage à l'aide du logiciel NVivo.

### ***3.1.3 Codification et catégorisation des unités de sens : le codage émergent et axial***

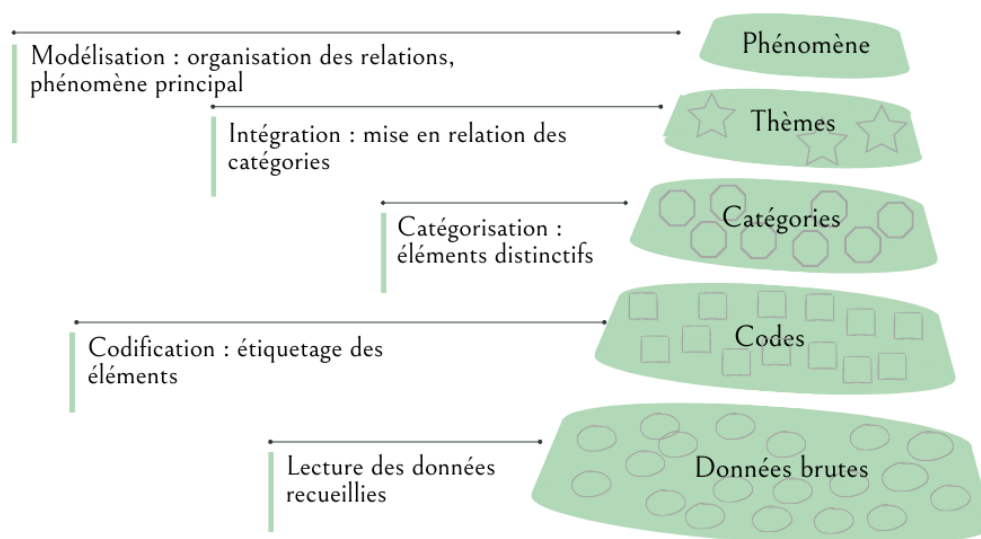
Après avoir fait une analyse verticale de chacun des éléments du corpus et déjà repéré quelques thèmes récurrents (Ayache et Dumez, 2011), c'est-à-dire que chaque matériau, chaque document a été analysé séparément afin d'en extraire les sujets et idées qui lui sont spécifiques,

---

<sup>126</sup> Nous avons détaillé nos analyses et résultats à ce propos au chapitre 6.

nous avons mis en œuvre une démarche d'analyse par théorisation ancrée. Pour cela, nous avons suivi les opérations (ou étapes) définies par Paillé (1994, 2009) schématisées dans la figure 17 très proches des étapes de la méthode de codage à visée théorique (Point et Voynnet-Fourboul, 2006 ; Glaser et Strauss, 2010).

**Figure 17 - Opérations d'analyse par théorisation ancrée d'après Paillé (1994, 2009)**



Nous avons donc entrepris une démarche de codage, instrument qui, en identifiant les idées issues des données (Point, 2018) peut conduire à la construction théorique (Point et Voynnet-Fourboul, 2006). « *Le codage est un processus de transformation ; il s'agit de transformer les données pour arriver à un modèle, une construction théorique* » (Point, 2018 p.265). Le codage est dit émergent (ou ouvert) quand il ne prend pas appui sur des catégories existantes mais est suggéré par les données de manière inductive et comparative (Gavard-Perret et al., 2018 ; Point et Voynnet-Fourboul, 2006).

Nous avons commencé par un **codage manuel des premiers entretiens** et *posts* Instagram. Nous avons segmenté les entretiens en unités de sens (Ayache et Dumez, 2011) ou « incidents critiques » (Glaser et Strauss, 2010) c'est-à-dire des paragraphes, groupes de quelques phrases voire des phrases uniques ou expressions qui expriment un sens, une idée ou un ensemble d'idées isolables du reste du corpus (Point et Voynnet-Fourboul, 2006). Chaque unité est étiquetée, un code représentatif de son contenu lui est attribué. On qualifie ce code de « *in vivo* » car le terme est choisi par le chercheur ou est issu des mots utilisés par les informants (Paillé,



1994). Au fur et à mesure que de nouveaux matériaux sont traités, ils viennent s'insérer dans les codes existants ou en produisent de nouveaux. La terminologie des codes initiaux peut également être modifiée pour être représentative de plusieurs verbatims dont le sens est proche. L'étape suivante consiste à catégoriser, c'est-à-dire à condenser les codes en catégories qui, par une montée en abstraction du chercheur commencent à faire émerger l'organisation conceptuelle, la théorisation (Paillé, 2009 ; Point et Voynnet-Fourboul, 2006). Cette catégorisation est parfois appelée codage axial (Ayache et Dumez, 2011).

Un exemple de codification et de catégorisation est présenté dans le tableau 16, extrait d'une toute première vague de codage effectuée manuellement sur Excel. La colonne « interprétation » est destinée à ajouter des mémos qui résument l'extrait correspondant. Ils sont utiles à la mémorisation des entretiens et servent à suivre la progression de l'analyse.

**Tableau 16 - Extrait de codage manuel d'un entretien sous Excel**

Ref entretien : Capucine (19 ans)			
Interprétation	Données qualitatives recueillies	Codes in vivo	Catégories
Les externalités négatives de la production motivent à réduire la consommation	C'est aussi un peu pour ça que je ne consomme pas beaucoup de vêtements : par exemple sur ce qui est la pollution des jeans, la production de vêtements, écologiquement ce n'est pas trop ça, c'est ce qui m'amène à consommer moins mais ce n'est pas ce qui va faire que je vais boycotter un magasin.	Pollution	Motivations
Style personnel important quand même	Après, j'aime bien aussi, ça fait un peu partie de mon style, récupérer, ou je sais que ma mère ou ma grand-mère font de la couture donc si y'a des trous on va recoudre. Ça m'est déjà arrivé de couper un vieux jean pour faire un short, des choses comme ça. Après, par exemple ma chemise que j'ai, je l'ai récupérée de mon père.	Récup/ recoudre	Pratiques
	En même temps j'ai l'impression de faire une bonne action, c'est bien je recycle, comme c'est des vêtements qu'ils mettent plus, et que moi je remets... Je me dis ça m'évite de racheter de nouveaux vêtements. C'est d'abord pour le style, mais en même temps ça me conforte dans l'idée de les récupérer le fait qu'il y a cette image écologique derrière.	Bonne action	Motivations
Place importante de l'écologie dans sa vie	J'ai l'impression que tout tourne autour de ça (l'écologie) dans ma vie, et dans la vie en général. Forcément, avec tout ce qu'on entend, et qu'on sait, ça devient une préoccupation très importante. Je ne saurais pas vraiment dire... En fait c'est comme si tous mes choix dans la vie étaient orientés par rapport à ça. Après, je ne suis pas non plus militante	Place de l'écologie	
Pas parfaite	Y'a des choses que je consomme ou je sais que ça n'a pas une bonne empreinte écologique mais je le fais quand même. Niveau alimentaire, ça m'arrive d'acheter des choses... Je ne vois pas trop quoi dire. Je sais que ça m'est déjà arrivé.	Arbitrages	Limites

	Principalement la télé, avec tout ce qui est reportages, je sais que chez moi j'aime bien regarder des reportages animaliers, et souvent, au fur et à mesure on voit des espèces qui disparaissent. Ça sensibilise sur la disparition des animaux. Ensuite, on regarde beaucoup France 2, et y'a pas mal de reportages, des émissions de fin de soirée qui dénoncent un peu. De moi-même, au fur et à mesure sur les réseaux sociaux, j'ai commencé à suivre des comptes ou des personnes qui parlaient de ces sujets. Je pense à Hugo Clément avec ses reportages, ça participe à me sensibiliser.	Télé, reportages	Sources d'info
	J'ai un frère aussi, c'est peut-être lui, même, qui a amené la chose dans la famille. Car il est un peu plus âgé que moi, il a deux ans et demi de plus, et ça a été le premier, il est très sur les sujets politiques.	Frère	Déclic

Les codes décrivant le même phénomène ont été regroupés pour constituer des catégories. Ces catégories sont issues à la fois des codes *in vivo* et de la progression de l'analyse. Cette étape est de loin la plus longue et la plus minutieuse car elle conditionne la qualité de la production scientifique. Tout comme les codes, les catégories peuvent être revues, mieux définies, découpées ou élargies (Paillé, 1994), le travail interprétatif nourrissant l'analyse (Paillé et Mucchielli, 2016). Nous avons affiné notre analyse en passant du codage manuel au codage assisté par ordinateur à l'aide du logiciel NVivo qui donne davantage de souplesse dans le codage et permet en outre de coder les visuels.

Nous avons repris la codification de tous les entretiens et l'avons enrichie des nouveaux matériaux, visuels et *posts*. Nous avons inséré les codes issus de la codification manuelle dans le panneau des codes puis au fur et à mesure de la codification, de nouveaux codes ont émergé et certains ont été supprimés. Il en a été de même pour les catégories (appelées nœuds dans NVivo). Le tableau 17 est un extrait du *codebook* généré par Nvivo qui répertorie les codes et catégories et le nombre de références (extraits de verbatims, *posts*...) rattachées. Nous avons ainsi codifié 1200 extraits de verbatims notamment.

**Tableau 17 - Extrait du *codebook* NVivo**

Nom	Description	Fichiers	Références
Futur		42	230
Avenir personnel		41	148
Avenir perso	Projection personnelle	38	101
Enfants	Avoir des enfants ou non	23	28
Pas parfait		15	19
Convaincre		34	42
Exemple		13	14
Former, expliquer	Nécessaire prise de conscience Changer de discours	10	15
Militer		11	11
Futur société	Imaginer le futur de la société en général Ce qui va se passer Bilan	17	40
État d'esprit	Eco-anxiété Optimisme/pessimisme	18	29
Nouveaux récits	Besoin de changer de vision, de discours	11	21
Voir son avenir	Philosophie générale Quel avenir pour les jeunes Qu'est-ce qu'ils recherchent ? Comparaison avec générations précédentes.	13	18
Sobriété	Niveau micro	47	679
Discours		37	133
Préoccupations	Ce qui angoisse, qui fait peur Urgence Faits liés au climat Pourquoi ça ne marche pas	29	65
Urgence		23	34
Responsabilité		31	68

Nous avons également utilisé la fonction de « classification des cas » qui permet d'attribuer des caractéristiques à des cas que le chercheur identifie. Nous avons choisi comme cas les informants (appelés « répondants » dans NVivo) et leur avons affecté des attributs issus des entretiens, d'abord socio-démographiques comme leur âge, CSP des parents, taille de la ville et ensuite personnels comme le terreau (sensibilisation), le déclic (prise de conscience), les actions préconisées... dans l'objectif d'avoir une idée de la répartition des facteurs d'influence (chapitre 6) et d'établir une typologie (chapitre 7). NVivo permet d'exporter le tableau récapitulatif dans Excel dont nous présentons un extrait dans le tableau 18.

**Tableau 18 - Extrait de l'assignation des classifications « attributs des répondants »**

	Age	Niveau d'études	CSP parents	Lieu de vie origine	Lieu de vie actuel	Genre	Terreau	Influence choix études ou travail	Engagement associatif	Déclic	Actions	Motivation première
Anna	20	Licence	Cat 1	Grande ville	Grande ville	Femme	Cause animale	Non	Non	Film	Militer	Envie d'agir pour les autres
Baptiste	19	Licence	Cat 2	Rural	Grande ville	Homme	Contact campagne/nature	Oui	Oui	Frères/sœurs	Former, éduquer	Envie d'être utile
Camille	20	Licence	Cat 3	Grande ville	Grande ville	Femme	Amis écolos	Non	Oui	Assos/ Politique	Militer	Envie d'être utile
Capucine	19	Licence	Cat 1	Rural	Grande ville	Femme	Contact campagne/nature	Oui	Non	Frères/sœurs	Ralentir	Quête de sens
Cécilia	19	Licence	Cat 1	Rural	Ville moyenne	Femme	Parents écolos	Oui	Oui	Assos/ Politique	Militer	Envie d'être utile
Chloé	24	Master et plus	Cat 3	Grande ville	Grande ville	Femme	Préoccupations santé	Non	Non	Réseaux sociaux	Reste personnel	Questionnement
Clara	21	Licence	Cat 2	Rural	Rural	Femme	Contact campagne/nature	Non	Non	Marches pour le climat	Ralentir	Quête de sens
Clémence	20	Licence	Cat 2	Rural	Grande ville	Femme	Contact campagne/nature	Oui	Oui	Marches pour le climat	Militer	Quête de sens

Ainsi, nous avons procédé à une double analyse des entretiens à la fois verticale (lecture des retranscriptions, codification *in vivo* et affectation d'attributs aux informants) pour bien comprendre les logiques et spécificités individuelles (Gavart-Perret et *al.*, 2018) et horizontale en repérant les similitudes et récurrences de préoccupations, de pratiques, de trajectoires... entre les informants (lors de l'attribution des codes et de l'étude de la classification). Les discours individuels ont alors été déconstruits pour favoriser une prise de hauteur facilitant l'analyse globale.

Une fois les opérations de codification et de catégorisation effectuées nous avons dû réfléchir à la mise en relation des catégories pour aller vers davantage de conceptualisation.

### 3.2 L'interprétation des résultats par la mise en relation des catégories et la rédaction

Afin de dégager des thèmes ou catégories « conceptualisantes » (Paillé et Mucchielli, 2016), nous avons cherché à mettre en relation les catégories qui pouvaient l'être. Nous avons combiné deux des trois approches possibles<sup>127</sup> (Paillé, 1994) :

- L'approche empirique qui consiste à mettre en relation les catégories à partir de ce à quoi elles font référence, de ce dont elles sont la manifestation. Nous avons utilisé plutôt cette approche dans les cas où nous avons peu de bagage théorique auquel nous référer.
- L'approche théorique qui permet le recours aux concepts théoriques relatifs au sujet étudié comme c'est le cas pour la socialisation, domaine bien documenté.

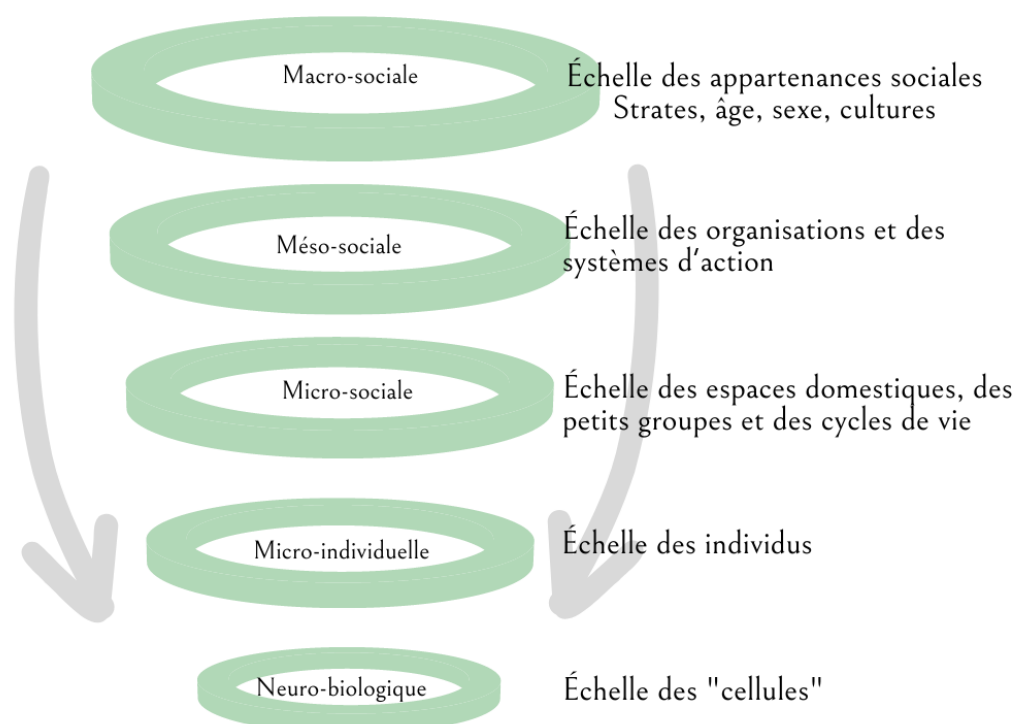
<sup>127</sup> La troisième approche est l'approche spéculative qui revient à postuler des liens possibles entre catégories.

Nous avons envisagé plusieurs combinaisons, nous avons revu nos catégories, déplacé certains codes et tenté de mieux définir nos catégories. C'est en réfléchissant à la structure générale de nos résultats que nous avons réalisé que nous avions trois niveaux distincts de résultats qui correspondaient aux échelles d'observation de Desjeux (2004). Nous les avons donc retenues comme axe de réflexion et fil conducteur logique.

### 3.2.1 Les échelles de Desjeux pour différencier les niveaux d'observation

Desjeux (2004) a constaté que la focale d'observation, en transformant les points de repère modifiait la perception de la réalité. La connaissance est donc dépendante d'un point de vue, de l'échelle d'observation sur laquelle se situe le chercheur. Aucune des dimensions n'est observable en même temps et ce que l'on peut relever à une échelle donnée disparaît quand on change d'échelle d'observation tandis que d'autres phénomènes sont susceptibles de se matérialiser. Bien qu'il existe des points de liaison entre les échelles proches, toute généralisation est circonscrite à une échelle et aux découpages choisis à ce niveau. Desjeux distingue ainsi quatre grands niveaux d'observation complétés par l'échelle biologique des cellules (Figure 18).

**Figure 18 - Les échelles d'observation selon Desjeux (2004)**



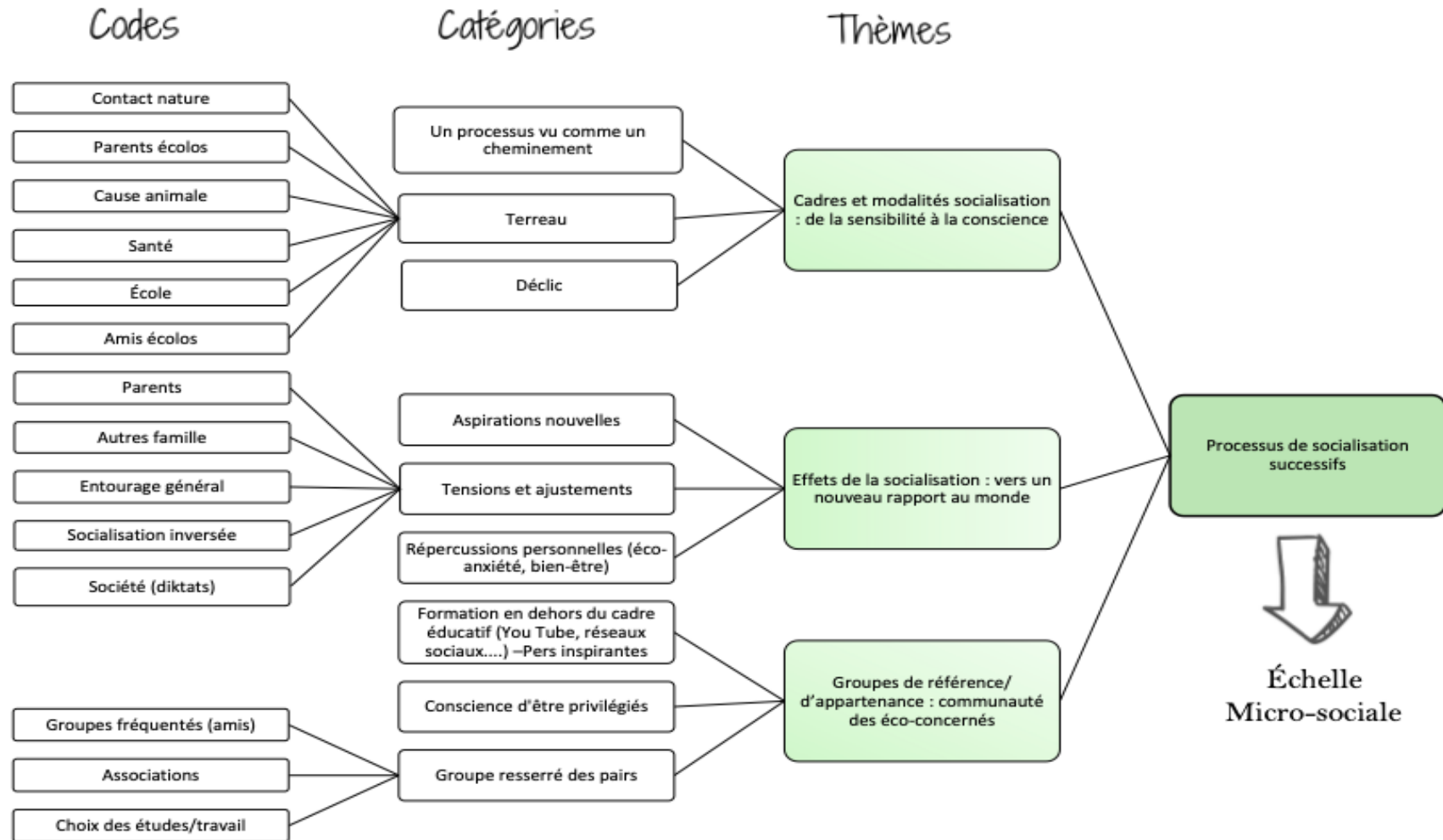
- L'échelle macro-sociale : c'est l'échelle la plus large des appartenances liées aux strates sociales, à l'importance des structures. Les comportements des individus sont agrégés à cette échelle, donc invisibles. Cette échelle permet d'observer les phénomènes sociaux, les tensions et clivages et d'appréhender leur régularité au sein de la société dans son ensemble. C'est aussi l'échelle des grands imaginaires et de l'évolution des valeurs.
- L'échelle méso-sociale est pertinente pour observer les acteurs collectifs et les institutions. C'est l'échelle des organisations, des interactions et des rapports de pouvoir. Cette échelle permet de se concentrer sur l'observation des réseaux sociaux, réseaux de relations, normes sociales et stratégies des acteurs.
- L'échelle micro-sociale est déclinée de l'échelle précédente à un niveau plus restreint car elle se concentre sur les interactions des acteurs sociaux les uns avec les autres. Elle reflète le jeu des acteurs, les contraintes de l'action et les interactions émotionnelles dans l'espace domestique. Cette échelle met en lumière le sens et l'intérêt que les individus donnent à leurs actions.
- L'échelle micro-individuelle rend les grandes appartenances sociales invisibles car elle se focalise davantage sur le social incorporé à l'individu lui-même. C'est l'échelle d'observation du sujet, des arbitrages et questionnements individuels.

L'étude de ces échelles nous a conduite à aboutir à la dernière étape de l'analyse, celle de la modélisation organisée à partir de trois niveaux d'observation : micro-individuel, micro-social et méso-social.

### ***3.2.2 Finalisation de l'interprétation par la modélisation et la rédaction***

Le choix d'utiliser les échelles d'observation de Desjeux (2004) nous a facilité la délimitation du phénomène central de chaque niveau d'analyse. Nous avons encore une fois repris nos catégories pour les rendre cohérentes tant en termes de contenu qu'entre elles. Nous les avons ensuite regroupées en thèmes au sein de chaque échelle en ayant cette fois pour objectif de les faire reposer sur des concepts clairs. À cette étape de l'analyse il est important de « reconstruire » les données pour les contextualiser, vérifier certaines hypothèses et apporter de la cohérence à l'ensemble. Nous avons, pour finaliser notre analyse, élaboré une data structure en trois parties. La figure 19 en présente un extrait (pour des raisons de clarté, tous les codes ne sont pas représentés).

Figure 19 - Extrait de data structure



L'échelle micro-individuelle nous permet de comprendre pourquoi et comment les jeunes éco-concernés s'approprient les injonctions à la sobriété. Nous avons identifié des préoccupations communes autour de l'environnement, les causes qui pour eux sont à l'origine des problèmes environnementaux et ce qu'ils font au quotidien, quelles pratiques ils adoptent dans une démarche qu'ils qualifient de sobre.

À l'échelle micro-sociale, en définissant nos catégories selon la démarche préconisée par Lahire (2013) nous avons mis en lumière les trajectoires de socialisation (cadres, modalités et effets) qui ont amenées nos informants à vouloir changer leurs modes de vie.

Enfin, l'échelle méso-sociale nous projette dans l'avenir tel que nos informants l'envisagent tant au niveau personnel que collectif.

Avant de passer à la rédaction nous avons recontacté quatre de nos informants sur Discord ou sollicité des jeunes inconnus sur ce serveur à partir de leur profil pour vérifier certaines de nos conclusions. Ils nous ont confirmé que ce que nous avons entrevu (par exemple sur la responsabilité ou le pouvoir agir) correspondait à leur vision personnelle.

Chacune des échelles représente un chapitre de résultats et lors de la rédaction ce choix de découpage des thématiques étudiées s'est avéré logique et cohérent. La plupart des catégories ont confirmé être homogènes à l'intérieur et différentes des autres. Lorsque cela n'était pas le cas, nous en avons regroupé certaines lors de la rédaction. Il est aussi arrivé que nous interchangions l'ordre de présentation pour une meilleure fluidité des résultats.

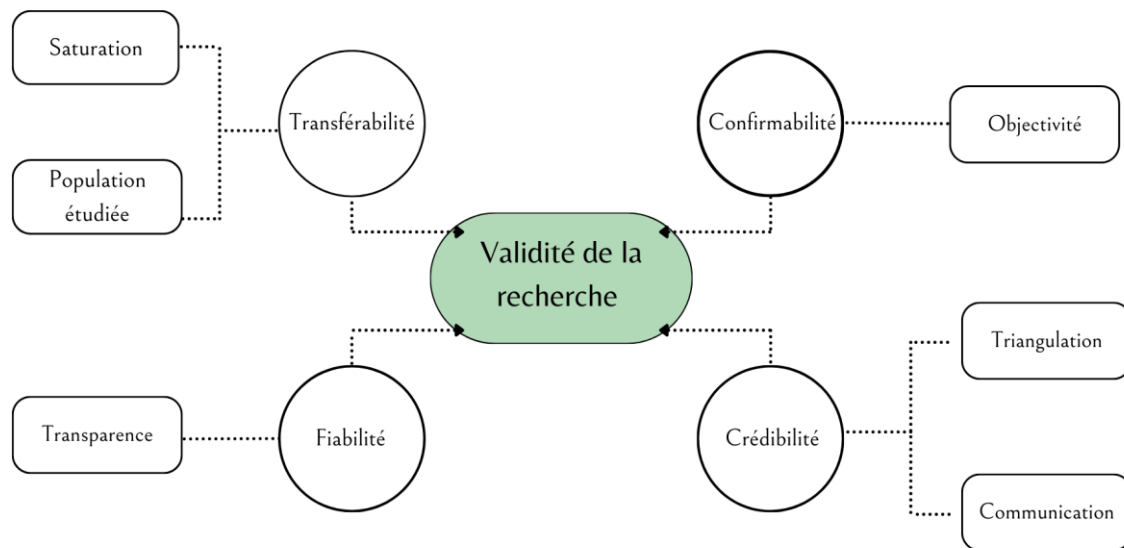
Avant de produire des résultats nous devons cependant nous interroger sur la validité de notre recherche dont les critères dépendent du cadre épistémologique interprétativiste.

### **3.3 La validité de la recherche**

Comme nous ne pouvons procéder par tests comme nous le ferions dans le cadre d'une recherche hypothético-déductive quantitative, les modes de justification des connaissances produites dans le cadre d'une recherche qualitative reposent sur des « précautions » que prend le chercheur tout au long des étapes de son travail (Drucker-Godard et *al.*, 2014). Il existe par conséquent une multiplicité de critères de validation (Paillé, 2009 ; Wallendorf et Belk, 1989). Cependant, pour Kemp (2012) les enjeux de validité scientifique peuvent être synthétisés en quatre critères : transférabilité, fiabilité, confirmabilité et crédibilité (Figure 20).



**Figure 20 - Critères de validité de la recherche** adapté de Kemp (2012)



Le critère de transférabilité ou validité externe repose sur la possibilité de transposer les résultats dans d'autres contextes. Cependant en recherche qualitative, le contexte est souvent très spécifique voire unique et il est rarement statique. D'ailleurs ce critère a fait l'objet de vifs questionnements (Proulx, 2019). Une façon d'assurer la transférabilité en recherche qualitative est donc de s'assurer d'une description fidèle de la population étudiée. Ainsi, nous avons atteint la saturation théorique de notre échantillon (Glaser et Strauss, 2010) c'est-à-dire que les données recueillies en fin de collecte n'apportaient que peu d'éléments nouveaux. Le nombre élevé de sujets rencontrés (45) nous permet également d'attester de la transférabilité de notre recherche (Drapeau, 2004).

Le critère de fiabilité est dépendant de la transparence offerte par le chercheur sur l'ensemble de son processus de recherche depuis la construction de l'objet de recherche à la communication des résultats (Avenier et Gavard-Perret, 2018). Il apparaît que le principe du double codage, parfois plébiscité pour attester de la fiabilité de la recherche, n'est pas compatible avec le paradigme interprétativiste et peu approprié à l'analyse par théorisation ancrée que nous avons adoptée. Le codage reposant en effet sur une interprétation du chercheur, il est peu reproductible (Point et Voynnet-Fourboul, 2006). Par conséquent, nous avons, pour justifier de la fiabilité de notre recherche, documenté dans ce chapitre et le précédent toutes les phases de notre recherche et expliqué en détail comment nous avons procédé lors du codage. Nous avons en outre discuté de nos data-structures avec notre directrice de thèse qui a pu valider que notre codage était bien

centré sur la problématique. D'autre part nous avons conservé l'ensemble des enregistrements de nos entretiens et les traces de nos échanges avec les informants.

Le critère de confirmabilité est fondé sur l'objectivité ou neutralité du chercheur qui est en capacité de reconnaître que son propre système de valeurs est susceptible d'influencer son interprétation (Wallendorf et Belk, 1989). Pour éviter ce biais, nous avons commencé par collecter de nombreuses données secondaires et nous nous sommes acculturée aux différentes thématiques de notre recherche. Notre journal de bord, tenu régulièrement, nous a permis de suivre notre cheminement intellectuel et de prendre le recul nécessaire lors de la phase d'analyse de nos données.

Le critère de crédibilité enfin, renvoie à la validité interne qui sous-tend que les interprétations opérées par le chercheur sont conformes aux réalités observées (Proulx, 2019). À cet effet Paillé et Mucchielli (2016) soulignent l'importance de l'empathie, de l'écoute des acteurs. Nous avons veillé à adopter une posture bienveillante, sans jugement et entièrement tournée vers nos informants. D'autre part, pour être sûre de conserver un accord entre les données et la réalité nous avons opté pour une recherche multi-méthodes nous permettant une triangulation des données par combinaison de différentes sources (Miles et Huberman, 2003). Nous avons par ailleurs soumis nos interprétations à d'autres chercheurs, la plupart du temps « séniors » et bien entendu à maintes reprises à notre directrice de thèse. Nous avons également communiqué sur notre travail lors de séminaires, conférences, colloques doctoraux (AFM, JNRC) et au sein de notre laboratoire de recherche. Pour asseoir la crédibilité de notre analyse, nous avons illustré nos interprétations par des verbatims, visuels et *posts*.

Afin de produire des résultats, nous avons suivi la méthode d'analyse des données par théorisation ancrée (Paillé, 1994) qui commence dès le début de la collecte des données. Notre journal de bord nous a permis de suivre le fil de notre travail et d'affiner notre réflexion.

Nous avons procédé dans un premier temps à une analyse verticale du corpus par l'analyse de chaque matériau. La lecture des entretiens nous a notamment permis de définir des trajectoires individuelles de socialisation.

L'analyse horizontale nous a amenée à déconstruire nos données pour les comparer et définir des codes puis des catégories lors des opérations de codage, manuel puis assisté par ordinateur. Les étapes de codification, catégorisation puis de mise en relation/intégration ont fait émerger des thèmes que nous avons modélisés selon les niveaux de trois échelles d'observation de Desjeux (2004) : une échelle micro-individuelle pour les pratiques de sobriété, une échelle micro-sociale pour les mécanismes de socialisation et une échelle méso-sociale pour révéler les visions de l'avenir.

Tout au long de cette recherche, nous avons veillé à ce que nos travaux respectent les critères de transférabilité, fiabilité, confirmabilité et crédibilité nécessaires à sa validité.

## Conclusion du chapitre 4

Nous avons adopté dans cette recherche doctorale une démarche inductive et émergente fondée sur des allers-retours constants entre la théorie et les données que nous avons recueillies en mobilisant une approche qualitative multi-méthodes nous permettent, en triangulant les données de comprendre la réalité des éco-concernés telle qu'ils se la représentent. Ainsi, nous avons adopté une démarche de recueil de données secondaires à partir d'études, d'articles de presse, de blogs, de médias en ligne, de séminaires et conférences et sur les réseaux sociaux comme Twitter (devenu X). Nous avons concentré notre recueil autour de trois thématiques principales : l'écologie, la sobriété et la jeunesse. Nous avons mené également une observation en ligne principalement sur le réseau Instagram où nous avons suivi 83 comptes portant sur l'environnement et suivis par de nombreux jeunes.

Cependant, l'essentiel de notre travail de terrain a constitué en la conduite de 45 entretiens, d'abord exploratoires semi-directifs puis en profondeur. Nous avons constitué un échantillon orienté (Patton, 1990) en recrutant les informants par le biais de trois canaux : nos relations, les événements auxquels nous nous sommes rendue et les réseaux sociaux, plus particulièrement la plateforme Discord sur deux serveurs consacrés à l'écologie. Lorsque plus aucun élément nouveau n'a émergé des données, nous avons considéré avoir atteint la saturation théorique (Glaser et Strauss, 2010) et nous avons alors procédé aux étapes finales de théorisation.

Les données ont été traitées en suivant la démarche d'analyse par théorisation ancrée (Paillé, 1994) qui débute dès que commence la collecte des données. Après plusieurs lectures herméneutiques de nos données et l'identification de trajectoires de socialisation, nous avons procédé au codage des données qui nous a conduit à déconstruire les données en unités de sens dans une démarche comparative de recherche de similitudes et récurrences. Le regroupement des unités de sens en codes puis catégories et thèmes nous a permis de nous placer à trois niveaux d'observation correspondants à trois des échelles définies par Desjeux (2004). Au niveau micro-individuel, nous avons mis en relief les motivations et pratiques de sobriété et au niveau micro-social sont apparus les cadres, modalités et effets de la socialisation. C'est grâce à la focale méso-sociale que les projections futures ont été mises en lumière. Nous avons été attentive au cours de cette recherche à respecter les critères de validité et avons veillé à aboutir à des interprétations les plus fidèles possibles à la réalité des jeunes éco-concernés que nous allons présenter dans la partie résultats qui suit.

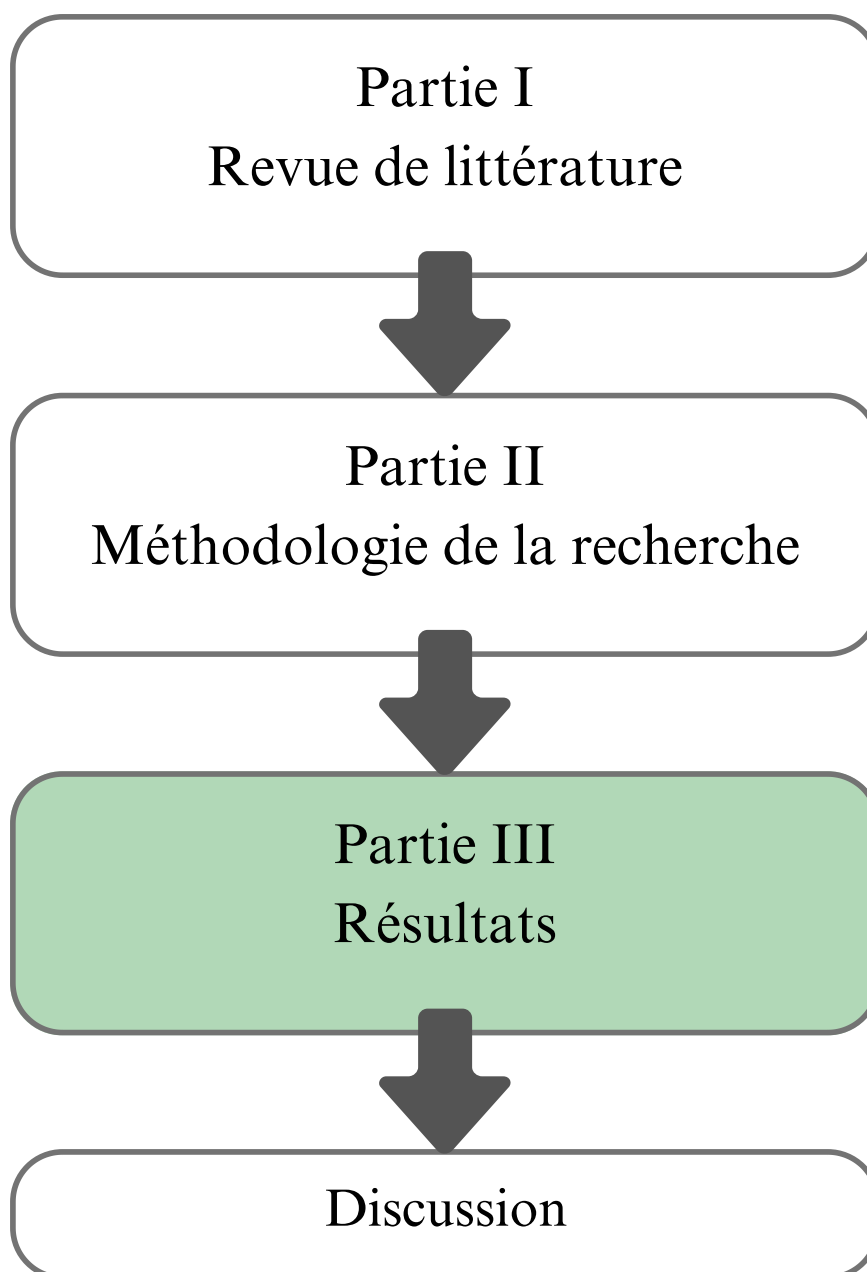
## Conclusion de la partie II

Cette seconde partie avait pour objectif de clarifier notre démarche méthodologique et les différentes étapes de notre cheminement. Le premier chapitre de cette partie, le chapitre 3, nous a permis d'explicitier notre posture épistémologique interprétativiste. Notre sujet de recherche ayant émergé du terrain, nous avons poursuivi cet axe en nous appuyant sur les principes de la *Grounded Theory* (Glaser et Strauss, 1967). Celle-ci repose sur une progression de la recherche fondée sur des comparaisons constantes entre les données et la théorie. C'est une démarche inductive et émergente au cours de laquelle la collecte et l'analyse des données se font simultanément, et s'alimentent mutuellement. Ainsi, notre objet de recherche s'est construit progressivement et ses contours se sont précisés au fil de nos rencontres et expériences de terrain mais aussi de notre confrontation à la littérature. Il en résulte que nous visons la compréhension des significations reliées à l'adoption de pratiques de consommation sobre par les jeunes et les dynamiques de socialisation dont elles découlent.

Nous avons choisi de nous intéresser aux jeunes de 17 à 25 ans en nous appuyant sur les théories de la cohorte générationnelle et sur le bornage utilisé en sciences de l'éducation notamment pour délimiter la génération Z. Bien que l'environnement soit souvent évoqué comme étant une préoccupation majeure de cette tranche d'âge, de récentes études ont montré que seulement environ un tiers des jeunes se sentaient véritablement concernés et mettaient en place des écogestes au quotidien. Ce sont ces jeunes qui ont constitué notre sujet d'étude et nous les avons nommés les « éco-concernés ».

Nous avons mobilisé différents outils de collecte des données que nous avons détaillés dans le chapitre 4. En adoptant une démarche qualitative multi-méthodes nous avons cherché à obtenir un corpus conséquent et fiable par la triangulation des méthodes et des données. Ainsi nous avons recueilli des données secondaires, mené une observation en ligne et nous avons par ailleurs conduit 45 entretiens en profondeur avec des jeunes éco-concernés en construisant notre échantillon de manière orientée. Après une première lecture herméneutique des entretiens et pour traiter un corpus conséquent de données nous avons suivi les principes de l'analyse par théorisation ancrée (Paillé, 1994) en nous aidant du logiciel NVivo lors des phases de codage. Nous avons veillé à ce que notre travail respecte les critères de scientificité de la recherche afin de pouvoir présenter des résultats valides. Ces résultats pouvant être interprétés en utilisant trois focales différentes, nous en avons structuré l'analyse et la présentation dans la partie suivante en fonction de trois échelles d'observation de Desjeux (2004).

**Partie III. Résultats**



### **Introduction de la partie III**

Le traitement et l'analyse de nos données nous ont conduit à adopter, pour produire des résultats, trois angles d'observation qui vont nous permettre d'en révéler la diversité. Nous avons ainsi structuré cette troisième partie dédiée à la présentation des résultats en fonction de trois échelles d'observation définies par Desjeux (2004).

Le chapitre 5 est construit à partir de l'échelle micro-individuelle qui nous permet d'explorer les logiques de sobriété des éco-concernés. Nous analysons quels sont les justifications à l'adoption d'une démarche de sobriété. Dit autrement, nous examinons les raisons qui poussent nos informants à vouloir modifier leurs modes de vie. Les problématiques environnementales ayant été largement évoquées, nous avons sondé les solutions préconisées et le poids de la responsabilité individuelle telles que nos informants l'envisagent. Nous avons alors pu approfondir les pratiques par la caractérisation des manières de consommer tout en cherchant à en découvrir les limites.

Le chapitre 6 nous situe à l'échelle micro-sociale des cycles de vie afin de mieux étudier les processus de socialisation qui ont concouru à façonner l'identité de nos informants en éco-concernés. Nous avons tenté de préciser les différents cadres ou instances de socialisation au travers de la découverte de cheminements personnels qui nous ont également éclairée sur les différentes temporalités des processus. En explorant les changements intervenus dans les rapports aux autres mais aussi les répercussions au niveau personnel, nous avons approfondi les effets de la socialisation aux comportements pro-environnementaux. Nous avons ensuite caractérisé les relations au nouveau groupe d'appartenance.

En se plaçant à l'échelle méso-sociale, le chapitre 7 nous permet de sonder les imaginaires du futur de nos informants en décodant notamment les leviers d'action qu'ils préconisent pour sensibiliser à la sobriété. En nous penchant sur leur perception de l'avenir au niveau personnel et sur celui de la société de manière plus générale, nous découvrons comment ils envisagent d'évoluer et ce qu'ils attendent des décennies à venir.

<b>PARTIE I</b> <b>REVUE DE</b> <b>LITTÉRATURE</b>	<b>Chapitre 1.</b> La sobriété du consommateur comme élément clé de la bifurcation écologique
	<b>Chapitre 2.</b> La socialisation, un processus de formation et de transformation : de l'individu comme entité sociale au consommateur
<b>PARTIE II</b> <b>MÉTHODOLOGIE DE</b> <b>LA RECHERCHE</b>	<b>Chapitre 3.</b> Une recherche interprétativiste ancrée dans un terrain particulier, les jeunes éco-concernés
	<b>Chapitre 4.</b> Appréhender la réalité des éco-concernés : une approche qualitative multi-méthodes
<b>PARTIE III</b> <b>RÉSULTATS</b>	<b>Chapitre 5.</b> Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste
	<b>Chapitre 6.</b> Des processus de socialisation successifs qui façonnent l'identité des éco-concernés
	<b>Chapitre 7.</b> Les imaginaires du futur : les éco-concernés et leur vision de l'avenir
<b>DISCUSSION</b>	





## CHAPITRE 5.

### **Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste**

Introduction du chapitre 5

Section 1 : Au prisme de l'urgence, une remise en question du modèle de société

- 1.1 Le leitmotiv de l'urgence comme motivation à se mobiliser
- 1.2 L'incompréhension face à une vision générale court-termiste qui contribue à l'inertie
- 1.3 Une remise en question d'une société capitaliste et consumériste

Section 2 : Réduire sa consommation comme enjeu, une responsabilité individuelle au service du collectif

- 2.1 Une condamnation des dérives de la société de consommation
- 2.2 Les solutions préconisées : ce que sobriété veut dire
- 2.3 L'*empowerment* ou la responsabilité individuelle au service du bien collectif

Section 3 : Des pratiques de sobriété très réfléchies qui ne peuvent échapper à une logique consumériste

- 3.1 L'évaluation de sa consommation pour éviter la schizophrénie écologique et assumer ses actes
- 3.2 Les pratiques associées à la sobriété
  - 3.2.1 Réductions absolues
  - 3.2.2 Changements modaux
  - 3.2.3 Longévité et partage
- 3.3 Les difficultés à sortir d'un habitus consumériste

Conclusion du chapitre 5

## **Introduction du chapitre 5**

L'échelle micro-individuelle est celle des comportements, des motivations et des logiques sous-jacentes (Desjeux, 2004). Nous consacrerons par conséquent ce chapitre à la présentation des résultats relatifs à cette échelle. Depuis quelques temps nous avons pu observer au niveau politique une appropriation du terme de sobriété et cette notion est devenue omniprésente dans les discours (Villaba, 2023). Les citoyens, notamment dans le domaine de l'énergie, sont appelés à adopter des formes de consommation sobre. Mais, finalement, comment les individus s'approprient-ils cette injonction ? Quelles représentations, significations sont rattachées à ce terme et en particulier pour les jeunes ?

Ce premier chapitre de résultats se focalise en premier lieu sur les arguments qui justifient d'adopter une démarche de sobriété : les inquiétudes des jeunes éco-concernés concernant l'avenir de la planète. Nos résultats révèlent que c'est surtout l'urgence de la situation et la constatation d'une forme de déni et d'inaction qui les révoltent. Ils accusent notre modèle de société d'être à l'origine des problèmes écologique que nous vivons aujourd'hui (section 1).

Par conséquent, comme nos données l'attestent, nos informants cherchent en priorité à moins consommer. La pression à consommer exercée par la société actuelle a engendré des modèles de surproduction dans tous les domaines : agriculture intensive, fast fashion, ... qu'il s'agit de combattre et de contourner. Ainsi, il apparaît dans les résultats obtenus que la responsabilité de chacun est engagée, bien que ces jeunes aient conscience de l'impact du collectif et du rôle que les entreprises et les gouvernements ont à jouer (section 2).

Nous avons constaté au cours des entretiens que ces jeunes placent ces enjeux au cœur de leur vie quotidienne et le manifestent en adoptant des pratiques qui reflètent leur conception de la sobriété : en réduisant leur consommation de manière générale et en renonçant même à consommer certains produits, tout en insistant sur les expériences et l'importance d'une démarche de questionnement des besoins. En revanche, ils reconnaissent devoir parfois gérer des paradoxes et vouloir conserver du plaisir dans la consommation et éviter les frustrations, ce qui reflète une logique qui demeure consumériste (section 3).

## Section 1 : Au prisme de l'urgence, une remise en question du modèle de société

---

Dans cette section nous nous attacherons à analyser quels sont les justifications qui incitent les éco-concernés à adopter un mode de vie plus sobre. Quelles sont les préoccupations profondes qui les motivent à modifier leur façon de consommer ? Diverses thématiques ont été évoquées mais ce qui fédère les propos de nos informants est l'urgence de la situation et notre manière d'habiter la terre qui doit être repensée alors qu'ils dépeignent une société se complaisant dans un système capitaliste dépassé qui se voile la face.

### 1.1 Le leitmotiv de l'urgence comme motivation à se mobiliser

Nos résultats révèlent que c'est un sentiment d'urgence qui prédomine. Les jeunes sont en phase avec l'activiste Camille Etienne<sup>128</sup> (25 ans) qui considère que l'on doit « *faire de l'urgence le prisme principal à travers lequel je regarde le monde* ». Il s'agit, dans ses choix et dans ses actes d'intégrer cette urgence, qui devient ainsi une valeur mobilisatrice. En effet, l'urgence peut être définie comme « *un sentiment ou une croyance qui engage à l'action de manière impérative et une pression de temporalité* » c'est-à-dire « *« une sensation collectivement partagée et/ou socialement construite qu'il y a nécessité d'action immédiate pour répondre à une situation problématique ou périlleuse »* (Obadia, 2021 p.217 et 218). C'est d'ailleurs ce qu'exprime Inès (21 ans) :

*« Dernièrement on va dire que j'ai l'impression qu'il y a une urgence qui se crée, je ne sais pas si c'est une urgence qui est créée par toutes les assos ou si c'est réel. Moi j'ai l'impression que c'est réel mais on ne peut jamais être sûr à 100%. Mais d'après le rapport du GIEC je pense que les scientifiques sont assez d'accord sur ça. Et c'est ça qui me pousse à dire que les discussions et attendre que les gens se rendent compte par eux-mêmes, **on n'a pas le temps.** »* (Inès 21 ans)

On retrouve dans ce verbatim des questionnements sur l'origine du sentiment d'urgence, mais ils ne remettent pas fondamentalement en question la nécessité d'agir rapidement. En effet, comme le mentionne cette informante, le GIEC (qui incarne aux yeux des éco-concernés une instance objective comme le révèlent nos données), prône des actions immédiates (IPCC, 2022). On perçoit également dans ce verbatim toute l'inquiétude à propos de l'écart entre sa propre connaissance et la perception subjective « des gens » – politiques ou populations. Le *post de*

---

<sup>128</sup> Les Echos Start 26/07/22

Chapitre 5. Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste

Salomé Saqué reflète ces deux aspects en évoquant à la fois l'urgence de la situation et le besoin global de prise de conscience :

### Matériau 1 - Illustration de l'urgence à agir



Salomé Saqué (27 ans), journaliste<sup>129</sup>, Instagram 08/09/22

Les évènements climatiques extrêmes qui se sont multipliés ces derniers mois, les températures en hausse et plus particulièrement durant les deux derniers étés, ont rendu plus perceptibles encore les conséquences du réchauffement climatique et ont marqué la jeunesse. Les résultats obtenus montrent que, bien que déjà convaincus de l'étendue des problèmes environnementaux, les jeunes éco-concernés ont aujourd'hui davantage intégré cet impératif temporel et l'associent à une menace mortelle :

*« On a pu le voir cet été, on a une intensification dans le domaine météorologique, climatique, de plus longue durée. Les problèmes sont déjà là maintenant, donc plus on agit rapidement, moins on va avoir d'efforts à fournir et d'impacts sur les populations. **C'est notre survie qui est en jeu.** Donc cette notion de temps, il faut agir le plus rapidement possible. Parce qu'auparavant, c'était un peu présent mais je me disais c'est dans longtemps et en fait c'est pas forcément dans longtemps. Et c'est cet aspect de on n'a pas beaucoup de temps pour agir, **il faut agir dès maintenant** » (Zakaria, 23 ans)*

<sup>129</sup> Journaliste pour le média en ligne *Blast* fréquemment cité par nos informants.

Les données collectées nous apprennent que la mesure de la gravité de la situation amène les informants à considérer que le temps est compté et, s'ils reconnaissent que les chances de succès sont minces, ils s'attachent à conserver une forme d'espoir pour éviter la paralysie et continuer à agir, à l'instar de Victoria et Coralie dans des registres différents :

*« L'avenir climatique, c'est hyper angoissant. Se dire qu'on est face à un gouffre et que quand on s'intéresse un peu au sujet, qu'on lit, qu'on écoute, c'est compliqué d'être complètement serein par rapport à ce qui nous attend. **Pour moi c'est grave, c'est très urgent** (...) Il y aurait tout intérêt à être hyper anxieux et avoir peur. Mais je ne pense pas qu'il faut psychoter à ce point, sinon on n'y va pas. Mais c'est grave, ça me fait peur »* (Victoria, 23 ans).

*« Bah, le truc c'est que si on réagit pas maintenant, je dirais que **c'est déjà un peu trop tard**, sinon on va tous mourir. Tant qu'on peut, on peut essayer de sauver la planète, et se sauver nous en même temps... »*. (Coralie, 17 ans)

Il est intéressant dans les propos de Coralie, comme dans ceux de Zakaria d'ailleurs, de s'attarder sur leur vision sous-jacente de la place de l'être humain. Ils ne distinguent pas le sort des humains de celui des non-humains, faisant du vivant un tout indissociable, dans lequel ils souhaitent s'intégrer comme l'une de ses composantes. Les jeunes que nous avons interrogés ont en effet le plus souvent une conception animiste des rapports entre les êtres vivants (Marchais, 2023), inscrivant l'humain dans une nature globale, à l'image de Cécilia :

*« Moi la réflexion que je me fais tous les jours c'est que l'humain se sent supérieur à toutes les autres espèces, et qu'on devrait s'intégrer à nouveau dans un univers, un écosystème, et **se sentir d'égal à égal**. Et je pense que c'est ça qui me préoccupe le plus, c'est de réussir, de rappeler que l'homme n'est pas supérieur aux autres espèces, et qu'on forme un tout et qu'on peut vivre ensemble sans nuire aux autres espèces. »* (Cécilia, 19 ans).

Il se dégage des résultats que cette manière de se placer dans le monde leur fait ressentir encore plus cruellement cette urgence, accentue la conscience qu'ils ont d'être concernés. Morin (2016) a dénoncé le fait que dans notre culture il existe une disjonction croissante entre l'humain et les autres êtres vivants, que tout est mis en œuvre pour les dissocier, que nous entretenons ce que Villalba (2023) qualifie de « *rapport purement utilitariste au monde* » (p.317). Or, Lachance (2022) a détaillé comment les jeunes adoptent à cet âge un rapport réflexif à soi dans leur démarche de construction identitaire et que cette posture induit, dans le cas des jeunes engagés qu'il a étudiés, un rapport particulier à la nature. Ainsi, nos résultats dévoilent que les informants associent leur futur à celui de la planète, leurs incertitudes à celles de l'avenir du monde et devant le gouffre évoqué par Victoria, se sentent un peu découragés et impuissants comme l'exprime Lou :

« C'est pour dire que **le temps passe vite** et je me disais que je suis montée dans un train à grande vitesse et je n'ai toujours pas trouvé le bouton d'arrêt en fait. » (Lou, 19 ans)

La forte conscience de l'urgence de nos informants rend encore plus prégnante l'inertie dont à leurs yeux font preuve les individus et les politiques en matière de traitement de la crise écologique.

## 1.2 L'incompréhension face à une vision générale court-termiste qui contribue à l'inertie

Il ressort de nos données que les jeunes éco-concernés dénoncent ce que l'on peut qualifier d'une forme d'inertie de la société. Trois principaux aspects sont évoqués par les informants : le déni, l'inaction et des aberrations qui engendrent chez eux toute une palette de réactions émotionnelles.

En matière climatique, il existe différentes formes de déni qui vont du climato-dénialisme (le changement climatique n'existe pas), du doute quant à l'origine anthropique des phénomènes à la relativisation des impacts<sup>130</sup>. Nos données font apparaître que c'est plutôt cette dernière forme qui est évoquée par nos informants. Ils peuvent d'ailleurs s'appuyer sur de nombreux *posts* sur les réseaux sociaux (matériau 2) qui ont relayé le hashtag #DontLookUp en référence au film « *Don't Look Up : déni cosmique* » sorti en 2021 illustrant avec une grande ironie le déni dont font preuve les médias et les politiques en dépit du consensus scientifique. Des marches pour le climat ont également repris ce thème en mars 2022.

### Matériau 2 - Utilisations de #DontLookUp et du thème du film pour dénoncer le déni en matière climatique



Bon Pote Twitter 16/05/22



Hugo Clément Twitter 14/06/22



Salomé Saqué Twitter 07/04/23

<sup>130</sup> Étude Parlons Climat 2022 <https://parlonsclimat.org/explorer/l-etude>

Ces publications traduisent également le fait que les éco-concernés estiment que leurs concitoyens peuvent être informés mais qu'en réalité ils le sont mal et refusent de voir la réalité du problème en face, comme nous le dit Mathias :

*« **Le déni de façon générale**, ça me choque vraiment, je suis sidéré par ça, ça me rend un peu fou. De voir que des gens qui peuvent avoir accès à l'information, qui l'entendent et ne bougent pas du tout. C'est même pas bouger parce qu'en soi bouger c'est la dernière étape on va dire. Mais qui **ne veulent pas penser à ça**, qui l'éloignent le plus possible. C'est pas une bonne façon de faire. »* (Mathias, 25 ans)

Mathias parle de « sidération », que cela le « rend un peu fou ». Ces propos indiquent qu'il ressent de l'incompréhension voire de l'impuissance face au déni qu'il a constaté et que l'on retrouve dans d'autres verbatims comme dans celui de Camille par exemple :

*« Voir que parfois malgré le fait qu'on soit engagé, que la politique ne suive pas, que tout ce que disent les scientifiques ne soit pas pris en compte, parfois il peut y avoir une forme de tristesse... de colère. Et aussi mêlé à de l'impuissance, on se dit « mais en fait vous vous en foutez de nous ! », et même mes parents quand je vois leurs choix électoraux... On a l'impression de se sentir incompris par rapport **au sentiment d'urgence qui nous prend aux tripes**, d'avoir des personnes en face de nous qui ont l'impression que **les questions du climat c'est juste un problème supplémentaire**, qu'elles n'ont pas une place plus importante qu'une autre question. »* (Camille, 20 ans)

Les mots de Camille sont forts, elle ajoute à l'impuissance la colère et la tristesse mais aussi l'angoisse. Le fait de ne pas être entendus renforce ce sentiment d'injustice. Ce verbatim vient corréler d'autres données qui démontrent que l'inaction politique est également pointée du doigt par les jeunes éco-concernés comme nous l'affirment Paco et Salomé :

*« Les enjeux environnementaux c'est très angoissant. Surtout le fait que ce n'est **pas du tout pris en compte par nos hommes politiques**, je pense qu'ils n'ont pas conscience qu'il y a 3,5 milliards et demi de personnes vulnérables au réchauffement climatique, qu'on aura plus d'événements extrêmes, des canicules horribles tous les étés... »* (Paco, 22 ans)

*« Ce qui me choque c'est qu'en fait, beaucoup de politiques d'État... ils se disent « oui on va tout faire pour... » et en réalité ils font rien. Ils disent : « oui ma politique elle est écologique » mais en réalité ils se déplacent en jet privé, c'est un peu débile. Voilà. **Ils disent mais ils ne font pas** les choses. »* (Salomé, 17 ans)

Ces verbatims concordent avec les affirmations de la journaliste Salomé Saqué dans son ouvrage paru en 2023 consacré aux jeunes, pour qui l'inaction politique est plus angoissante pour les jeunes que la crise climatique elle-même. Que rien, ou peu, ne soit entrepris est « encore plus effrayant » pour cette génération (Saqué, 2023 p.161). Reprenant les propos de



Hickman (2021), elle cite : « *l'inaction politique face au changement climatique est une blessure morale infligée aux jeunes* » (*ibid.* p.164)

Nous l'avons d'ailleurs évoqué dans notre présentation du terrain de recherche : les jeunes doutent des institutions démocratiques. Nos données confirment que nos informants ne font pas confiance aux politiques pour lutter contre le changement climatique. Il leur est reproché leur inaction, leurs vaines promesses mais aussi le non-respect des engagements, pris lors des COP notamment, le laisser-faire face aux entreprises polluantes, la lenteur des décisions... De nos résultats émergent également que les jeunes ressentent du désarroi devant des choix qui sont effectués selon eux en dehors de toute logique. Que l'on continue à ignorer les conséquences environnementales est pour nos informants inconcevable et relève de la bêtise comme nous l'explique Jude :

*« Sérieux, ça ne marche pas. Il y a plein de trucs où j'ai vraiment l'impression qu'on marche sur la tête et j'ai envie de dire est-ce qu'on pourrait se rendre compte parfois **des absurdités**, de certaines choses... Et pour moi, il y a des trucs qui ne marchent pas, qui dissonent et j'ai envie de changer les choses. Mais pour moi, c'est presque plus de la logique parfois en fait, qu'un combat vraiment idéologique. »* (Jude, 24 ans)

L'étendue et la diversité des actions concernées est vaste et les polémiques sont nombreuses. Elles couvrent de très différents registres comme les processus de production, l'agriculture, les événements sportifs, la vie quotidienne... Marion, par exemple affirme être déconcertée par le nombre de projets incohérents. Elle évoque comme exemple la Coupe du Monde de football qui a eu lieu au Qatar et dont les mouvements écologistes ont dénoncé l'absurdité et le coût écologique et humain :

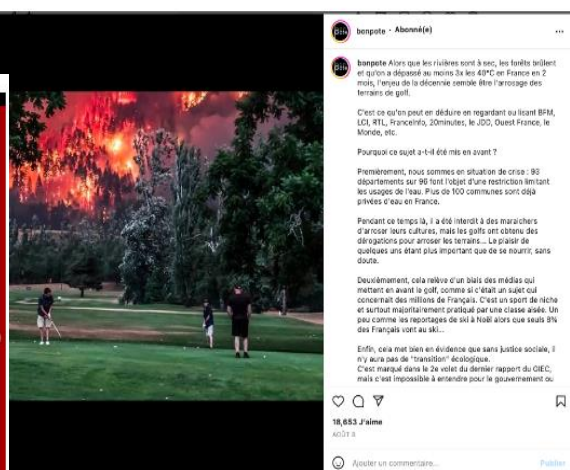
*« Qu'il y ait encore des projets qui aillent contre la nature, par exemple, la Coupe du monde au Qatar, des choses comme ça, c'est très choquant oui, il y en a tellement. Des projets qui soient encore aujourd'hui en création, que des gens aient l'idée de faire des projets qui aillent contre le climat, et voilà. »* (Marion, 18 ans)

L'été 2022, particulièrement prolifique en publications du fait de la canicule notamment, a vu la dénonciation d'un nombre conséquent de projets jugés aberrants car climaticides à des échelles diverses qui sont venus nourrir leur réflexion : Coupe du Monde au Qatar, arrosage des terrains de golf ou méga bassines (illustrés par le matériau 3). Un certain nombre de ces cas ont été cités par nos informants.

### Matériau 3 – Exemples de projets vivement critiqués comme étant des aberrations écologiques



JEC (Jeunes Engagés pour le Climat) Instagram 19/09/22



Bonpote Instagram 16/08/22



Youth for Climate Nantes Instagram 19/08/22

Le verbatim de Marion et ces publications reflètent ce que Marshall (2017) a qualifié de « syndrome de l'autruche ». L'être humain choisit le plus souvent le gain à court terme de préférence à un hypothétique gain à long terme demandant des pertes à court terme. Il n'est en effet pas aisé de « *renoncer à un effet à court terme souhaité et assuré au bénéfice d'un effet à long terme qui de toute façon ne nous concernera plus* » (Jonas, 1990 p.72), ce que Yona a bien analysé :

*« Les gens ferment les yeux, par flemme en fait, ils ne voient pas le après, **les conséquences**, ou même tout ce qu'il y a, l'état de nos océans. Quand on se renseigne un peu, ou qu'on regarde, qu'on se déplace pour voir, c'est aberrant. »* (Yona, 18 ans)

Ceci est également l'expression d'un phénomène plus sociétal induit par le mode de fonctionnement des sociétés occidentales modernes que Hartog (2018) désigne sous le terme de « présentisme » : la démocratie libérale individualiste est focalisée sur le présent, elle lie la conception du temps à l'immédiateté. Ainsi, comme le fait remarquer Victoria, tant que les individus ne sont pas directement impactés, ils préfèrent ignorer et repousser les actions. Cela concerne autant les politiques que les citoyens.

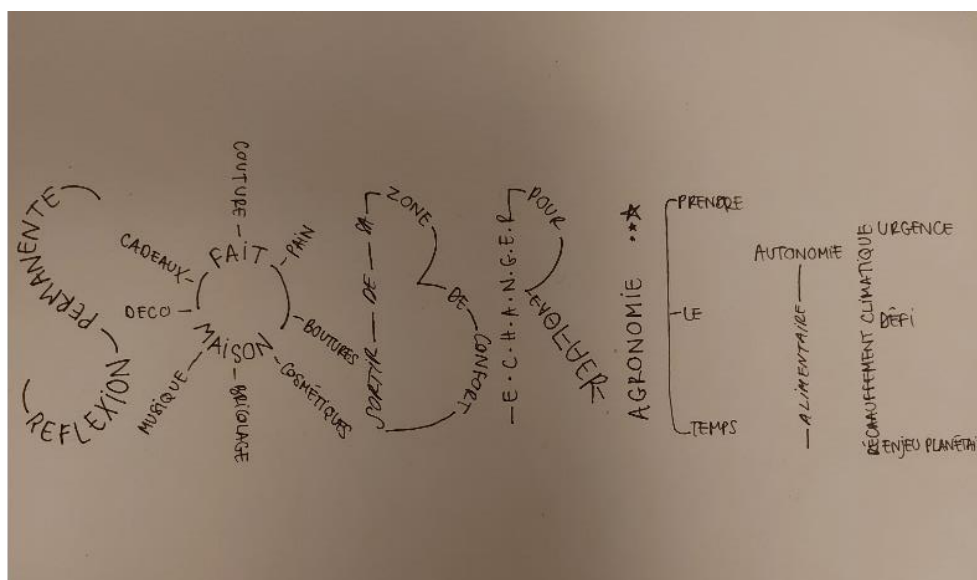
*« Clairement il y a un mur et on accélère dans le mur ; au bout d'un moment il faut voir la vérité en face. On ne peut pas être positif, c'est très grave ce qui se passe. Mais **tant que c'est***

***pas à notre porte...et encore là il y a la sécheresse, il fait chaud, mais tant que les conséquences ne seront pas directes au pied de notre porte où on n'ait plus le choix que de faire autrement, on n'agira pas. C'est malheureux.*** » (Victoria, 23 ans)

Ce constat de carence collective et d'absence d'anticipation des impacts résonne dans l'ensemble de notre corpus comme un défi pour nos informants. Conscients de la gravité de la situation ils sont à la fois désorientés et révoltés face à la dénégation qu'ils constatent. Jeanne, lorsqu'elle commente son visuel, en dresse le bilan :

*« Pour le E j'ai mis réchauffement climatique et j'ai associé **urgence, défis, enjeu planétaire** ; on en a pas mal parlé récemment avec les élections, du coup pour moi ça allait aussi avec ça. »* (Jeanne, 19 ans)

#### Matériau 4 – Visuel produit par Jeanne pour illustrer son mode de vie<sup>131</sup>



Notre informante a remarqué que la sobriété était de plus en plus présente dans le débat public. Elle a utilisé ce terme pour décrire son mode de vie, ou du moins celui qu'elle souhaite atteindre et a identifié l'urgence et les défis autour de la préservation de la planète comme en étant les justifications. Ce constat vient confirmer ce que le reste de notre corpus de données nous avait évoqué.

Nous avons pu remarquer que nos informants et l'ensemble de la communauté des éco-concernés matérialisée sur les réseaux sociaux ont, en dépit parfois de leur jeune âge, entamé

<sup>131</sup> Nous rappelons que quand le mot « sobriété » a surgi au cours des entretiens, ce n'était qu'à l'initiative des informants. Nous n'avons délibérément jamais employé ce mot avant qu'ils ne le fassent.

une réflexion assez poussée sur les problématiques environnementales qui les touchent particulièrement. Ils ont par conséquent une opinion assez précise des raisons pour lesquelles il y a trop peu d'avancées à leur goût dans ce domaine

### 1.3 Une remise en question d'une société capitaliste et consumériste

Il se dessine de l'analyse du corpus que les jeunes que nous avons rencontrés ont des visions assez radicales de ce qu'il faudrait changer. Les verbatims laissent entrevoir qu'ils se nourrissent des éléments de langage des personnalités ou collectifs qu'ils suivent en ligne, des reportages ou conférences qu'ils visionnent. Nous avons dans nos résultats plusieurs références au capitalisme et au néo-libéralisme dont le fonctionnement intrinsèque entraverait les actions en faveur de l'environnement comme l'expriment Marion et le post de « On est prêt », association dont l'objectif est de mobiliser la jeunesse (matériau 5) :

*« Je pense que **le capitalisme n'est pas compatible avec l'écologie**, je pense du coup que l'idéal est de changer de système. »* (Marion, 18 ans)

Marion, quand elle exprime cette idée fait référence, comme elle nous l'expliquera ensuite, à la quête du profit et à l'idée que dans cette optique, agir de façon écologique n'est pas rentable. Dans son esprit, l'écologie n'est donc absolument pas une priorité pour les gouvernements.

#### Matériau 5 – Le capitalisme comme origine du dérèglement climatique



On est prêt Instagram 22/07/22

Si nous lisons cette publication en détail nous pouvons noter qu'elle pointe du doigt les « grosses entreprises ». On retrouve cette idée notamment dans les propos de Loïc (25 ans) :

« les gouvernements qui sont aux mains des grandes multinationales », de Yona (18 ans) : « on est dirigé par l'argent » ou de Gaspard (20 ans) : « on détruit notre environnement pour du profit ». Plus précisément, nos données montrent que dans notre modèle de société c'est le caractère effréné de la consommation qui est identifié par nos informants comme étant à l'origine de tous les maux. Ils jugent ce modèle dépassé, qu'il n'est plus possible d'y souscrire comme en témoigne assez drastiquement Erwan :

*« C'est comme pour les enjeux environnementaux, le climat est un symptôme qu'il faut régler, c'est absolument pas la cause de la maladie (...) Ce n'est pas la mécanique climatique qui fait qu'on constate, enfin ce n'est pas seulement ça qui fait qu'on constate des conséquences sur la biodiversité, la culture, **c'est notre façon de consommer**, la façon de permettre cette consommation. Globalement c'est l'exploitation de l'énergie, qui a un impact sur le PIB directement, et donc sur toutes les branches de la société (...) Avec **une façon assez moyenâgeuse de considérer les choses**, que tout est infini, ça relève de la fantaisie. »* (Erwan, 23 ans)

Cet informant évoque l'exploitation des ressources énergétiques tout comme Noé qui, rappelant le contenu du rapport Meadows, nous explique –avec ses mots à lui – que ce fonctionnement n'est plus tenable dans un monde aux ressources finies

*« On observe qu'il y a un problème, c'est **l'effondrement grosso modo de notre société, de notre manière de consommer**. Je rappelle même le rapport Meadows qui nous explique ça, le Cercle de Rome qui nous explique que si on continue comme ça, avec la croissance infinie, et bien on va se casser la gueule. »* (Noé, 25 ans)

Les autres éléments du corpus viennent enrichir cette thématique en évoquant des conséquences précises pour l'ensemble de la planète. Les répercussions sociales sont mentionnées et, dans une moindre mesure, l'écoféminisme. Les inégalités face au changement climatique sont notamment mises en avant. Les jeunes interrogés ont bien conscience que ce sont les pays les plus développés et les plus riches qui sont les plus gros contributeurs des émissions de gaz à effet de serre. Dans leurs propos, nous pouvons entrevoir qu'ils sont préoccupés par des enjeux d'équité et qu'ils sont sensibles au fait que les populations les plus vulnérables sont les premières victimes de l'aggravation de la crise climatique à l'image de Jeanne :

*« Pour moi, écologiquement, justement il y a pas mal le fait, de vivre en accord avec mes valeurs, le respect de la planète. Aussi le respect des autres, parce que **consommer comme on consomme dans les pays occidentaux** c'est aussi accepter qu'il y ait des gens qui aient des vies déplorables à côté, et ce n'est pas du tout le même mode de vie que nous. »* (Jeanne, 19 ans)

Dans un autre registre mais qui remet également en question le modèle de société dans lequel ils évoluent, se dessine une volonté de ralentir, de se connecter à de vraies valeurs. Sans

forcément s’y référer, ils souscrivent à l’idée d’accélération du monde moderne dénoncée notamment par Rosa (2012) dont les conséquences sont à la fois humaines et environnementales. Nous prendrons l’exemple de Jeanne dans son visuel (« *prendre le temps* ») ou de Victoria qui en fait un diagnostic assez sévère :

*« Et on se rend aussi bien compte que **ce modèle de société** que nos parents ont suivi à la lettre sans vraiment se poser de questions, aujourd’hui il est **mortifère** pour l’environnement, et pour nous-mêmes parce qu’il y a une **explosion de burnouts**, de gens qui ont tout le temps coché les cases qu’on leur a dit de cocher mais qui finalement n’étaient pas les cases en cohérence avec eux-mêmes »* (Victoria, 23 ans)

Ce verbatim n’est pas sans évoquer le discours des « déserteurs », ces jeunes qui décident de changer de voie, qui refusent de coopérer à un système auquel ils n’adhèrent pas. Plusieurs de nos informants en ont fait mention, l’actualité au moment de certaines entrevues étant marquée par le discours choc des diplômés d’AgroParisTech en juin 2022<sup>132</sup> qualifié de disruptif et appelant leurs camarades à désertter. À ce propos, nous avons lors de l’analyse de nos résultats constaté que nos informants plébiscitaient peu la croissance verte ou le salut par les technologies.

Il se dégage de l’analyse de notre corpus de données que l’ampleur de la crise climatique et l’enchaînement des catastrophes environnementales au cours des dernières années ont engendré chez les jeunes éco-concernés un sentiment d’urgence extrêmement marqué. Ils sont préoccupés par la finitude des ressources, la perte de la biodiversité et s’interrogent sur la place des humains et non-humains dans le monde actuel. Les résultats expriment une forte volonté de remettre en question le modèle de société capitaliste coupable d’inertie qui n’est plus en adéquation avec les limites planétaires et qui génère aussi de fortes inégalités. Déterminantes de leurs choix, ces considérations s’imposent dans leurs comportements quotidiens et viennent façonner le regard qu’ils portent sur la consommation, jugée responsable d’être à l’origine des problèmes.

<sup>132</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=5DMLLfeevFM> (Appel à désertter Remise des diplômes AgroParisTech 2022)

## **Section 2 : Réduire sa consommation comme enjeu, une responsabilité individuelle au service du collectif**

---

La première section de ce chapitre nous a montré que les éco-concernés remettaient en question notre modèle de société et plus particulièrement la façon dont les sociétés occidentales consomment, sans tenir compte de l'épuisement des ressources. Cette section sera consacrée à l'étude de ce qu'ils considèrent comme étant les racines du problème et les solutions qu'ils préconisent. Nous aborderons également la question de la responsabilité individuelle. Cet ensemble de thématiques incarne les enjeux auxquels il faut, selon eux, faire face pour évoluer vers davantage de sobriété.

### **2.1 Une condamnation des dérives de la société de consommation**

Nous avons montré dans la précédente section que nos informants imputent au modèle capitaliste le dépassement des limites planétaires. C'est précisément la consommation qui est dénoncée car ils sont conscients des méfaits associés à la production de biens et d'énergie dont la pollution est la plus visible. Tous nos informants sont unanimes pour accuser la surconsommation et tout comme Juliette s'interrogent sur son rôle et sur la place qu'elle occupe désormais dans la vie des individus :

*« Le fait de consommer c'est un des trucs de notre société qui fait que ce soit parti en steak, je ne sais pas comment dire, le fait qu'on consomme énormément, j'ai l'impression qu'on comble un peu des trucs par **une consommation trop forte de tout**, tout ce qui est nourriture, vêtements, confort, alors qu'il y a d'autres plaisirs dans la vie. » (Juliette, 21 ans)*

Le post illustrant le matériau 6 vient étayer ce « tout » évoqué par Juliette et insiste sur le gaspillage : vêtements produits en masse et jetés, téléphones vite démodés et impossibles à recycler, tonnes d'aliments non consommés.

## Matériau 6 – Dénonciation de la surconsommation et du gaspillage



Make sense et Gangster du bien Instagram 01/10/22

Cette publication a été mise en ligne en octobre à l'occasion du « Black Friday ». Cet événement commercial est fortement controversé car il encourage la surconsommation. Chaque année de nombreuses associations appellent à le boycotter et un collectif d'associations et d'entreprises a créé l'association « Green Friday » afin de promouvoir une consommation plus responsable. Nos données soulignent que nos informants associent cette frénésie consummatrice à une forme de pression à consommer de tous les pans de la société, ainsi que nous le confie Cécilia :

*« En fait on nous impose suivant nos sociétés, **on nous impose** directement ou indirectement une façon de faire, **de consommer**. Avant on consommait beaucoup moins, on utilisait de la seconde main, si on avait une chaussette trouée on faisait un petit point de couture, on n'allait pas la mettre à la poubelle. Je pense que c'est juste rappeler qu'on procédait comme ça avant, et que **c'est notre société qui nous a un peu automatisés**. »* (Cécilia, 19 ans)

Cécilia exprime ce que Morin (2011) appelle le « *consommationnisme* » c'est-à-dire un univers où « *l'ex-superflu devient indispensable, les anciens luxes deviennent nécessité, les nouvelles utilités deviennent besoins* » (éd. 2012 p.394). Ils nous parlent d'un monde qui s'est construit depuis près de 150 ans en encourageant des comportements d'hyperconsommation, en en faisant la norme, en donnant à croire que le bonheur en dépendait. Les sollicitations permanentes dont font l'objet les individus de la part des entreprises via le marketing et la publicité entraînent les individus dans cette dérive. Lila est sur ce point très catégorique :



« Il faudrait vraiment éviter d'écouter les entreprises en disant « il y a ça aussi, il y a ça aussi ». En fait non, toi, tu veux quoi d'abord ? Et s'il y a ce produit-là, ok, mais pourquoi tu le veux ? Est-ce que tu en a vraiment besoin ou est-ce que t'es dedans ? Tu suis le truc et je trouve que c'est vrai que les gens ils imposent beaucoup. On se laisse un peu aller et **ça ne laisse pas trop le choix** alors qu'en soi on a le choix. Même **toutes les newsletters par mail** tout ça. Ce n'est pas du harcèlement, mais on peut le prendre comme ça quand même si on n'a pas envie (...) Et je trouve qu'en fait, ce qui est dommage, c'est que je trouve que les personnes elles connaissent que ça. Il faut qu'on perde cette habitude. Ah bah shopping ok. On fait ça. En fait non, il y a plein d'autres façons qui existent. Et des fois, les gens ne le savent pas. On fait de la pub sur tous les gros trucs, mais en fait il y a plein de choses ou en fait on ne sait pas que ça existe et que c'est bien aussi. Je trouve ça un peu dommage. **Ce n'est pas non plus de la faute des personnes, elles sont aliénées.** » (Lila, 23 ans)

Ce qu'exprime Lila est finalement l'expression d'une forme de conditionnement, d'enfermement dans des habitudes de consommation dont il est difficile de se défaire, d'autant plus que les industries, de la mode notamment, alimentent cette frénésie (pour un exemple voir matériau 7). Des associations de protection de l'environnement comme Youth For Climate dénoncent notamment la présence massive de publicité dans l'espace public et comme Lila considèrent qu'elle est imposée, que les individus n'ont pas le choix d'être exposés à ce qu'ils condamnent comme un « *symbole de la surconsommation et du capitalisme* » illustré par ces slogans : « *pollue, consomme et ferme ta gueule* », « *démocratie on n'a pas choisi, on t'en fout partout* »<sup>133</sup>.

Ainsi, nos résultats pointent le fait qu'il est nécessaire voire vital pour nos informants de changer d'imaginaire (Martuccelli, 2014) c'est à dire de repenser les rapports à la consommation, de changer les modes de vie qui sont à rebours des enjeux climatiques. Cela va toutefois à l'encontre de tout ce qui est connu et donc difficile à réformer. Desjeux à ce sujet parle de contraintes qu'il s'agit de modifier et d'accepter<sup>134</sup>. Monnin (2023) quant à lui emploie le terme d'« attachements », attachements des personnes aux réalités et qui sont parfois subis et non voulus (par exemple la voiture) qu'il faudrait rediriger vers d'autres plus viables écologiquement et humainement. Car en effet aujourd'hui la surproduction évoquée par nos informants présente des impacts négatifs sur ces deux points. Tous en sont conscients même lorsqu'ils s'estiment peu informés comme c'est le cas de Mathilde :

« Je ne suis pas hyper renseignée au maximum, après, je sais que ma mère m'en parle pas mal (de la surproduction). Mais c'est sûr que je pense que c'est un gros problème écologique. Je pense que y'a beaucoup de pollution qui vient de là. Et même, en dehors de l'écologie, humainement

<sup>133</sup> Youth for Climate Paris Instagram 4 et 8/09/22

<sup>134</sup> La sobriété sous contrainte #nous sommes vivants You Tube 19/01/23

*parlant, bien sûr, avec l'exploitation c'est forcément mauvais quoi. Si on peut éviter au maximum, c'est mieux, je pense.* » (Mathilde, 17 ans)

Nous pouvons, à la lecture des données, percevoir que c'est le plus souvent l'industrie du textile qui sert de repère aux jeunes pour évoquer les dérives consuméristes. C'est en effet souvent les premiers achats qu'ils effectuent en autonomie et les phénomènes de mode sont assez facilement décryptables pour eux. D'autre part, sur les réseaux sociaux des campagnes sont menées assez régulièrement pour sensibiliser aux ravages de la *fast fashion* et amènent les éco-concernés à réfléchir et à modifier leur façon de consommer<sup>135</sup>. Le matériau 7 nous donne quelques exemples de publications qui mettent en lumière les externalités négatives de la *fast fashion* et plus spécifiquement de son leader chinois Shein très populaire auprès d'une partie des jeunes<sup>136</sup>. Les *posts* mettent en avant plusieurs aspects de ce qu'ils nomment « mode jetable » ou « ultra fast fashion » et que l'on peut retrouver dans les propos de Yona :

*« Et le problème c'est que sur ce genre de site c'est que par **effet de mode**, et à un moment on va prendre tel ou tel article parce que ça va être à la mode pendant 2 mois, et après on se retrouve avec cette pièce où on n'a pas fait le travail de dire est-ce que ça me plaît vraiment ? est-ce que c'est nécessaire que j'achète ça ? ça me plaît ou c'est juste par effet de mode pour suivre le groupe ? Et il y en a qui ne font pas ce travail et qui 2 mois après se rendent compte qu'au final je l'ai porté 2 fois, ça ne me plaît pas. Et ça vient par avion, par bateau, **de l'autre bout du monde**, c'est pareil j'ai regardé plein de trucs sur ça, dans des conditions pour les travailleurs, c'est même pas humain, **c'est de l'esclavage moderne pour moi**. Et on fait partie de ça. Et ce serait mentir de dire que même moi je n'ai jamais commandé sur ce genre de sites ; on ne l'a pas tous fait, mais une grosse majorité l'a fait par facilité ; c'est vraiment une histoire de facilité, on veut vivre dans un monde sans efforts, par flemme. Il y a beaucoup de gens qui ne veulent plus s'embêter à se triturer l'esprit pour dire pourquoi, quelles conséquences ? »* (Yona, 18 ans)

Yona admet avoir été déjà tentée par la fast fashion mais avoir depuis été sensibilisée à la réalité de ce phénomène. En écho aux publications sur les réseaux sociaux que nous avons collectées, ses propos pointent à la fois la pollution liée à la courte vie des produits et les conditions de travail. Même si elle l'exprime différemment, ses affirmations rejoignent celles de Lila à propos du caractère addictif des applications alimenté par les *hauls*<sup>137</sup> sur les réseaux sociaux. Yona pointe également ce que nous avons pu observer par ailleurs comme étant le principal obstacle à la sobriété : le refus de faire des efforts, la peur des sacrifices (Kolli, 2022 ; Séré de Lanauze et Lallement, 2018).

---

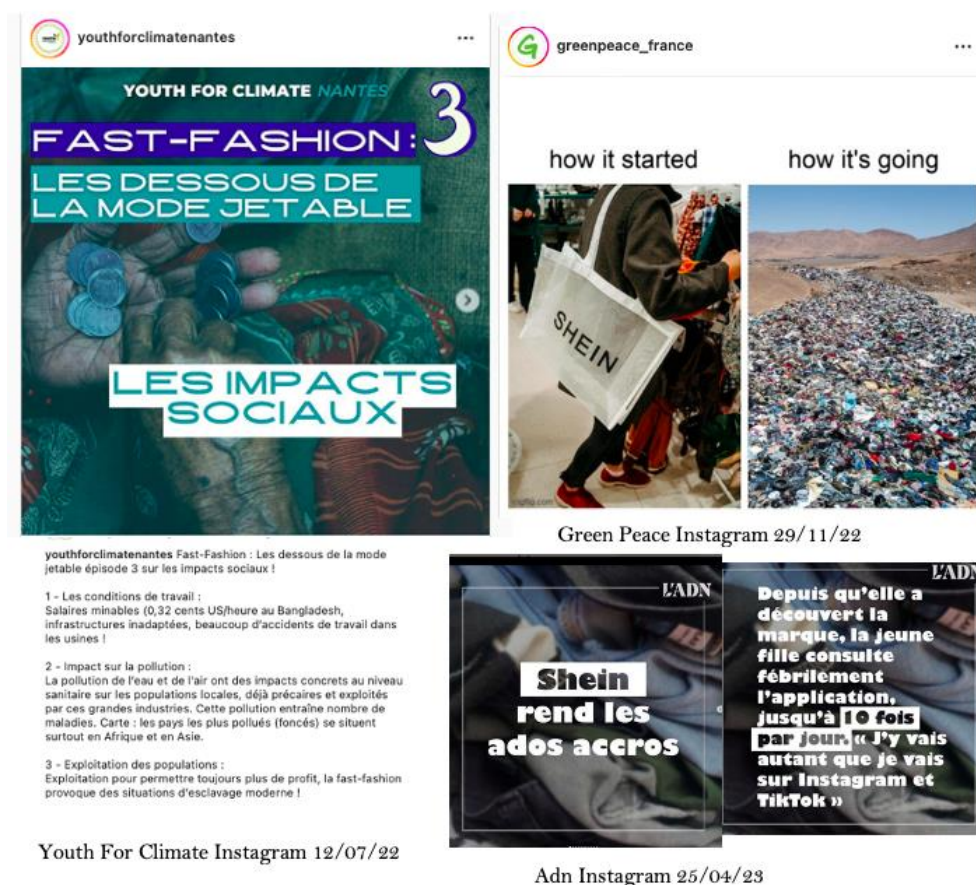
<sup>135</sup> La section 3 sera consacrée en détail à ce sujet

<sup>136</sup> 50% des clients en France ont moins de 25 ans : <https://www.capital.fr/conso/comment-shein-rend-ses-clients-completement-accros-1468078>

<sup>137</sup> *Hauls* : vidéos où des personnes déballent leurs achats après une séance de shopping, très populaires sur Tik Tok.



### Matériau 7 – Dénonciation des impacts de la fast fashion incarnée par Shein



En dehors du textile nos données font ressortir des préoccupations spécifiques qui, nous le verrons, ont un impact sur la façon de consommer des éco-concernés. Ils expriment leurs inquiétudes en affirmant être « choqués » ou « révoltés » par ce qu'ils voient dans leur quotidien. Nous avons choisi trois verbatims qui illustrent comment ces informants réagissent aux comportements de leurs concitoyens face à la conscience qu'ils ont, eux, des enjeux climatiques et environnementaux.

Le web regorge de publications qui expliquent que l'impact de la production de viande représente environ 15% des émissions de gaz à effet de serre directement par l'élevage et la production et indirectement par les conséquences de la déforestation et l'usage de fertilisants pour produire la nourriture destinée aux animaux comme en témoigne le matériau 8.



l'éviter. Ils sont toutefois davantage sensibilisés au fait qu'il est très difficile de le recycler et qu'il finit souvent dans les océans et dans nos organismes sous forme de microparticules. Cela les conduit à ressentir une profonde aversion pour ce matériau en particulier et de stigmatiser également le suremballage des produits industriels :

*« Encore et toujours, par rapport à l'alimentation, quand on achetait, quand on faisait nos courses en grandes surfaces, ce qui nous révoltait en premier lieu c'était **les emballages abusifs sur le plastique** ou les suremballages, en plus de la composition des aliments qui pouvaient aussi impacter. Il y avait beaucoup de ça. » (Mathieu, 25 ans)*

Dans ce verbatim nous voyons que Mathieu et sa compagne Éliisa, qui accordent beaucoup d'importance aux enjeux de santé, rejettent le plastique et l'associent aux aliments ultra-transformés qui bien souvent en sont recouverts. Ils sont synonymes de produits industriels emblématiques d'une mauvaise alimentation que nos informants associent aussi à une forme de surconsommation.

Le troisième point qui ressort des discours de nos informants est celui des transports. Il a été beaucoup question de l'avion et des jets privés qui ont nourri un important mouvement de contestation à l'été 2022. Mais finalement, dans la description de leurs pratiques quotidiennes, même s'ils l'expriment peu directement, c'est la voiture qui incarne pour eux le plus les difficultés à changer les comportements.

*« Ce n'est pas qu'on laisse (...) mais je n'ai pas l'impression que ça changera, **dehors toutes les voitures**, quand je regarde dans ma classe, sur dix-huit personnes le nombre de personnes qui prend sa voiture, je trouve ça hallucinant, mais ça ne choque personne. » (Damien, 19 ans)*

L'analyse du corpus nous éclaire sur ce que les jeunes éco-concernés identifient comme étant à la racine de la crise environnementale. Ils accusent la société d'inciter à consommer à outrance et les retombées en matière de pollution mais aussi de droits humains et animaux les préoccupent. Ils ont par conséquent une conception assez précise des mesures à prendre pour changer la donne.

## **2.2 Les solutions préconisées : ce que sobriété veut dire**

Le terme de sobriété était très peu présent dans le vocabulaire courant avant qu'il ne soit popularisé et que les politiques s'en emparent dans la foulée du troisième rapport du GIEC. Nous rappelons que nous n'avons jamais d'emblée utilisé ce mot et que quand il surgissait dans les entretiens nous demandions des précisions aux informants sur leur conception de la sobriété. Pour ce qui concerne les visuels, la demande ayant été faite en amont des entretiens, il s'agit

Chapitre 5. Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste

d'une utilisation spontanée des informants comme Juliette, qui pour décrire son mode de vie, a produit le visuel suivant :

### Matériau 9 - Visuel et commentaires de Juliette (19 ans)



« J'essaye d'avoir un mode de vie qui correspond, enfin **d'avoir un mode de vie, le plus écologique possible**, donc qui ait le moins d'impact sur l'environnement. Donc ce que je fais au quotidien, je fais plein de trucs...  
Alors, déjà la phrase c'est une phrase que ma professeure de terminale de biologie avait dit pendant un cours, et ça m'avait marqué, j'avais trouvé ça vachement bien dit. J'aime bien.  
Par sobriété heureuse, c'est plus **redécouvrir des plaisirs de la vie**, plutôt que juste consommer du divertissement, de tout quoi (...). Ensuite, en haut j'ai dessiné, c'est moi qui lis une BD au lieu d'être sur mon téléphone, j'avais mis ça, en fait j'avais cherché des idées de comment décrire ma consommation, et comme première idée j'avais parlé de la ferme (...) où on fait les courses de légumes, c'est la première chose qui m'est venu à l'esprit car c'était le plus simple mais en fait ça passe par plein d'autres choses : (...) réparer ses vêtements, **moins acheter**. En haut j'ai mis ce dessin aussi parce que le fait de lire ça joue beaucoup. Non seulement parce que ça permet de ... Faut que je trouve comment expliquer ça. Ça permet déjà de **moins consommer du numérique**, de divertissements numériques même si je suis pas du tout irréprochable sur ça. Mais j'essaye d'alterner un minimum avec d'autres trucs. (...) Ça m'évoque le fait **d'être plus conscient de son impact** et d'appliquer ... En fait la sobriété là-dedans j'englobe le fait de vivre d'une manière écologique et d'apprendre à se connecter un peu aux plaisirs simples de la vie comme aller juste se balader ou lire un livre **plutôt que faire des trucs qui polluent énormément, et de consommer énormément**. »

Ce verbatim est très riche et assez emblématique de ce qui se dégage de notre corpus de données. Très logiquement, dans la lignée des préconisations du GIEC, et du relai important

dont le rapport a bénéficié dans les médias à l'époque où les premiers entretiens ont été menés, nous retrouvons l'association entre sobriété et écologie. Cette relation a été largement relayée sur les réseaux sociaux comme nous l'illustrons ici par le matériau 10 qui insiste sur la nécessaire transformation des modes de vie dont nos informants ont intégré l'enjeu même si jusque-là ils n'employaient pas toujours le terme de « sobriété » :

### Matériau 10 - L'irruption de la sobriété dans le rapport du GIEC



Graine de possible (Camille Etienne) et Réseau Action Climat Instagram 04/04/22

Pour les éco-concernés la sobriété est donc bien une voie à privilégier pour réduire son impact écologique, c'est une façon effective d'agir pour l'environnement, ce que confirme Victoria :

*« En tout cas je prône la sobriété parce que pour moi c'est une des voies possibles pour essayer d'agir concrètement pour le réchauffement climatique. »* (Victoria, 23 ans)

Cette sobriété est également perçue comme une manière d'éprouver du plaisir en dehors de la consommation, des plaisir qualifiés de « simples » le plus souvent. Nos résultats nous apprennent que cette reconnexion passe par une phase d'introspection. Se questionner sur ses envies, ses besoins est très souvent évoqué dans le contexte de la sobriété, il est envisagé comme un préalable indispensable à toute démarche.

*« Ça serait pas un mal de procéder autrement, et se contenter d'un mode de vie un peu plus simple, plutôt que vouloir toujours quelque chose de grand, ou qu'on aurait du mal à atteindre, mais plutôt concentrer son énergie sur des choses qui nous font plaisir vraiment, et savoir ce qu'on a. »* (Mathieu, 25 ans)



Dans ce verbatim Mathieu fait référence à des frustrations qu'engendre inévitablement « *le statut miraculeux de la consommation* » (Baudrillard, 1970 éd. 2012 p.26). Nos informants n'opposent pas sobriété et confort ou plaisir et évoquent plutôt une forme de sobriété intellectuelle à ce sujet qui permettrait de se détacher des choses matérielles, de ne pas se laisser influencer par les diktats de la mode ou les images que renvoient certaines personnalités qui leur font croire qu'il faut posséder pour être heureux. Clémence le résume ainsi :

*« La sobriété, c'est bien, de vivre avec les choses seulement qui sont nécessaires à notre vie, à peut-être pas trop être, bah ça peut être dans le confort, mais je veux dire le moins de gadgets possible, d'être plus, enfin, d'émettre le moins possible de carbone, de gaz à effet de serre, **d'être sobre aussi dans sa manière de penser** (...) C'est bah tout se rejoint quoi, enfin, c'est bien, c'est pas grave si on part pas loin en vacances, **c'est pas grave si je suis pas à la mode**, c'est pas grave si j'ai pas le dernier gadget, enfin, oui, c'est plutôt ça la sobriété. »* (Clémence, 20 ans)

L'ensemble des résultats nous enseigne que ces jeunes éco-concernés cherchent à créer une rupture avec la société de consommation dans laquelle ils ont grandi mais aussi qu'ils souhaitent se démarquer d'une jeunesse assez matérialiste incarnée par les sportifs et les influenceurs. Une étude de #Moijeune<sup>139</sup> d'octobre 2022 a montré que seulement 26% des jeunes souscrivaient à cette vision de la sobriété (« un mode de vie plus sain et moins superficiel ») quand 44% en ont une opinion négative (« une énième injonction envers les consommateurs » ou « un terme à la mode qui disparaîtra de lui-même »). Nous avons constaté que nos informants, pour leur part, sont tous convaincus de la nécessité d'être sobres et c'est selon eux une nécessité absolue :

*« **Il n'y a pas le choix**. Il faut réduire la consommation, donc on sera obligés d'y passer. Donc voilà pour moi la sobriété sera obligatoire. »* (Noé, 25 ans)

L'analyse de nos entretiens met au jour une convergence vers l'idée qu'une grande partie de la solution réside dans l'adoption d'une démarche de consommation sobre qui sous-tend majoritairement une réduction de cette consommation et que les pis-aller présentés comme des alternatives par le marché ne rentrent pas dans l'équation. Ninon et Loïc sont très clairs sur ce point :

*« Dans l'idéal il faudrait réduire tout au maximum, mais c'est un peu un raisonnement pour se justifier et se dire ça va j'ai pas de voiture du coup je peux faire ça, ou je ne prends pas l'avion donc je peux manger de la viande ; alors qu'en vrai **il faut juste arrêter** de prendre l'avion **et** de manger de la viande. Il faut essayer de réduire au maximum. »* (Ninon, 24 ans)

---

<sup>139</sup> <https://www.moijeune.fr/enquetes/>

*« Voilà mais en gros, le fait d'acheter des trucs qui sont recyclables, bien du coup parce que c'est recyclable, ça ne sert à rien : le but c'est de **ne rien acheter, quoi !** » (Loïc, 25 ans)*

Ainsi, nous n'avons pas face à nous des « enfants gâtés » au sens de ceux décrits par l'anthropologue Fanny Parise (2022). Ils ne plébiscitent pas, ou très peu, les produits responsables qui servent d'alibi – de bonne conscience – pour continuer à consommer.

*« C'est vrai la sobriété ça va avec un modèle économique qu'il faut repenser, ça va avec une façon de consommer, les loisirs, de travailler, en fait, **ça implique de faire tout en moins**. Aussi accepter le fait qu'on ait moins de satisfaction, qu'elle passe par le travail, les loisirs. Je dis la même chose avec une autre tournure. Là depuis 2 siècles on est dans le maxi plus plus et **là va falloir être dans le moins**, enfin l'équilibre en fait. L'équilibre ça va être l'objectif maximal, mais pour emmener les troupes faut dire qu'il faut qu'on soit dans le moins. » (Erwan, 23 ans)*

Les propos d'Erwan nous indiquent que la sobriété évoque chez les éco-concernés une réduction globale et, très important également, qu'elle induit une redirection des rapports au travail, aux loisirs et à la consommation en général. C'est, selon eux, cette notion de sobriété « de pensée » ou « intellectuelle » déjà mentionnée. Il est intéressant de rapprocher le sens de « qu'on ait moins de satisfaction » à la frustration évoquée par Mathieu ou le « c'est pas grave » de Clémence qui nous font entrevoir l'intérêt de rechercher des sources de satisfaction non matérielles.

Si nous nous attardons sur ces derniers verbatims une des idées qui s'en dégage semble particulièrement intéressante à relever. Dans une société qui a toujours plébiscité la croissance, ces discours sont frappants chez des jeunes, ils sont à la fois lucides et pragmatiques et sont en rupture avec les modes de pensée des générations précédentes. Il est assez atypique d'entendre des jeunes exprimer le fait qu'ils entreront dans l'âge adulte en ne pouvant plus se permettre d'espérer avoir plus sur le plan matériel que leurs parents, que les rêves d'avenir auront une couleur très différente. Qu'il faut penser « en moins » et non « en plus ».

Ils ne prétendent pas que cela soit toujours facile et que la société leur facilite les choses. À la lettre B de Sobriété (matériau 4), Jeanne a écrit par exemple « *sortir de sa zone de confort* », elle nous l'explique en ces termes :

*« Sortir de sa zone de confort, parce que souvent **la consommation ça va avec des habitudes quotidiennes**, et changer ses habitudes ça demande beaucoup d'énergie mentalement, c'est pas facile. Pour moi ça correspond aussi à expérimenter de nouvelles choses et c'est pas toujours le plus facile et le plus agréable....**Il faudrait pouvoir consommer le moins possible** car toute consommation entraîne une pollution (la plupart du temps), mais quand on ne veut pas totalement se mettre en marge de la société à laquelle on appartient, un*

*certain niveau de consommation, donc de pollution est parfois « nécessaire », il me semble... »*  
(Jeanne, 19 ans)

Guillaume, lui, a du mal à avouer que c'est parfois difficile et il préfère se montrer réaliste car il est comme les autres convaincu de l'utilité de réduire sa consommation :

*« Non, bah juste faut le faire quoi »* (Guillaume, 21 ans)

Cette conviction partagée qu'il faut réduire sa consommation nous a conduit à interroger les informants sur le poids qu'ils accordaient à la responsabilité individuelle.

### **2.3 L'empowerment ou la responsabilité individuelle au service du bien collectif**

Notre corpus de données fait apparaître que les informants éco-concernés sont exposés à des messages qui peuvent parfois s'avérer contradictoires en ce qui concerne le poids des efforts individuels face à la crise climatique. En effet, il existe dans les médias et les groupes militants un vrai débat à ce sujet. Depuis quelques mois se sont propagées des injonctions fortes des pouvoirs publics à propos des « petits gestes » et des politiques publiques ont été déployées pour mobiliser les individus. Ces dispositifs néolibéraux de responsabilisation individuelle ou plus exactement de gouvernementalisation de la consommation (Rumpala, 2011) – s'appuyant sur les théories du pouvoir développées par Foucault (1978<sup>140</sup>) – ont pour objectif de déléguer aux citoyens le rôle de lutter contre le changement climatique à travers leurs décisions de consommation (Giesler et Veresiu, 2014). Ils font l'objet de critiques fortes dans la littérature dans la mesure où ils incarnent une faillite des institutions à réguler par des dispositifs publics les problèmes environnementaux mais peuvent également être vus comme des mécanismes complémentaires dans une société très individualisée (Salles, 2009 ; Thompson et Kumar, 2021). En France, l'appel à la contribution individuelle subit des critiques en raison de l'inaction à plus grande échelle et les préconisations jugées parfois ridicules (matériau 11 visuels 1 et 2 page suivante). Cependant, de nombreux activistes sont au contraire convaincus qu'il est vital d'agir en priorité à l'échelle individuelle (matériau 11 visuels 3 et 4 page suivante).

Nous retrouvons dans nos données ces deux conceptions de la responsabilité avec toutefois une propension à vouloir agir à son niveau afin de trouver du sens à l'action, plus particulièrement chez ceux qui se disent éco-anxieux comme Ismaël :

*« Je pense que tous les êtres humains ont un rôle. Ils en sont peut-être pas tous conscients, et ils le prennent peut-être pas tous à cœur. Moi je décide de le prendre au maximum que je*

---

<sup>140</sup> Naissance de la biopolitique - Cours au Collège de France (1978-1979)

*peux pour essayer de faire bouger les choses le plus possible, parce que **les choses doivent changer**.* » (Ismaël, 17 ans)

Ismaël exprime une conviction forte de l'importance de son rôle en tant qu'individu conscient des enjeux. Convaincu de sa responsabilité il est déterminé à s'investir pleinement pour ce qu'il considère être une mission vitale, en dépit de l'indifférence des autres.

### Matériau 11 - Deux types de discours sur la responsabilité individuelle



Visuel 1 Bon Pote Twitter 01/07/22



Visuel 2 On est prêt Instagram 07/07/22



Visuel 3 Team for Planet Instagram 13/05/23



Visuel 4 Make sense/ Hugo Clément Instagram 14/10/22

On retrouve cette idée chez Baptiste qui souligne l'importance de l'action et en endosse en partie la responsabilité afin de pallier aussi l'inaction des non-concernés. Ce verbatim dénote également une forme de frustration face à l'inertie des non-concernés.

*« Souvent quand je parle de mon engagement on me dit que j'en fais trop. Par exemple quand je fais mes courses à vélo même quand il pleut, on me dit que je pourrais y aller en voiture. Donc je dis que **si moi je ne le fais pas, qui va le faire ?** » (Baptiste, 19 ans)*

Nos données montrent qu'il est en effet parfois difficile d'accepter et de ne pas se décourager face à l'immobilisme et la passivité, ou comme pour Baptiste, face à la stigmatisation de leur engagement. Nos informants expriment assez souvent un sentiment de solitude et d'impuissance. Le verbatim extrait de l'entretien de Mathilde traduit ces sentiments et pointe le manque de confiance en l'effet collectif des actions individuelles alors qu'elle-même croit en « l'effet colibri » du cumul des contributions individuelles :

*« Bah, on n'a jamais vraiment le sentiment d'être utile je pense, c'est ça le plus gros problème. Oui, on est la seule, enfin ce n'est pas une personne qui va tout changer, mais en fait si, **c'est 1+1+1+1**, je sais que ce n'est pas juste moi qui vais tout changer, mais **je contribue quand même**. Si, je sens quand même... Pour ça que je pense que ce côté individualisme est le plus gros problème. Quand j'ai parlé aux gens qui mangeaient de la viande et qui ne comprenaient pas, ils me disaient, bah ça ne va rien changer si moi j'arrête de manger de la viande. Bah si, parce que tout le monde se dit ça, et au final voilà. » (Mathilde, 17 ans)*

Cette échelle individuelle est valorisée par nos informants en partie car, nous le verrons plus en détail au chapitre 6, ils ont consciences d'être privilégiés, éduqués, mais aussi de vivre dans un pays occidental qui participe de ce fait au dérèglement climatique par ses émissions. Eux-mêmes en tant que citoyens de ce pays participent par leur consommation à ces émissions.

*« Oui **je crois que j'ai un rôle à jouer**, parce que je fais partie, quand on regarde un petit peu, les émissions et l'impact sur les ressources environnementales, de enfin au niveau mondial, et on voit quand même que c'est dans nos sociétés que, une grande partie de cet impact est généré en quelque sorte, on vit dans des sociétés et dans des structures qui sont extrêmement friandes en terme de ressources, et qui ont un impact écologique qui est quand même considérable, et donc je pense que **moi en en tant qu'élément de cette société**, forcément en fait si je réduis cet impact je participe, à ce que cet impact soit réduit. Je pense qu'il y a peu d'endroits où il pourrait être aussi efficace, de faire attention à sa consommation et de propager ces valeurs, que dans les, que à l'endroit où j'ai évolué moi, après bien évidemment je suis (rire) un parmi quelques milliers voire parmi quelques milliards donc forcément ça suffira pas, mais ça, je pense que ça a quand même un impact. » (Edgar, 22 ans)*

Nous retrouvons ici l'idée développée dans le matériau 11 qui légitime toute action individuelle, même mineure. Il y est aussi évoqué la nécessité d'« embarquer » les non-engagés, de leur montrer en quelque sorte le chemin. Notre analyse révèle que ce crédo est largement partagé par les éco-concernés.

*« Je pense que j'ai un rôle parce que même si j'en fais un tout petit peu ça aide énormément. Il y a plein de méthodes qu'on pourrait adapter, dans sa maison, dans sa façon de manger, dans sa façon de vivre, d'acheter... et juste un tout petit peu et **le fait que les autres le voient** ça*

*peut créer des déclics et ça aide déjà beaucoup la planète même si c'est une personne sur 7,8 milliards. Mais vraiment s'adapter comme on peut à son échelle et c'est déjà énorme, les gens ils se rendent pas compte.* » (Salomé, 17 ans)

Cette certitude de pouvoir montrer l'exemple est très ancrée dans les discours des éco-concernés. Elle est notamment popularisée sur les réseaux sociaux par le concept de « roue de l'action » : la roue démarre lorsque des individus décident de se mettre en action parce qu'ils considèrent que c'est juste ou important, comme nos informants ont décidé de le faire, sans intention particulière de convaincre. Si le nombre d'individus en action augmente, il entraîne, par effet ricochet, des changements plus systémiques. C'est exactement ce que nous explique Mathias :

*« Je ne sais plus où j'ai lu ça, mais on a de la chance en tant qu'espèce sociale c'est que quand on modifie un comportement et que le comportement est plutôt sain, si les personnes à côté copient ce comportement il peut devenir très vite une norme. Et de ce côté-là, la responsabilité individuelle est forte et intéressante, parce qu'on se retrouve à faire des efforts individuels qui peuvent **influencer tout le monde**. Donc là en termes d'effort individuel il y a quelque chose à faire.* » (Mathias, 25 ans)

Si on considère que le mouvement devient systémique, on retrouve cette idée d'influence sur le comportement des entreprises ou la mise en œuvre de politiques. Pour ces jeunes, leur manière de consommer – ou de ne pas consommer – est vraiment la clé qui permettra de faire bouger les choses, même si, comme Louise, ils ont parfois le sentiment de ne pas être pris au sérieux alors qu'ils seront sans doute les plus impactés par la crise climatique :

*« C'est plus facile pour l'instant de faire des actions à l'échelle individuelle mais la réalité c'est qu'il faut aussi avoir des actions à une échelle plus grande. C'est plus sur la consommation que je peux avoir un impact pour l'instant. Les marques s'adaptent aux consommateurs donc si je change ma consommation cela peut changer cette partie-là de l'équation. Mais **pour l'instant le seul impact que je peux avoir c'est à l'échelle individuelle** parce que je trouve qu'on n'est pas très écoutés...ou alors comme au moment où il y avait les grèves du vendredi des jeunes, souvent tournées un peu au ridicule en disant qu'on n'a pas notre propre avis ou qu'on n'a pas forcément notre mot à dire alors que **justement c'est nous que ça concerne**. Enfin pour moi il devrait y avoir deux actions plus à l'échelle individuelle, on ne peut pas tout changer qu'à l'échelle individuelle. Pour moi c'est aussi important l'échelle plus globale.* » (Louise, 20 ans).

Les éco-concernés voient donc l'action individuelle comme une étape, un point de départ obligatoire, une porte vers le collectif qui reste à leur yeux l'objectif à atteindre. Le sentiment de pouvoir agir dans sa dimension individuelle au service d'un pouvoir collectif orienté vers des changements profonds est au cœur de la notion d'*empowerment* telle qu'elle a été définie au départ par les mouvements féministes (Hache, 2007).

Nos informants n'ont bien entendu pas toutes les réponses, les doutes sont omniprésents et comme nous l'avons déjà mentionné ces questionnements sont une constante mais voir des actions collectives leur permet de se rassurer, de se décharger un peu du poids de la responsabilité à l'image de Maïté :

*« Ce n'est pas facile. Après je pense que c'est plus aussi pour pas non plus se mettre la pression et **se dire que tout repose juste sur nous**, et qu'il y a aussi le collectif qui va plus aider. Le fait d'agir chacun à notre niveau nous permet de prendre conscience, et aussi, personnellement, l'individuel m'a vachement amené vers le fait que maintenant **c'est collectivement qu'on va faire avancer les choses**. »* Maïté (21 ans)

Nous comprenons aussi en analysant le corpus de données que nos informants nourrissent une forme de rancœur envers les politiques, que nous avons déjà évoquée au travers de la crise de confiance envers les institutions. Pour eux, agir à leur échelle est important pour initier une action collective mais ils ont à l'esprit que sans volonté politique, tout cela ne sert à rien. Nous avons pu au cours de cette recherche voir que de nombreuses causes donnaient aux jeunes éco-concernés des raisons de douter et qu'ils sont souvent très sceptiques sur le bien-fondé des politiques mises en œuvre. Ils trouvent généralement qu'elles ne protègent pas suffisamment les écosystèmes et font davantage primer les aspects économiques et les prérogatives des lobbys (agriculture, pétrole, industrie...).

*« Ça doit vraiment **venir des politiques aussi publiques**, qui doivent évoluer dans ce sens-là, plus nous cacher des choses, aux citoyens, être transparents et aller dans le même sens que l'écologie, respecter les limites planétaires quoi. »* (Clémence, 20 ans)

Clémence pointe l'obligation de transparence, ce que Salles (2009) a identifié comme étant l'une des conditions de la réussite de la responsabilisation en introduisant une forme d'équité dans les relations entre les citoyens et les instances de pouvoir. L'auteur suggère par ailleurs que les dispositifs de concertation et de participation du public, ainsi que les outils d'évaluation, jouent le rôle de garants facilitant l'exercice d'une responsabilité active et non subie.

Nos données font apparaître que dans l'esprit des jeunes éco-concernés c'est la surconsommation dans tous les domaines de la vie quotidienne qu'il faut éradiquer pour réduire l'empreinte carbone. La sobriété est par conséquent présentée comme la voie à privilégier quand elle signifie majoritairement réduire la consommation. Ces enjeux de réduction sont au cœur d'une démarche individuelle devant déboucher sur des actions collectives donnant aux éco-concernés le sentiment de pouvoir agir dans une forme d'*empowerment* renouvelé. Nos données montrent qu'en dépit d'un manque de confiance dans les institutions, les jeunes attendent toujours des mesures politiques plus proactives. Ces éléments conduisent les éco-concernés à s'interroger sur le sens de leurs pratiques et sur les manières de concrétiser leur volonté d'adopter des modes de consommation sobre.



### **Section 3 : Des pratiques de sobriété très réfléchies qui ne peuvent échapper à une logique consumériste**

---

Nous avons pu au travers des résultats présentés dans les sections précédentes comprendre les justifications et les enjeux que les jeunes éco-concernés identifiaient comme étant à la source de leur engagement. En effet, les grands sujets qui les préoccupent, l'inaction et la conscience qu'ils ont de leur responsabilité, les ont conduits à considérer qu'il fallait moins consommer. Ils assimilent les mesures jugées nécessaires à la sobriété et ont par conséquent choisi d'embrasser des modes de vie en rapport avec leurs convictions. Nous aborderons donc dans cette troisième (et dernière) section de ce premier chapitre de résultats ce que les données nous apprennent sur la place de l'écologie dans la vie quotidienne de nos informants et les pratiques de consommation qu'ils ont adoptées en accord avec leur acception de la sobriété.

#### **3.1 L'évaluation de sa consommation pour éviter la schizophrénie écologique et assumer ses actes**

Nos résultats ont mis au jour que les éco-concernés interrogés ont une telle conscience de l'urgence, une conviction si profonde que la surconsommation est un mal à combattre qu'ils ont fait de l'écologie une préoccupation centrale de leur mode de vie. L'inconfort qui peut résulter de l'incohérence entre les actions et les croyances, la dissonance cognitive, leur impose d'agir en accord avec leur vision de la réalité comme nous l'explique Ninon dont la trajectoire tend vers un engagement plus radical :

*« C'est impossible de vivre en pensant que ce qu'on fait est mauvais. Il y a un psychologue, Sébastien Bohler, qui a écrit *Le Bug humain*<sup>141</sup>, qui expliquait que pour être en cohérence et ne pas avoir de dissonance cognitive, il faut que nos actions correspondent à la vision qu'on a de la réalité. Donc il y a 2 options : soit on modifie nos actions, soit on modifie notre perception de la réalité. Donc c'est ce que vont faire les climato sceptiques, parce que par exemple si on est directeur de Total ou un truc comme ça, même s'ils sont conscients des enjeux, ils vont genre trouver un moyen de faire que logiquement leurs actions semblent bien parce que sinon c'est impossible » (Ninon, 24 ans)*

Nous constatons ainsi à la lecture des données que pour nos informants –surtout d'ailleurs pour les plus jeunes d'entre eux – le combat écologique revêt des enjeux identitaires et vient modeler la vision qu'ils ont d'eux-mêmes à l'image d'Ismaël :

---

<sup>141</sup> Ninon fait référence à l'essai de Sébastien Bohler, docteur en neurosciences : « *Le bug humain : Pourquoi notre cerveau nous pousse à détruire la planète et comment l'en empêcher* » paru en 2019 aux éditions du Seuil.

« **Je me définis** très souvent par mes engagements, je vis vraiment à travers mon engagement. C'est ce qui est **au centre de ma vie**. » (Ismaël, 17 ans)

Ismaël se décrit également comme éco-anxieux et cette précision est importante car l'engagement est aussi une manière pour l'individu d'avoir un sentiment de contrôle sur sa vie dans un contexte qui lui échappe totalement (Lachance, 2022). Ismaël nous l'affirmera d'ailleurs plus tard, son engagement dans diverses associations et les changements qu'il a opérés dans son mode de vie lui permettent d'aller mieux, de combattre son éco-anxiété. Nous traiterons de cet aspect au chapitre 6.

Nos informants ne prétendent toutefois pas être exemplaires sur le sujet et avouent parfois « dérapier ». Il s'agit pour chacun déjà d'être lucide, honnête avec soi-même et d'assumer ses erreurs. Pour Camille, comme pour les autres informants, faire preuve de conscience et évaluer attentivement les conséquences de ses actions sur l'environnement est à la base de toute démarche :

« Je pense qu'il ne faut pas se trouver d'excuses, ni se flageller, je pense qu'il faut être conscient que **chaque choix qu'on va faire va avoir un impact environnemental**. À chacun de faire la balance et d'être son propre juge. » (Camille, 20 ans)

Ce verbatim illustre le fait que ces jeunes semblent, à partir de leur engagement et des questionnements qu'il induit, avoir développé un niveau de conscience d'ordre supérieur : un niveau réflexif – assez marqué à cet âge de la vie (Lachance, 2022) – et une conscience plus morale qui influence leurs comportements (de Lamballerie et Guillard, 2023). Ces deux niveaux de conscience les conduisent à s'interroger sur leurs actes et induisent une forme de responsabilité individuelle telle que nous l'avons décrite précédemment. En mettant l'accent sur la nécessité pour chacun d'exercer son propre jugement, le verbatim de Camille encourage également à assumer ses décisions. En effet, nous verrons que les éco-concernés doivent souvent faire face au jugement de leurs pairs ou des non-concernés s'ils n'agissent pas exactement comme on pourrait l'attendre d'eux. C'est ce que l'on nomme la « pureté militante <sup>142</sup> » et celle-ci est souvent jugée contre-productive. Nos informants placent l'écologie au cœur de leur vie mais il est parfois difficile d'être exemplaire en permanence, tout en ayant conscience, comme nous l'explique Capucine :

---

<sup>142</sup> Pour des exemples de définition : <https://hushoots.eu/blogs/conseils-et-aventures/purete-ecologique-militante-5-conseils-pour-y-faire-face> ou <https://www.neonmag.fr/purete-militante-culture-du-callout-quand-les-activistes-sentre-dechirent-569283.html>

*« J'ai l'impression que **tout tourne autour de ça** dans ma vie (l'écologie), et dans la vie en général. Forcément, avec tout ce qu'on entend, et qu'on sait, ça devient une préoccupation très importante. Je ne saurais pas vraiment dire... En fait c'est comme si **tous mes choix dans la vie** étaient orientés par rapport à ça. Après, je ne suis pas non plus... Comment dire ça... Je ne suis pas non plus militante. Y'a des choses que je consomme où je sais que ça n'a pas une bonne empreinte écologique mais je le fais quand même .... »* (Capucine, 19 ans)

Capucine nous précise peu après qu'il lui arrive par exemple d'acheter des produits alimentaires industriels quand elle n'a pas le temps ou de prendre sa voiture quand elle est fatiguée ou qu'il fait froid. Cela ne signifie pas forcément qu'elle ne ressent pas de culpabilité car nos informants admettent également qu'il est difficile de se détacher de ces préoccupations dans les gestes les plus quotidiens tant ils en ont intégré les enjeux et recherchent de la cohérence entre leurs pratiques et leurs convictions. C'est ainsi que Maïté peut culpabiliser même pour les achats qui paraissent les plus anodins :

*« Je pense déjà qu'il y a un moment où on arrive, quand on commence à prendre conscience des déchets et du social derrière, il y a peut-être beaucoup de culpabilité, du fait, dès que j'achète un paquet de pâtes, ok c'est quand même du carton en plus. Le fait d'avoir conscience de ça, **c'est dur de consommer différemment sans culpabiliser** ou pas se rendre compte quand on achète un aliment de ce que ça fait derrière. »* (Maïté, 21 ans)

Nous pouvons percevoir dans les données que parfois certaines situations sont pesantes et que les arbitrages qu'ils doivent faire entre nécessité et culpabilité ne sont pas toujours faciles. En effet, nos informants font face à un questionnement permanent qui résulte de leur forte exposition aux informations anxiogènes et à la somme de connaissances, parfois très importante qu'ils ont accumulée au sujet des impacts de leur consommation sur l'environnement. Mais tous décrivent une démarche devenue systématique, une seconde nature, comme Erwan, qui nous explique *« qu'il ne peut s'en empêcher »* ce qui était déjà sous-entendu dans le verbatim de Maïté :

*« Je questionne toujours la pertinence de la consommation. C'est dur, c'est à partir des connaissances que j'ai. **Je ne peux pas m'empêcher d'estimer le coût** que ça peut avoir, que ce soit humain ou non humain. D'un point de vue social ou de la biodiversité. »* (Erwan, 23 ans)

Ce verbatim amène une réflexion intéressante sur les stratégies mises en œuvre par les éco-concernés pour éviter ce que La Branche (2012) a théorisé sous le terme de « schizophrénie écologique ». Ce concept met en évidence la contradiction ou le conflit entre les comportements quotidiens et les valeurs écologiques. Ce terme, peu utilisé, décrit la dissonance entre les actions individuelles qui peuvent être nuisibles pour l'environnement et une préoccupation générale pour la protection de la planète qui peut engendrer un sentiment de malaise ou d'incohérence

chez les individus désireux d'avoir un mode de vie respectueux de l'environnement (La Branche, 2012). Paco, qui comme il le précise étudie l'économie, donne de lui-même une image de consommateur rationnel, peut-être un peu excessive mais qui reflète les arbitrages permanents que sont amenés à faire les éco-concernés.

*« Il y a l'arbitrage entre le plaisir, et ce que ça nous apporte sur le moment, et les informations, et du coup le coût. Après c'est peut-être une approche un peu économique. En fait c'est assez drôle parce qu'en rejoignant un master d'économie comportementale qui théoriquement devrait apporter davantage de psychologie aux théories économiques, le fait d'être encore plus dans des modèles économiques, micro-économiques, ça m'a fait moi avoir de raisonnements encore plus économiques, et encore moins humains ou presque. Enfin non, ce n'est pas moins humain, je suis pas devenu un robot, mais je vais parfois **établir des coûts / bénéfiques**, du coup bref, je théorise parfois certaines choses. »* (Paco, 22 ans)

Cette intellectualisation de l'acte de consommation est assez omniprésente dans nos données, parfois en filigrane et Edgar, approfondit l'explication sur sa manière de procéder. Son argumentation tourne autour de la notion de ressources qu'il a citée comme étant la base sur laquelle reposaient les différents piliers de son mode de vie comme nous le détaillerons ultérieurement :

*« De quoi j'ai besoin, et aussi se poser la question de qu'est-ce qu'il y a derrière en quelque sorte ? **qu'est-ce que ça engendre aussi comme coût** ? qui est pas seulement le coût financier, mais aussi en termes de ressources, **en termes écologiques** et tout, et **faire attention que je sois pas responsable du coût excessif pour rien** quoi. Il y a deux dimensions. Il y a d'abord la dimension bah quel impact en termes de ressources ? donc quel impact écologique va avoir une consommation ? enfin chaque chose qu'on consomme, tout ce qu'on fait, toujours nécessite des ressources, que ce soit nos ressources ou des ressources qui viennent d'autre part, mais donc c'est un peu **une espèce de grille d'analyse**. Et en même temps, c'est aussi l'autre, l'autre versant, c'est forcément mes ressources financières, mes ressources énergétiques aussi, toutes les ressources personnelles que j'ai et que je peux choisir d'attribuer ou non à quelque chose, que je peux choisir d'investir ou non dans quelque chose. Et donc forcément si j'ai pas les ressources pour investir dans quelques chose, bien la question ne se pose même pas. »* (Edgar, 22 ans)

Tout comme Paco ou Erwan que nous avons cités mais aussi pour d'autres informants, Edgar déclare se questionner en permanence. Ils viennent appuyer ce que Guillard (2021) a montré comme le fait de devenir un consommateur sobre constitue un cheminement qui, à partir du moment où l'individu prend conscience des impacts environnementaux de sa consommation, l'engage dans un processus réflexif tout au long du cycle de consommation. En outre, Edgar introduit ici d'autres types de tension, la tension financière et ce qu'il nomme « *mes ressources personnelles* » qui recouvrent notamment le temps dont il dispose. Il est ici important de souligner que l'ensemble de nos données a mis en lumière que la sobriété requerrait ces deux

ressources dans de nombreux contextes et qu'elles faisaient- objectivement ou non - souvent défaut aux jeunes.

Les questionnements auxquels nos informants font face, cette réflexion approfondie sur les conséquences écologiques de leur consommation entraînent au quotidien la mise en œuvre de processus routiniers autour de la notion de besoin et d'interrogations sur la pertinence d'un achat. Nous retrouvons ici la centralité de l'idée de besoin (Gorge et *al.*, 2015) telle que nous l'avons évoqué dans notre revue de la littérature sur la sobriété. Comme nous le montrent les exemples d'Edouard et Camille, ils ont intégré cette dimension dans leurs choix et elle fait intégralement partie de leur conception de la sobriété :

*« Ma consommation j'ai essayé de la rendre **la plus sobre possible**. À chaque fois qu'il faut que je pense à un achat, je vais réfléchir tout de suite **si j'en ai besoin**, si ça m'est utile, si je n'en ai pas déjà un exemplaire chez moi ou chez mes amis. J'applique ces questions au quotidien pour avoir un usage sobre de mes consommations. »* (Edouard, 24 ans)

*« Je dirais que j'ai une approche sobre, avant d'acheter quelque chose, je vais vraiment me demander ce qui me pousse à l'acheter, si c'est pour me faire un petit plaisir, si c'est un vêtement, est-ce que je vais vraiment le porter, ou si c'est pour une occasion unique, est-ce que je vais vraiment l'utiliser, **est-ce que j'en ai vraiment besoin**, est-ce que je n'ai pas déjà autre chose qui permettrait de remplacer cette envie d'achat. Est-ce que c'est essentiel ou **est-ce que je peux vivre sans**. »* (Camille, 20 ans)

Les processus réflexifs que nous venons d'évoquer conduisent nos informants à adopter des pratiques spécifiques qui leur permettent de réduire la dissonance entre informations disponibles, discours et actes. Nous avons recueilli de nombreux verbatims traitant des pratiques de consommation que nous allons à présent étudier.

### 3.2 Les pratiques associées à la sobriété

Nous avons interrogé nos informants sur leur mode de vie et plus précisément sur leur façon de consommer. Sur les comptes de réseaux sociaux ou les blogs destinés aux jeunes, nous avons relevé de nombreuses publications se référant aux changements de consommation à opérer comme en témoigne le matériau 12. Les écogestes sont soit présentés en listes d'actions à entreprendre, par poste de consommation (alimentation, transports...) ou plus spécifiques (comme ici le fast-food).

**Matériau 12 - Exemples de publications portant sur les gestes à accomplir pour réduire son impact environnemental**



Nous avons sur ce sujet recueilli de nombreux verbatims et quelques visuels. Clara (21 ans) et Théo (22 ans) qui ont adopté les mêmes habitudes de consommation au cours de leur vie commune, nous ont par exemple fourni un visuel les détaillant (matériau 13). Nous pouvons à travers leurs explications, retrouver dans leur mode de vie les catégories décrites par Sandberg (2021) pour évoluer vers un mode de vie sobre : réductions absolues, changements modaux, accroissement de la longévité et pratiques de partage<sup>143</sup>. La grande majorité de nos verbatims décrivant les pratiques de consommation peut être insérée dans ces catégories. Au vu de la quantité de données collectées les verbatims correspondants seront regroupés dans des tableaux et nous présenterons dans cette sous-section les commentaires généraux, afin de privilégier la clarté. Nous avons favorisé la présentation de verbatims mettant l'accent sur les motivations derrière les pratiques.

### Matériau 13 - Visuel et commentaires de Clara (21 ans) et Théo (22 ans)



Théo : « *On consomme de moins en moins de viande voire plus du tout, et moi je n'en mange que quand on m'en propose, chez mes parents ou lors de soirées ou si on va manger quelque part dans un restaurant. Dans ce cas je peux prendre des trucs à base de viande, mais je n'en achète pas pour moi.* »

<sup>143</sup> Chapitre 1 de la revue de littérature

Clara : « *Je n'achète plus de vêtements neufs ; soit je récupère des choses, soit on fait des échanges, soit je les donne, soit je vais dans des friperies. Ou alors des fois quand c'est des chaussures ou autre c'est sur Vinted ou Le Bon Coin ; je favorise la seconde main. La prochaine étape c'est de savoir faire un peu de patronage pour les faire, mais pour le moment c'est encore un peu chaotique ; j'ai essayé mais il y a encore des choses... parce que j'aimerais faire des formes particulières. En tout cas je n'achète plus de vêtements neufs du tout, sauf pour un anniversaire ou Noël* »

Théo : « *Pour moi c'est plus du tout envisageable d'acheter un produit neuf, je récupère les vêtements des parents et des beaux-parents, ce qui me convient très bien. Et c'est pas du tout prévu, c'est souvent des découvertes, on va dans la cave, on dit ça tu le portes ? Non, on dit ok je te le prends. Et je m'habille comme ça depuis 2 ans, 1 an et demi, et je ne me vois absolument pas rentrer dans n'importe quelle boutique pour acheter neuf. Pour l'instant ça ne me paraît pas normal, mais ...*

*Il y a une autre dimension, si ça a appartenu à la famille il y a forcément un côté sentimental.* »

Clara : « *On a plus de facilités à aller au marché, qui est en plein centre-ville, on a moins de 5 minutes pour y aller. C'est aussi une facilité économique parce qu'au marché on peut choisir nos produits ; au-delà de la qualité des produits, du lien qu'on a avec les commerçants, c'est forcément quand on sait quels stands, là où on a ses habitudes, c'est avoir des produits de qualité, sans suremballages, et qui sont à des prix abordables finalement (...). Ce qu'il y a en-dessous des carottes flétries, c'est le magasin de La Souterraine, le magasin vrac. Blablacar moi j'essaie de privilégier mes déplacements en covoiturage, d'un point de vue financier, lui aussi d'ailleurs, et d'un point de vue relationnel et écologique.* »

*(...) Après au-dessus vous voyez, c'est un compost. À La Souterraine on a la chance d'avoir des mairies en général qui sont assez concernées par l'écologie et on a plusieurs composts dans la ville. Maintenant ça me semble naturel d'avoir un compost, quand je n'en vois pas je trouve ça triste parce que c'est si simple à mettre en place au niveau des mairies. C'est des choses qui devraient être démocratisées. Nous on fait notre compost, on l'a toujours fait (...) Après en-dessous il y a des petits poireaux qui repoussent ; je ne sais pas si vous savez mais les poireaux quand on les coupe, il ne faut pas faire ça avec des poireaux pleins de pesticides parce qu'on se retrouve avec les pesticides après, mais si on prend des poireaux plus ou moins bio, en tout cas sans trop de pesticides au niveau des petits commerçants ou autres, si on les coupe de 1.5 cm, 2 cm de leur base, on les remet dans un fond d'eau et ils repoussent tout seuls. Ils ne poussent pas jusqu'à une taille démente, mais ça peut donner 10-15 cm de poireau.* »

Théo : « *Ce qui fait que Clara mange ses poireaux qu'elle cultive.* »

Clara : « *Dans mon appart (...) Et après les objets en-dessous c'est tout ce qui est brocante, Recyclabulle dont il vous a parlé tout à l'heure. En général je ne meuble qu'avec ça ou avec des meubles que j'ai chez moi déjà et qu'on a récupérés.* »

Et au milieu ? Des légumes dans des bols, c'est de la cuisine ?

Clara : « *C'est parce qu'on cuisine beaucoup tous les deux avec ce qu'on achète au marché. Moi entre parenthèses je travaille aussi au marché le samedi matin, du coup je récupère une partie des invendus quand ils veulent bien m'en laisser ; et je cuisine avec après.* »

Théo : « *La cuisine c'est important. On n'achète pas de trucs tout prêts.* »

Ainsi comme nous pouvons le relever à la lecture de ce verbatim, le mode de vie de Clara et Théo repose sur un système de pratiques (Özçağlar-Toulouse, 2005) que nous nous proposons de détailler en suivant la typologie de Sandberg (2021) et en débutant par les réductions absolues.



### 3.2.1 Réductions absolues

Les réductions absolues correspondent à l'arrêt total d'une consommation ou à sa réduction. Comme nous l'avons déjà relevé, les données révèlent une volonté globale de réduire, par conséquent tous les types de consommation sont potentiellement concernés. Le tableau 19 nous donne quelques explications sur les différents pôles de consommation que nos informants tentent de réduire.

**Tableau 19 - Verbatims se rapportant à des réductions absolues de la consommation**

Réductions absolues		
Consommation globale	« <i>J'ai vraiment <b>une consommation assez limitée en tout</b>, et je réutilise tout ce qui peut se réutiliser, je répare tout ce qui peut se réparer.</i> » (Ismaël, 17 ans)	« <i>Il y a des débats et des trucs que je trouve stériles et qui demandent de consommer des trucs et tout. Je ne sais pas... Bien moi je passe outre et <b>je suis minimaliste</b>. Je suis rudimentaire dans pas mal de choses pour la bouffe, pour la déco. Par exemple je n'ai pas de frigo. Ma propriétaire, parce que je suis locataire, voulait absolument me racheter un frigo neuf et tout, et bien ce genre de truc, je refuse.</i> » (Loïc, 25 ans)
Produits d'origine animale	« <i>Alors, je, du coup, moi je suis quelqu'un qui a un bon appétit, qui fait beaucoup de sport, donc je mange bien, et j'aime manger de la viande...Maintenant <b>je réfrène énormément ma quantité de viande, parce que je sais que c'est quelque chose qui pollue énormément</b> : l'industrie, enfin l'élevage, l'élevage en général, donc je diminue ma consommation de viande, mais je ne suis pas végétarien.</i> » (Gaspard, 20 ans)	« <i>L'été dernier notamment, c'est là où...à peu près en mai, juin, je commençais à culpabiliser, rien qu'en mangeant des pâtes carbonara avec des lardons, alors que c'est pas une grosse pièce de viande. Mais ça peut paraître tout bête : <b>je vois tout le temps l'animal derrière</b>. C'est comme si on me servait la tête de l'animal dans l'assiette, et c'est pas possible, je peux pas...cette image, elle me foudroie. Et c'est venu petit à petit, naturellement. Même si j'ai toujours regardé des documentaires, des reportages dans les hypermarchés, les abattoirs, ça m'a toujours extrêmement percutée, j'en faisais des cauchemars, c'est horrible.</i> » (Yona, 18 ans)
Alimentation	« <i>Mais <b>je n'achète jamais de fruits qui viennent d'autres continents</b>. Je trouve que c'est une aberration. Quand c'est la saison des pommes françaises, je ne vais pas prendre une mangue. Les saisons j'essaie de les respecter.</i> » (Baptiste, 19 ans)	« <i>Je n'achète presque <b>pas de nourriture transformée</b> et j'évite les produits où je sais qu'il y a de la maltraitance animale ou autre. J'essaie de voir où c'est produit, de me renseigner sur ce que j'achète le plus possible.</i> » (Zakaria, 23 ans)
Energie	« <i>On limite au maximum (le chauffage, l'eau) dans un premier temps, on essaye d'être au plus sobre, parce que <b>c'est le seul moyen d'être plus écologique, parce que chaque énergie va polluer</b>, même si c'est par le biais d'une éolienne ou de</i>	« <i>Et après sobriété, ça passe aussi par chez moi. C'est un peu bête mais je suis toujours à 17 de chauffage, je ferme les portes pour garder la chaleur, les lumières, bon ça c'est <b>l'écologie des années 2000 mais bon c'est quand même un élément de</b></i>

Chapitre 5. Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste

	<p>panneaux solaires, ils ont quand même un impact, même s'il est moindre que les énergies fossiles. On a quand même choisi des fournisseurs pour l'électricité et le gaz, notre appartement est à l'électricité et au gaz. » (Mathieu, 25 ans)</p>	<p><b>réponse aux enjeux environnementaux.</b> » (Erwan, 23 ans)</p>
Chaînes de magasins	<p>« Et moi je veux vraiment pas aller à Zara, H&amp;M, <b>les marques comme ça ou les trucs en ligne genre Shein, pour moi c'est à bannir.</b> Je sais que c'est vraiment une catastrophe, catastrophe. » (Juliette, 21 ans)</p>	<p>« Le <b>McDo</b> c'est assez sectaire, c'est toujours non. Moi tout ce qui est mode grandes surfaces, type chaînes, c'est juste pas possible. Et après en consommation globale tout ce qui est Amazon, <b>les grosses structures comme ça, c'est pas possible.</b> » (Théo, 22 ans)</p>
Avion	<p>« <b>J'ai arrêté de prendre l'avion.</b> Ça c'est parfois compliqué pour partir en vacances avec ma famille, du coup je ne pars plus avec eux, ou ils sont obligés de partir dans des destinations plus proches. J'ai pas vraiment eu beaucoup de problèmes, sauf l'été dernier où je suis allé à Lisbonne en train et car, mais à part ça, j'ai pas eu de longs trajets à faire, donc ça va. » (Paco, 22 ans)</p>	<p>« J'ai plus trop le réflexe, même de regarder des billets d'avion. Quand c'est possible de faire le train, quitte à faire des trajets beaucoup plus longs, même en bus. <b>J'ai moins l'envie qu'avant</b> de découvrir, et voyager dans d'autres pays. Je suis plus en mode <b>la France c'est cool</b>, autant rester là où on est. » (Maïté, 21 ans)</p>
Voiture	<p>« Je n'ai plus de voiture, j'ai possédé une voiture au début, j'ai le permis, mon père m'a donné une voiture ancienne qu'il avait. Elle a été vendue. Alors que mon entreprise est à E., <b>je refuse d'avoir une voiture personnelle</b>, donc ce sont des transports en commun, du train (je refuse l'avion) et beaucoup de vélo, ça me fait énormément de bien, pour faire des courses, pour me déplacer. Le vélo ça devient très à la mode. Et quand on est à vélo on est quand même plus sympathique qu'en voiture. » (Edouard, 25 ans)</p>	<p>« <b>Je ne veux pas passer mon permis.</b> Même s'ils essaient de changer avec les voitures électriques, que ça pollue moins, pour moi j'ai encore le train qui passe dans mon village donc pour l'instant je n'en ai pas besoin, j'ai mes pieds pour marcher, le vélo, des fois on me dépose en voiture. Et oui ça pollue, <b>pour moi c'est un peu trop de responsabilité</b> ; vu tout ce qui se passe maintenant avec les problèmes de carburant, le jour où j'aurai une voiture je n'aurai plus rien pour l'approvisionner. » (Lou, 19 ans)</p>
Vêtements	<p>« Concernant les vêtements, ça fait longtemps que je suis sensible à cette <b>industrie très polluante</b> et qui pose aussi des problèmes sociaux, avec <b>des travailleurs exploités, notamment les Ouighours</b>, chez certaines marques dont les travailleurs sont exploités. Je pense que ça a été un facteur supplémentaire qui m'a amené à réduire ma consommation de vêtements, mais dès l'origine je n'ai jamais été une grande fashionista à m'acheter de nouveaux vêtements tous les deux jours. Mais en prenant en compte la question environnementale et sociale, ça m'a donné des arguments supplémentaires pour faire plus attention à ce que j'achetais, la qualité,</p>	<p>« J'avoue que j'ai un peu honte, car c'est l'industrie par excellence du textile. Déjà, ils exploitent des mains ouvrières très peu chères. Je n'achète plus rien chez Zara maintenant, j'ai pris des nouvelles résolutions. Je trouve que c'est hyper industrialisé, j'ai vu comment ils déballaient leurs habits <b>c'est que du plastique, et c'est aussi par rapport à l'esclavagisme de la main d'œuvre</b>, je ne sais pas quel pays, mais surtout les pays d'Asie. » (Victor, 18 ans)</p>

	<i>d'où ça vient, par qui c'est fabriqué... »</i> (Camille, 20 ans)	
--	--	--

Les résultats nous apprennent que les deux catégories les plus emblématiques sont les produits d'origine animale et les transports, les deux catégories les plus contributrices aux GES à l'échelle individuelle. Ainsi, une grande partie de nos informants est devenue végétarienne et ceux qui ne le sont pas sont à présent flexitariens avec une consommation de viande extrêmement réduite. Le véganisme en revanche est pour le moment moins répandu mais tend à être un objectif à atteindre pour ceux d'entre eux qui ont acquis les bases d'une l'alimentation végétale. Les raisons invoquées sont majoritairement les conséquences de l'élevage sur l'environnement (déforestation, monoculture, pollution des sols et de l'eau, ...). Les conditions de production (élevage intensif, poulets en batterie, pisciculture, ...) forment le deuxième ensemble de raisons invoquées pour expliquer leur choix. Généralement les éco-concernés arrêtent de consommer de la viande pour des raisons écologiques et deviennent ensuite sensibles au bien-être animal. Devenir végétarien ou réduire sa consommation de viande et de poisson est bien souvent le premier geste adopté par les jeunes qui veulent changer de mode de vie et ceci pour trois raisons, affirmées ou non. La première, que nous venons d'évoquer est son impact environnemental, la seconde est le fait que ce soit quelque chose de quotidien et assez facile à mettre en place finalement. La dernière et non la moindre est qu'être végétarien est plus qu'un régime alimentaire. C'est un statut qui est visible par les autres et qui permet de se définir, d'afficher ses convictions personnelles.

En ce qui concerne les transports, les données que nous avons sont assez mitigées. Pour la voiture notamment, cela dépend beaucoup du lieu de vie, du type d'infrastructures disponibles et des trajets nécessaires. Certains n'ont pas besoin de voiture et ne pas en avoir n'est pas réellement un challenge. Pour l'avion en revanche, une grosse majorité refuse à présent de le prendre et préfère voyager en France ou dans des endroits où le train peut les conduire. Toutefois, ils reconnaissent que leurs études (Erasmus, échanges) les obligent parfois à le prendre mais dans tous les cas ils essaient de chercher des moyens de substitution. L'effet « temps » est également très présent : partir pour un an ou une semaine n'a pas pour eux le même impact et s'ils sont obligés de prendre l'avion ils préfèrent que leur famille ne vienne pas les voir. Nous avons dans nos résultats quelques verbatims où les informants s'étonnent des prix des billets d'avions par rapport aux billets de trains, souvent plus chers sur de courtes distances.

Les autres types de réductions sont assez diversifiés et se rapportent comme nous pouvons le constater dans le tableau 19 à l'alimentation (produits transformés, nécessitant du transport ou

trop d'eau, hors saison...), l'énergie (baisser le chauffage, fermer les lumières, ne pas laisser couler l'eau...) et les formes de commerce (chaînes de fast fashion, fast food, hypermarchés...). Pour les vêtements, ils évitent les grandes enseignes pour les mêmes raisons que la viande : les conditions de production et de transport d'une part et les droits humains d'autre part.

### 3.2.2 Changements modaux

Les changements modaux sont représentés comme des modifications de choix de consommation. Ils correspondent au fait d'opter pour des modes de consommation moins gourmands en ressources. Nous avons choisi le visuel de Lou pour illustrer ce que peuvent recouvrir ces transferts (matériau 14).

Matériau 14 - Visuel de Lou (19 ans) et commentaires

**MON MODE DE VIE**

**Pour ce qui est des vêtements =**  
 Rien de mieux que les **FRIPERIES**, **RÉDERIES** et **BROCANTES** pour trouver son bonheur!  
 Et les membres de sa famille qui se débarrassent des leurs!  
 J'aime l'idée de pouvoir donner une **SECONDE VIE** aux objets!  
 Faire perdurer leur histoire!  
**MARQUES**  
 J'aime d'en porter...  
 Un sentiment de **CULPABILITÉ** me noie lorsque j'achète du neuf.  
**ET L'ARTISANAT !!!**  
 Tout comme pour certains des objets que j'utilise...  
 Je favorise les matériaux qui durent dans le temps =  
 Exemple : Brosse à dent en bois, Brosse à cheveux en bois.  
 Et j'essaie d'éviter ceux qui polluent le plus → **PLASTIQUE** (Quand il y en a trop, ça m'écoûte ?)

**Pour me déplacer j'utilise =**  
**TOUS LES JOURS**  
 Tout le temps!  
**PRINCIPALEMENT mes pattes**  
**AUTRES**  
 Le train ALLER-RETOUR pour me rendre à la faculté.  
 Le vélo POUR DES COURS TRAJETS QUI NE SE FONT PAS A PIEDS.  
 La voiture EN FAMILLE OU EN CAS DE BESOIN URGENT (EXEMPLE: Train supprimé).  
 Le BUS (RAREMENT) sans façon.

**Au niveau du TRI chez moi il ya =**  
**TRÈS IMPORTANT !!!**  
 POUBELLE ET BAC DE TRI-RECYCLAGE  
 POUBELLE ET BAC NORTIAL  
 POUBELLE À VERRE  
 POUBELLE POUR LE PAPIER  
 LE BAC POUR LE COMPOSTE  
 BAC POUR LES AMPOULES, PILES, ...

**Pour se laver et laver =**  
 DÉODORANT FAIT MAISON ou EN VRAC (Par moi et ma mère)  
 SHAMPOING et GEL DOUCHE SOLIDE (AUCUN DÉCHETS PLASTIQUES!)  
 LESSIVE FAITE MAISON (PAR MES PARENTS) Bidons réutilisés.  
 SAVON SOLIDE POUR LES MAINS  
 Ma mère fait du savon liquide pour les mains en récupérant les petits bouts de savon solide qu'elle recycle.  
 UN SCEAU POUR RÉCOLTER L'EAU DE DOUCHE QUI TERMINE DANS LES WC COMME CHASSE D'EAU REVISITÉE.  
 RIEN NE SE PERD TOUT SE TRANSFORME!

**La nourriture**  
 Je privilégie = **LE BIO**  
**L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE**  
 Savoir que les aliments que nous mangeons ont été cultivés dans de bonnes conditions dans le respect de chacun et celui de la nature. Cela me donne beaucoup plus envie de manger des légumes!  
**LE LOCAL**  
 J'aime savoir d'où provient la nourriture que je mange et qu'elle m'a pas traversé toute la globe pour finir dans mon assiette!  
**LE FAIT MAISON**  
 Des plats cuisinés avec intentions et produits frais! Il n'y a rien de mieux et de MEILLEUR!  
 De plus en plus de petits restaurants ouvrent avec cette envie de bien faire! (pour la santé et l'environnement)

J'aime bien aller acheter des vêtements comme vous voyez dans les friperies, et faire les brocantes pour les trouver, comme si je méritais ce que j'achetais, et que c'était unique. J'aime pas énormément acheter

*dans les commerces, je me sens un peu coupable d'acheter trop de neuf d'un seul coup. J'aime bien **faire perdurer les vêtements**, donc j'achète beaucoup de seconde main, **je suis fière de porter de la seconde main**. Ça ne me fait rien de savoir que ce sont des vêtements qui ont déjà servi, et ça m'évite de racheter quelque chose qui a traversé des kms pour arriver pas très loin de chez moi (...)*

Pourquoi coupable ?

*Je sais pas, c'est produire en chaîne comme ça, et fait par des personnes qui gagnent peu, et dans des conditions misérables, ça ne me plaît pas. Surtout pour avoir fait des stages dans des entreprises où ils font des vêtements, ça ne donne pas envie.*

*En seconde main j'ai pas trop ça, parce que je sais que ça a déjà été utilisé, même si au tout début ça a voyagé des kms, mais je sais que ça a déjà été utilisé, et **j'aime bien aussi le fait que ça a une histoire**. Du coup j'ai moins le sentiment, je me sens moins coupable d'acheter quelque chose qui a déjà servi que quelque chose de tout neuf. Et il y a tellement que je ne vois pas trop l'intérêt de reproduire encore et encore, on pourrait espacer des fois certains produits.*

*Je compte quand je m'habille le nombre de vêtements réutilisés sur moi. Je suis fière de porter ça. Et comme je disais par rapport aux vêtements, quand je fais des réderies<sup>144</sup> ou des brocantes, c'est comme... en fait on cherche un peu ce qu'on veut, ce qu'on aimerait trouver dans ce genre de choses, des objets ou des, **comme si c'était une chasse au trésor**, et dès qu'on arrive à mettre la main sur quelque chose qui nous plaît, on est heureux. En fait on est content parce qu'on l'a cherché pour l'avoir et on l'a trouvé. C'est tout l'inverse de si on allait dans un centre commercial ou une boutique et qu'on achetait quelque chose qui se vend par dizaines. En fait **c'est quelque chose qu'on achète d'unique**, du coup ça nous procure de la joie parce qu'on l'a trouvé pour nous*

*Pour les vêtements je dis souvent mon magasin c'est à la maison, parce que des fois c'est mes frères ou ma mère, ou mon beau-père même, qui se débarrassent de leurs vêtements, et des fois ils me proposent des sweats ; même les pantalons, **je récupère ceux de ma mère** et comme j'ai fait de la couture pendant 3 ans, je les retaille, si c'est grand je les fais à ma taille et du coup je les réutilise. Pour ce qui est de la vaisselle, je fais ma petite maison pour plus tard, et tout ce dont à la maison ils veulent se débarrasser des fois je récupère, pour plus tard aussi.*

*Comme je vous ai dit j'ai fait 3 ans de couture, et ça m'arrive de créer des choses comme des sacs ou des trousseaux.*

Pour vous ? pour vos amis ?

*Pour moi et ça m'est arrivé d'en faire des cadeaux. Je sais que j'ai fait un sac avec de la récup de chutes de tissu. Je faisais beaucoup les poubelles de tissu parce qu'il y avait plein de chutes intéressantes dedans, et au lieu d'être jetées on peut s'en resservir pour faire des créations.*

Pourquoi vous faites tout ça, qu'est-ce qui vous pousse ?

***Moi ça me touche. Si je ne procédais pas comme ça je me sentirais mal.** Et tous les messages qui passent comme quoi c'est important de le faire. Pourquoi il y en aurait qui se limiteraient et que d'autres continueraient d'appliquer leur façon de vivre un peu mauvaise ?*

Comme tous nos informants, Lou privilégie la seconde main. Ils reconnaissent que tant l'aspect économique que l'aspect écologique motivent ce choix. L'argument principal qui ressort de nos données est qu'acheter de la seconde main plutôt que du neuf évite de produire d'avantage et ne donne pas le sentiment d'entretenir la surconsommation. Les achats d'occasion sont aussi

<sup>144</sup> Les réderies sont des brocantes, braderies ou vide-greniers (expression picarde).

associés à une histoire, un vécu. Les produits ont été portés, ont été utiles à quelqu'un avant eux et ils déclarent avoir envie de prolonger cette histoire, même s'ils ne la connaissent pas. Ils achètent de préférence en friperies pour les vêtements et dans les brocantes pour les objets ou les meubles. Les sites Internet sont moins privilégiés, d'autant plus que Vinted, par exemple ne bénéficie pas d'une bonne image chez les plus avertis d'entre eux comme Clémence ou Jude :

*« Parce que pour moi Vinted c'est vraiment moitié vert. Vinted, avec les transports que ça peut engendrer...et puis acheter juste par exemple, un petit crop top, qui va être emballé et ensuite être ramené à un point relais, ensuite, moi, je vais reprendre la voiture pour aller chercher au point relais, voilà, enfin j'ai vraiment conscience que c'est pas non plus la meilleure chose. Mais c'est toujours mieux que d'acheter direct seulement mon crop top dans du Fast Fashion.... »*  
(Clémence, 20 ans)

*(Vinted) « Presque trop simple, dans le sens où du coup, il y a beaucoup plus de personnes qui peuvent acheter des vêtements et les revendre directement. Et donc en fait, on reste dans la consommation ! »* (Jude, 24 ans)

Derrière les motivations écologiques, porter des vêtements de seconde main est aussi, souvent pour les plus jeunes, une façon d'avoir un style particulier, de se procurer des choses spéciales, « uniques » à des prix peu élevés. Comme dans le commentaire de Lou, nos résultats montrent que nos informants y voient comme une chasse au trésor, une espèce de défi et le fait qu'ils jugent cette pratique écologique renforce leur plaisir, leur sentiment de bien agir comme l'exprime Ismaël :

*« J'ai découvert la magie des friperies, des Emmaüs, et des brocantes, et où je trouve de bien plus beaux habits, qui me plaisent en tout cas beaucoup plus, et qui ne posent aucun problème écologique. »* (Ismaël, 17 ans)

Certaines familles de produits comme les sous-vêtements et les chaussures sont souvent exclues de ce type d'achats.

Nous retrouvons dans le tableau 20 une sélection de verbatims décrivant la majorité des changements évoqués.

**Tableau 20 - Verbatims se rapportant à des changements modaux de la consommation**

Changements modaux		
Vêtements	« <i>Ah, les vêtements, alors moi j'achète <b>plus en neuf</b>.</i> » (Gaspard, 20 ans)	« <i>J'ai une application (Good on You) qui répertorie <b>les marques en fonction de leur éthique</b>, et c'est par rapport à ça que j'achète mes vêtements la plupart du temps, donc j'ai des marques vers lesquelles je vais le plus souvent.</i> » (Faustine, 25 ans)
Transports	« <i>Non, mais je ne suis pas du tout un consommateur, et puis la voiture ça coûte de l'argent, ça pollue, et puis l'essence ça monte vite, deux euros le litre, enfin l'utilité... Là ça fait plusieurs mois que je <b>vais au lycée tous les jours en vélo</b>, ça va, ça ne fait pas de mal.</i> » (Damien, 19 ans)	« <i>J'essaie de faire beaucoup plus de vélo je n'ai pas de voiture mais si on me propose d'aller quelque part en voiture je vais dire non je préfère y aller en vélo. Voilà, <b>le train mais surtout en vélo</b>. Remplacer un trajet en train pour le vélo je le fais.</i> » (Guillaume, 21 ans)
Alimentation	« <i>J'essaye <b>d'acheter bio</b>, mais d'acheter un peu moins. C'est-à-dire que je vais essayer de réduire un peu ma consommation, de manger des plus petites quantités. Et pas à fond plus petite, mais d'être moins gourmande et de pouvoir acheter des produits un peu plus de qualité (...). Sinon j'aime bien par moment me faire des balades, prendre un petit sac en kraft et <b>aller récolter</b> des petits pissenlits. Mettre dans du vinaigre pour désinfecter et me faire des petites salades comme ça. Je trouve ça chouette.</i> » (Lila, 23 ans)	« <i><b>J'achète beaucoup de vrac</b> Je n'aime pas les déchets et en fait c'est que parce que je n'aime pas les déchets et je ne vois pas l'intérêt d'avoir des déchets qui nous encombrent et qui polluent. <b>Il y a beaucoup de suremballages</b> et c'était plutôt dans cette démarche de ne pas avoir trop d'emballages. Quand on fait les courses chez mes parents, on range et on jette déjà la moitié des emballages. Déjà ça prend du temps, c'est pénible, ça ne sert à rien, c'est principalement ça et puis ça remplit des poubelles et après il y a tout ce qui va derrière. Ce n'est pas le truc le plus drôle. Je m'en passe. Et ben là, du coup, je m'en suis passée.</i> » (Chloé, 24 ans)
Hygiène	« <i>J'ai vu y'a pas longtemps un reportage sur <b>la consommation d'eau</b>, j'ai vu que tout ce qu'on consommait en grande partie ce n'était pas l'eau visible tout ce qui est bain, lavabo... Mais surtout l'eau invisible qui se trouve dans tous les produits autour de nous, notamment dans les produits cosmétiques, beaucoup. Si on achète une bouteille de shampoing, y'a 90% d'eau dedans. Donc on achète principalement de l'eau. L'idéal ce serait d'acheter <b>des produits cosmétiques en solide</b>. Du coup, ça aussi, je commence doucement. J'ai un savon solide, du shampoing solide, du déodorant solide aussi. L'idéal ce serait que plus tard j'ai le maximum de produits en solide, dentifrices, etc.</i> » (Capucine, 19 ans)	« <i>J'ai eu aussi une prise de conscience au niveau des protections des règles, parce que c'est vrai qu'au niveau pollution on est pas mal ; du coup ça fait 1 an, 1 an et demi, que je fonctionne avec <b>des serviettes en tissu</b> ; j'ai mis longtemps à en trouver qui soient quand même efficaces, parce que la plupart il y a simplement 2-3 couches de tissu mais pas de couche absorbante, et qui soient bien faites. Après il faut savoir le faire, avoir le temps, mais je tourne plutôt avec ça.</i> » (Clara, 21 ans)
Maison	« <i><b>J'ai fabriqué</b> des charlottes. Ça remplace le film alimentaire quand il reste quelque chose qu'on met dans un bol. On met une petite charlotte au-dessus. Ça c'est parce que j'adore</i>	« <i>Alors <b>tout l'électroménager que j'ai, ça a été de la seconde main</b>, Le Bon Coin, etc., quasiment tous les meubles ici</i>

	<i>la couture et les choses comme ça parce que <b>le film étirable, je déteste ça.</b> Parce que déjà c'est moche, ça se jette à la fin, on ne peut rien en faire, ce n'est pas pratique et ça ne sert à rien.</i> » (Chloé, 24 ans)	<i>présents, sont aussi de la seconde main. Et je répare à l'occasion</i> » (Noé, 25 ans)
Lieux d'achat	<i>« La majeure partie du temps, je m'approvisionne au supermarché Super Quinquin, c'est un <b>supermarché coopératif.</b></i> » (Océane, 25 ans)	<i>« Alors, moi je privilégie d'abord les <b>fripes, les vide-greniers et les brocantes</b></i> ». Salomé (17 ans)
Électronique	<i>« Mais du coup, c'est <b>très difficile de les trouver fabriqués éthiquement. Donc je les achète reconditionnés</b> pour le matériel et l'électronique. Et c'est pour ça que je les prends dans l'ensemble, parce que je suis un peu toujours dans cette espèce de compromis. Voilà un besoin de praticité, qu'est-ce qui m'aide dans mon confort personnel sans être complètement égoïste et pas du tout penser à l'impact environnemental que ça aurait.</i> » (Jude, 24 ans)	<i>« Oui, moi je voulais l'acheter en <b>reconditionné</b> mais ce n'est pas moi qui l'ai acheté, mes parents ont eu de mauvaises expériences avec le reconditionné donc j'en ai un neuf</i> » (Louise, 20 ans)

Les autres changements modaux impliquent les achats bio, éthiques, locaux, etc... Les jeunes éco-concernés sont demandeurs de marques éthiques et durables mais peinent à y accéder par manque de moyens financiers et par défaut d'informations accessibles et fiables. Les produits reconditionnés ne sont pas associés à la seconde main par les informants mais ils possèdent souvent des téléphones reconditionnés, mais moins d'ordinateurs reconditionnés.

### 3.2.3 Longévité et partage

Alors que les réductions absolues et les transferts modaux impliquent tous deux un changement d'habitudes de consommation, la longévité des produits et les pratiques de partage se concentrent sur l'utilisation plus efficace des produits déjà existants. La longévité recouvre tout ce qui permet d'augmenter la durée de vie d'un produit et retardant ainsi l'achat d'un nouveau. Le partage optimise l'utilisation des ressources en réduisant ce que l'on appelle la « capacité inactive » (*idle capacity*) d'un bien (Sandberg, 2021).

Contribuer à prolonger la vie des objets est devenu un principe pour la plupart de nos informants. Ils récupèrent, réparent, modifient les vêtements ou les meubles. Lorsqu'ils achètent du neuf, ils essaient de privilégier la qualité pour que le produit dure et puisse être réparé. Le tableau 21 répertorie quelques verbatims sur ces différentes possibilités.



**Tableau 21 - Verbatims se rapportant à des pratiques d'accroissement de la longévité des produits**

Longévité		
Recycler	« C'est vrai que <b>je recycle un peu</b> . Par exemple, si une chemise est pas ultra ouf, <b>je vais la customiser</b> pour pouvoir toujours la porter, et la dernière fois je suis allée chercher des habits que portaient ma mère au grenier, et maintenant c'est devenu mes habits, j'ai découvert des vêtements qui sont beaux. » (Coralie, 17 ans)	« Je réutilise les sachets en plastique, <b>j'essaye de recycler au maximum les choses</b> . De ne pas prendre quelque chose, l'utiliser et le jeter. De vraiment le réutiliser, de lui <b>donner une seconde vie</b> . » (Océane, 25 ans)
Récupérer	« Pour moi c'est quelque chose qui me tient à cœur, beaucoup. <b>On préfère récupérer</b> des choses qui peuvent être embellies, plutôt que ça finisse sur le bord d'un trottoir, cassé, ou dans les encombrants, alors que ce sont des choses qui sortent de quelque part. <b>C'est quand même quelque chose qui est venu dans nos vies</b> , c'est un passage de notre histoire. Voilà, c'est comme une table, y'a des moments on doit s'en séparer car on déménage, on a besoin d'une seconde table... Bah au lieu de la jeter, peut-être la donner à quelqu'un qui a peut-être un petit endroit, qui a besoin d'une petite table. Voilà, parce que la table est restée longtemps dans nos vies, c'est un passage de nos vies. On a reçu des amis autour de cette table, on a vécu longtemps. L'air de rien, ce n'est pas que des objets, c'est aussi des parties de nos vies qui ont servi et qui ont rassemblé les gens. » (Solène, 22 ans)	« C'est peut-être un peu bizarre mais <b>on me donne beaucoup de choses</b> , j'ai de la chance d'avoir des dons, je ne mets plus ça, est-ce que ça t'intéresse ? je récupère pas mal de trucs comme ça. » (Inès, 21 ans)
Réparer	« Je pense que déjà si on en prend soin... Moi les chaussettes, les collants, <b>je reprise les vêtements</b> , au niveau des pantalons aussi, quand il y a des trous soit je reprise soit je mets un collant, ça ne me dérange pas. » (Clara, 21 ans)	« Et en plus je trouve que ça donne une espèce de <b>valeur émotionnelle aussi aux objets de les utiliser plus longtemps</b> qu'ils soient, qu'ils aient été cassés et qu'on les ait rabibochés, enfin ça donne un truc plus personnalisé, ils sont plus, ouais j'ai l'impression qu'ils font partie de moi aussi. » (Edgar, 22 ans)
Acheter pour durer	« J'ai pour les vêtements, peu de vêtements, je privilégie maintenant que je travaille et que j'ai une source de revenu, bon qui n'est pas énorme mais qui est quand même là, <b>de la bonne qualité que je sais que je vais garder très longtemps</b> (...). C'est bizarre à dire mais c'est un retour sur ce qui se faisait avant, même si je n'ai pas connu ça puisque je n'étais pas né, produits chers mais de qualité. Pas le cher pour la marque, mais le cher pour la qualité. » (Redouane, 20 ans)	« Et sinon le reste, souvent si c'est électronique tout ça, <b>j'achète des bons produits au départ</b> et c'est rare que je doive en racheter quoi. C'est vraiment par nécessité si quelque chose tombe en panne mais à part ça... » (Elodie, 25 ans)

L'idée principale est d'éviter de jeter, de prolonger le cycle de vie et certains informants déplorent le manque d'infrastructures adéquates et qu'il soit encore trop facile de jeter. Nous pouvons, à la lecture des verbatims, constater que l'aspect émotionnel est, comme dans le cas de la seconde main, assez présent dans les discours. Ils jugent très positivement les pratiques d'accroissement de la longévité, les qualifiant à l'image d'Edouard (24 ans) de « *cercle vertueux* » dans la lignée de la recherche de Godfrey et *al.* (2022) qui a souligné l'interdépendance entre les possibilités offertes de pouvoir réparer des objets et la modification des pratiques de consommation vers davantage de durabilité.

Les pratiques de partage en tant que telles sont moins évoquées lors de nos entretiens. La plus couramment mentionnée est le co-voiturage qui revêt un aspect relationnel qui plaît à nos informants éco-concernés.

À l'exception de Mathias qui vit dans une maison avec des espaces collectifs où chacun apporte ses savoir-faire comme le jardin, ce type d'habitat est abordé dans une perspective plus lointaine (éco-lieu, écovillage). Sinon, comme pour Océane, les pratiques consistent à profiter d'un partage de compétences :

*« Pour mon vélo, je ne vais pas l'emmener à Décathlon pour que quelqu'un le répare. J'ai essayé de comprendre comment ça fonctionnait et du coup, **je vais dans une association d'autoréparation** de vélo. Je vais à celle qui s'appelle les Jantes du Nord, et du coup, des permanences sont là pour nous aider, pour changer les roues. Plein d'autres choses si jamais il y a des choses qui ne vont pas sur le vélo. »* (Océane, 25 ans)

L'analyse des données nous confirme que les éco-concernés interrogés sont très volontaires pour modifier leur mode de vie et le rendre plus sobre, en s'appuyant sur les significations qu'ils attachent à la sobriété. Cependant, nous avons pu relever qu'ils évoquent certaines limites à leurs possibilités d'adopter des habitudes qu'ils jugeraient idéales.

### 3.3 Les difficultés à sortir d'un *habitus* consumériste

L'analyse des données du corpus laisse entrevoir qu'en dépit de leur bonne volonté et de leur réelle motivation écologique, les éco-concernés demeurent néanmoins tributaires des logiques consuméristes qu'ils dénoncent. C'est Edouard qui en parle le mieux, quasiment de manière poétique :

*« J'ai été bercé, comme la plupart des enfants de ces derniers siècles, par des comptines et **récits basés autour de la consommation** face à l'éventail de possibilités dans ce monde occidental. Et encore aujourd'hui, c'est ce récit qui guide nos choix et nos actions. Bien que je sois désormais conscient de cela et désirant de l'émergence d'un nouveau récit qui prenne en compte les limites physiques de notre monde, **il m'est encore difficile de me détacher de ce modèle libéral par lequel j'ai été nourri.** » (Edouard, 24 ans)*

En effet, les jeunes de la génération de nos informants ont été élevés par des parents qui avaient été, pour la majorité d'entre eux, beaucoup moins exposés aux discours écologistes. Ils ont souvent éduqué leurs enfants à la consommation selon des schémas consuméristes, avec parfois des nuances concernant les déchets, les produits polluants ou les économies d'énergie mais de manière relativement marginale. Nous verrons d'ailleurs que les informants ayant eu des parents sensibilisés à l'écologie considèrent qu'il reste encore du chemin et qu'ils doivent pour leur part en faire beaucoup plus. Cependant presque tous admettent que cela leur demande de se déshabituer de certaines pratiques et que cela n'est pas facile d'autant moins que la société dans laquelle ils évoluent n'a pas encore effectué cette remise en question profonde. Il s'agit de renoncer à des pratiques de consommation jusqu'alors considérées comme étant la norme et ainsi modifier de manière radicale (ou pour certains plus incrémentale) leur *habitus consumériste* (Herbert et Collin-Lachaud, 2017).

La sobriété peut parfois être considérée comme une complexification de la vie quotidienne. Nous avons déjà évoqué les contraintes de temps car la sobriété demande généralement de diversifier ses sources d'approvisionnement, de prendre plusieurs moyens de transport différents pour éviter l'avion, de cuisiner au lieu d'acheter des produits transformés... Selon Desjeux (2023) ou Rosa (2012), la société moderne a favorisé la conception d'innovations dont les objectifs étaient notamment de simplifier les usages et de gagner du temps, d'aller plus vite. Ce temps a été réinvesti dans d'autres activités qui sont venues surcharger nos emplois du temps mais qui sont devenues un peu la norme comme le ressent Jeanne :

*« C'est pas facile parce que je pense qu'on est dans une société où on accorde plus de temps aux loisirs, passer du temps avec les amis. C'est pas forcément des attentes par rapport aux cours, mais juste de **la société qui fait qu'on a rythme de vie**, on a envie de faire beaucoup de choses, et **des fois on va prioriser du temps pour d'autres activités** que d'aller en vélo, prendre la voiture par exemple. » (Jeanne, 19 ans)*

Nos données indiquent également le temps souvent long pris pour rechercher des alternatives aux produits existants ce qui est parfois dissuasif.

Il s'avère également que la sobriété requiert d'avantage d'organisation, d'anticipation. Il s'agit de s'adapter aux contraintes des activités liées comme les produits disponibles, les

infrastructures en place, les horaires, les produits nécessaires.... Quelques informants ont par exemple évoqué le vrac qui nécessite d'apporter ses contenants ou le peu de magasins le pratiquant introduisant une distance plus grande à parcourir ou des horaires peu étendus difficiles à concilier avec une vie étudiante et un travail annexe. Jude évoque quant à elle la difficulté en France d'être végétarien, à cause du manque de propositions dans les restaurants ou les points de vente, elle a par conséquent dû renoncer :

*« J'étais végétarienne, vraiment, et en fait, c'est devenu trop, trop pénible. D'un point de vue organisationnel. (...) je suis revenue sur le végétarisme car d'un point de vue social, **ça devenait trop compliqué**. C'était devenu relativement handicapant pour manger avec d'autres gens. Moi ça m'embête car je mangerais bien toute seule tout le temps, mais le fait est qu'en France, le repas, c'est un truc important, convivial, machin... Du coup, maintenant, je bois du lait d'avoine. J'ai gardé quelques habitudes, mais ça m'arrive de manger du poisson comme alternative. » (Jude, 24 ans)*

Dans le même ordre d'idée, vue la jeunesse de notre échantillon, certains habitent encore avec leurs parents et n'ont pas toujours la possibilité d'imposer leurs choix, ou du moins pas totalement. Enfin, la sobriété peut être perçue par certains aspects comme un mode de vie onéreux. Les produits alimentaires bio ou les produits textile végétarien sont en effet plus chers que les produits conventionnels. C'est ce qu'a constaté Faustine :

*« A la base quand on a commencé on achetait tout en bio, et maintenant **au niveau budget c'est plus trop possible**, en plus il y a une petite hausse des prix ; donc on achète du bio pour les fruits et légumes, les œufs, les produits laitiers, mais pour le reste on n'achète pas en bio. J'ai acheté en vrac et je ne le fais plus, pour des questions de moyens aussi. » (Faustine, 25 ans).*

Nos informants ont toutefois bien conscience qu'ils n'ont pas forcément les bons critères de prix car la société de la mondialisation a introduit des échelles de prix sans rapport avec les coûts liés aux savoir-faire ou aux matières premières de qualité, comme nous le disent fort justement Chloé et Clara :

*« C'est le prix d'un tee-shirt qui n'est pas... mais ça reste au-dessus des prix avec lesquels j'ai grandi pour un tee-shirt. **Un tee-shirt c'était 5 € pas plus**. Ce n'était pas plus et c'était pareil pour tout le monde. J'ai grandi avec ça. Alors pour moi, mettre 40 ou 50 € dans un tee-shirt, il y a quelque chose qui ne va pas **alors que je pense que c'est quelque chose qui est normal**. Mais ce n'est pas ce avec quoi j'ai grandi. » (Chloé, 24 ans évoquant une marque responsable)*

*« Il faut **se réhabituer au prix des choses**, au prix du travail qui est fait. » (Clara, 21 ans)*

Ainsi, nos résultats révèlent que les jeunes éco-concernés sont amenés à faire des choix, des arbitrages qui entraînent parfois chez eux de la dissonance ou pour le moins des tensions

paradoxaux. Ainsi, le secteur du numérique est sans doute le domaine où il est pour eux le plus difficile de concilier leurs préoccupations écologiques et leurs besoins de la vie quotidienne à l'image de Ninon pourtant très avancée dans la sobriété :

« *Tout ce qui est technologie. C'est le pôle le moins écolo de ma vie.* » (Ninon, 24 ans)

La sobriété numérique est bien plus complexe à atteindre que la sobriété matérielle car elle s'inscrit dans des processus sociaux, relationnels d'une part (avoir un téléphone, communiquer sur les réseaux) et d'accès au savoir d'autre part (chercher de l'information sur Internet, visionner des vidéos, se cultiver). Bien que nos résultats démontrent que nos informants soient au fait des conséquences de l'utilisation du numérique, ils montrent aussi qu'ils ont du mal à s'en passer que cela soit pour leurs loisirs ou le travail.

« ***Je consomme beaucoup de contenu*** YouTube et les plateformes de streaming, forcément tout ça se regarde en bonne qualité, donc ça consomme beaucoup. ***Je connais tous les problèmes liés à ça, les serveurs, etc. Je voudrais y travailler.*** » (Baptiste, 19 ans)

Dans ce verbatim Baptiste mentionne les vidéos et le streaming. Dans le cadre de leur démarche écologique, ce qui est paradoxal en soi, les éco-concernés, nous le verrons au chapitre suivant, sont de très gros consommateurs de contenus sur ce sujet. Ils sont également parfois membres d'associations liées à la défense de l'environnement qui induisent une consommation importante de numérique, comme le constate Clémence, qui essaie d'optimiser l'utilisation de son matériel et a cherché des alternatives, sans succès pour le moment :

« *Ah bien, ça j'essaye d'utiliser mes produits électroniques le plus longtemps possible, mais j'avoue que j'utilise du Apple, donc c'est vraiment pas le mieux, mon téléphone là ça fait un peu plus de 3 ans que je l'ai. Donc j'essaie vraiment de l'utiliser jusqu'à la fin quoi, parce que avant j'avais un téléphone qui était pas comme ça, de dernière génération, et c'est vraiment compliqué, ne serait-ce que pour l'association en fait. **On ne parle que sur WhatsApp, Messenger, il faut pouvoir aller vite fait sur Instagram, sur Facebook. C'est vraiment un outil qui me sert pour l'association, tout est sur téléphone. Donc par exemple, d'avoir un Fair Phone ou quelque chose d'autre, je sais pas si ça, ça m'irait pour l'instant, mais après pour le futur, si je suis moins active par exemple, j'ai déjà pensé ou même parfois je me dis bon, mon prochain téléphone, ce serait un Fair Phone, mais y a toute cette dimension-là qui me fait un peu reculer.*** » (Clémence, 20 ans)

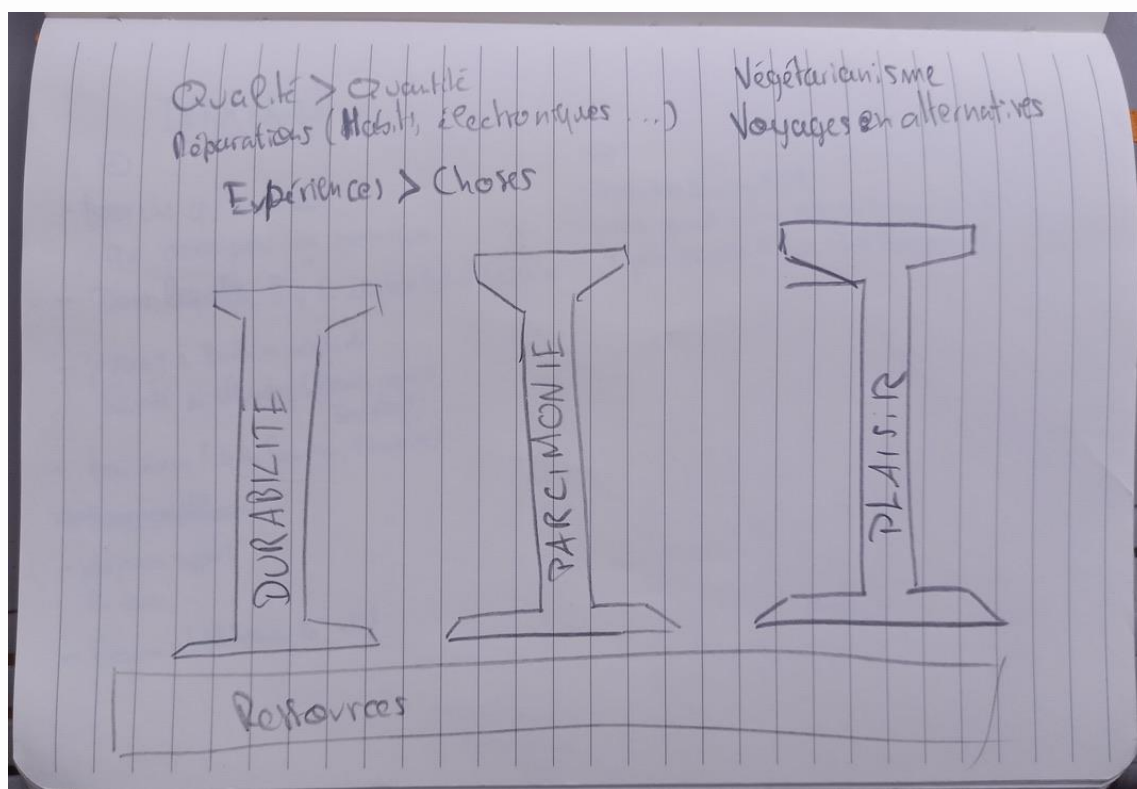
Nous avons relevé qu'ils essaient toutefois de modérer leurs usages quand cela est possible, utiliser des moteurs de recherche écologiques de type Ecosia, baisser la qualité des vidéos, ...

Si nous avons considéré que la logique des éco-concernés demeurerait finalement assez consumériste c'est d'une part en raison de ce que nous avons relevé en termes de statut et qui reste lié à un type de consommation (être végétarien, porter de la seconde main) mais surtout

Chapitre 5. Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste

au fait que les limites les plus importantes à la sobriété sont ancrées dans une logique individualiste et reposent sur les notions de plaisir et de frustration, auxquelles ils ont été socialisées depuis l'enfance. Nous avons choisi le visuel d'Edgar (22 ans) pour mettre en relief ces considérations (matériau 15).

### Matériau 15 - Visuel et commentaires d'Edgar (22 ans)



« À quel point est-ce que c'est quelque chose qui est faisable, qui est réalisable, que je peux implémenter dans ma vie sans que ça ait un coût trop grand ? Bien **plaisir, c'est un peu pour équilibrer**, c'est un peu pour dire oui c'est bien d'avoir des choses durables et d'avoir de la parcimonie, mais en même temps il ne faut pas s'empêcher de vivre non plus, **il ne faut pas se priver excessivement non plus.** »

« J'aime quand même beaucoup aussi m'exprimer par mes vêtements, par le style et par, pour tout ça, je sais que pour travailler j'ai besoin d'un bon ordinateur, enfin voilà tout ça tout un tas de trucs comme ça qui donc c'est important quand même, aussi que de se sentir bien et **de pas se frustrer ou de ne pas s'empêcher de vivre pour des valeurs ou pour des idéaux quoi.** »

« Je pense que le voyage, faire des voyages c'est quelque chose qui, moi, enfin, c'est tellement important, tellement essentiel et tellement quelque chose qui m'importe tellement, que j'ai pas envie d'y renoncer. Moduler ? d'accord. Je voyage pas mal en stop, je voyage pas mal en train, des choses comme ça, oui mais il y a certaines, y a certains voyages, je les ai pas faits quand même en train. Par exemple quand je vais passer un week-end prolongé à la maison, bien je prends l'avion parce que ça me fait un jour et

*« demi ou 2 jours de plus à passer avec ma famille, alors que de toute manière j'en ai que 3 ou 4, c'est donc ça oui, je ne suis pas prêt à renoncer. »*

Edgar décrit son mode de vie autour de trois piliers. Le troisième pilier est le plaisir qu'il oppose aux idées de privation et de frustration. Pour lui comme pour les autres éco-concernés interrogés, la limite des efforts vers davantage de sobriété est corrélée au plaisir ressenti dans la consommation. La consommation doit rester un plaisir et il est important de ne pas éprouver de manque. Pour optimiser ce plaisir nos informants expriment d'ailleurs une forte préférence pour les dépenses liées à des expériences (voyager, aller au restaurant, faire des ateliers, sortir avec ses amis, ...) plutôt qu'à des biens. Ils le justifient en opposant vécu à possessions comme l'exprime Daphné :

*« Mais je ne compte pas acheter plus de trucs que ce dont j'ai besoin. Mon objectif ça serait plutôt de **faire des vacances, de partir en voyage** ; économiser pour pouvoir le faire, ne pas avoir une consommation de masse d'objets et accumuler. »* (Daphné, 19 ans)

Nous confirmons bien ici que *l'habitus consumériste* est très ancré dans la jeune génération, qu'elle soit écologiste ou non, les façons de l'exprimer étant toutefois différentes en fonction des niveaux de préoccupation. Consommer reste très associé au bien-être comme le montre Salomé :

*« Parce que c'est le propre de l'Homme on va dire, **c'est les désirs**, c'est comme ça, après certes, il faudrait... Oui je pourrais me dire « **il faut que je me prive** » parce que c'est mes principes mais **si tout le monde marchait comme ça, tout le monde serait malheureux.** »* (Salomé, 17 ans)

Nous avons précédemment évoqué le fait que les jeunes éco-concernés rencontrés s'interrogeaient sur leurs besoins, il semblerait que ces besoins soient liés à la vie moderne (se déplacer, voyager, etc.), aux standards occidentaux pour ne pas entraîner ce sentiment de privation évoqué par Salomé. Nous avons toutefois constaté parmi nos informants des niveaux assez différents d'exigence.

D'autre part, notre corpus indique que les éco-concernés interrogés ne sont pas toujours prêts à renoncer à une forme de confort et font montre de priorités très personnelles dans leurs choix quotidiens. Lorsque les alternatives écologiques ne leur conviennent pas, ils ne « *se forcent pas* » à les utiliser comme cela est plus souvent le cas pour l'hygiène ou le numérique. Nous verrons en fait que les pratiques sont destinées dans leur esprit à durer et qu'il est préférable de tester, essayer pour être sûr avant de l'adopter d'une manière qui se doit d'être définitive. Nous devons garder à l'esprit que certains sont encore très jeunes et qu'ils ne sont pas forcément prêts pour un engagement total qui induirait des changements radicaux.

C'est le cas d'Anna ou de Mathilde par exemple :

*« Je consacre beaucoup de temps à des trucs personnels. A mes études. Je me dis que c'est peut être mieux pour moi, que je ne me culpabilise pas trop sur ce que je pourrais faire pour le monde. Donc, je me concentre un peu sur moi. »* (Anna, 20 ans)

*« Je pense que y'a **une petite partie de moi qui veut vivre dans l'ignorance**, c'est totalement en contradiction avec ce que je viens de dire, qui ne veut pas tout de suite me manger totalement la tête dedans. »* (Mathilde, 17 ans)

Nous pouvons, à la lecture des résultats entrevoir que les éco-concernés interrogés, bien qu'ayant une conscience très vive des enjeux liés à leur consommation, ont choisi dans certains domaines de leur vie d'accepter des compromis et préfèrent parfois privilégier le plaisir et la praticité à la sobriété. Nous comprenons, à travers ces données, qu'ils envisagent encore de progresser et cherchent à adopter des pratiques qu'ils sont sûrs de pouvoir pérenniser et doivent donc les avoir pleinement intégrées et acceptées.

Nos résultats révèlent une préoccupation environnementale dans tous les actes de la vie quotidienne de nos informants éco-concernés. Ils cherchent à accorder leurs pratiques de consommation à leurs convictions écologiques afin d'éviter la dissonance tout en assumant le fait de parfois en dévier. Consommer de manière sobre se matérialise pour eux par une plus grande attention portée aux possibilités de choix offertes par le marché, par une recherche d'informations quasi systématique, par un long processus de réflexion tant sur les produits et services que sur les lieux d'achat et les moyens de s'y rendre. Ils naviguent entre les pratiques de réduction totale ou partielle pour leur alimentation, les transports et les vêtements, les changements modaux en se tournant vers la seconde main, les produits bios et les transports en commun.

D'une manière générale ils cherchent à éviter le gaspillage et font durer les objets qu'ils soient neufs ou récupérés. Il leur est toutefois encore difficile d'échapper à une logique consumériste et la consommation reste porteuse de statut et empreinte de plaisir, nos données montrant que pour ces jeunes ces critères restent importants.





## Conclusion du chapitre 5

Ce premier chapitre de résultats a permis d'apporter un éclairage à l'échelle micro-individuelle des éco-concernés sur les justifications, les enjeux et les manifestations de la sobriété. Les données nous ont appris que l'urgence à agir était la principale préoccupation de cette frange de la jeunesse. Les éco-concernés ressentent par conséquent de l'incompréhension et de l'impuissance face à l'absence d'anticipation et au déni d'une grande partie de la société, d'autant plus qu'ils se considèrent comme partie prenante d'une nature globale intégrant humains et non humains. Cette conception de leur place dans le système Terre leur fait ressentir encore plus cruellement ce qu'ils jugent comme un manque d'initiatives et d'actions de la part des politiques.

Nos données révèlent que les jeunes éco-concernés expriment des doutes quant au bien-fondé du système capitaliste et préconisent une refonte en profondeur du modèle consumériste. En effet, leurs analyses les amènent à être convaincus que c'est la surconsommation qu'il s'agit de dénoncer et de combattre. Ils pointent les impacts négatifs tant environnementaux qu'humains des industries textiles, de l'élevage intensif et des transports polluants notamment. Plus encore, nos informants sont assez critiques vis à vis de leurs contemporains qui selon eux refusent de faire des efforts ou d'accepter certains sacrifices nécessaires pour la sauvegarde de la planète. Par conséquent, persuadés que l'action individuelle pourra déboucher sur des actions collectives, ils acceptent de prendre à leur charge la responsabilité d'agir au niveau individuel en essayant de moins consommer, ce qui est pour eux la base des solutions. Ils n'en restent pas moins convaincus que pour des résultats probants et durables, c'est au niveau politique et législatif que se trouvent les clés.

Bien que lucides sur leurs difficultés à sortir de l'*habitus* consumériste auquel ils ont été acculturés, les jeunes éco-concernés ont décidé d'adopter au quotidien des pratiques de consommation qui sont selon eux du domaine de la sobriété. Le corpus très riche de données fait état de pratiques d'arrêts de la consommation ou de réductions importantes dans l'alimentation, l'achat de vêtements ou les transports. Ils privilégient facilement les produits d'occasion qu'ils aiment trouver dans les friperies et les brocantes. Ayant développé une forte aversion pour le gaspillage, nos informants s'attachent à faire durer les produits en les réparant ou les réhabilitant autrement. Néanmoins, les résultats nous enseignent qu'en dehors des points d'achoppement liés aux manques d'infrastructures ou de moyens financiers à leur disposition, les éco-concernés restent très marqués par l'esprit de la consommation qui doit rester un plaisir et doit permettre d'éviter les frustrations.

Afin de comprendre comment nos informants ont acquis les convictions qui les conduisent à modifier leurs modes de vie, nous allons, au chapitre suivant nous pencher sur les dynamiques de socialisation telles qu'ils les décrivent.



## **CHAPITRE 6.**

### **Des processus de socialisation successifs qui façonnent l'identité des éco-concernés**

Introduction du chapitre 6

Section 1 : Cadres et modalités de la socialisation, de la sensibilité à la conscience

1.1 Des exemples qui mettent en lumière des cheminements

1.2 Le terreau : les cadres et modalités qui sensibilisent

1.3 Le déclic : devenir éco-concerné·e

Section 2 : Les effets de la socialisation, vers un nouveau rapport au monde

2.1 L'émergence d'aspirations nouvelles

2.2 Tensions et ajustements dans un nouveau rapport au monde

2.3 Les répercussions personnelles : de l'éco-anxiété au bien-être

Section 3 : Être acteur dans la communauté des éco-concernés

3.1 Une démarche de formation en dehors de tout cadre éducatif

3.2 L'accès à l'information, une forme de privilège qui responsabilise les éco-concernés

3.3 Les groupes resserrés de pairs

Conclusion du chapitre 6

## **Introduction du chapitre 6**

Dans le chapitre précédent, nous avons étudié les décisions de consommation à l'œuvre au niveau micro-individuel des jeunes éco-concernés et avons tenté de cerner leur compréhension et leur vécu de la sobriété. Les pratiques décrites sont la résultante d'un cheminement personnel et d'interactions entre différents acteurs ou situations. Ainsi, à l'échelle micro-sociale, que nous proposons de mobiliser dans ce second chapitre de résultats, les décisions peuvent être considérées comme un processus dans le temps qui contribuent à orienter le parcours des individus (Desjeux, 2004). Nous avons donc cherché à dessiner les trajectoires de socialisation toujours en cours de nos informants pour comprendre comment les modifications de leurs modes de vie ont été initiées.

Par conséquent, nous nous pencherons dans un premier temps sur les cadres et modalités de la socialisation qui nous permettront d'entrevoir comment se façonne une conscience environnementale. Nous évoquerons notamment quelles instances ont contribué à la socialisation de nos informants dans ce domaine et les rôles respectifs des autres significatifs. Nous situant dans la perspective dynamique et évolutive que requiert cette échelle d'observation (Desjeux, 2004), nous nous pencherons sur des extraits mettant au jour les cheminements tels qu'ils sont perçus par les informants (section 1).

Cette socialisation, de nature continue, conduit à modeler voire modifier le rapport au monde des éco-concernés et dans un second temps nous explorerons les effets de la socialisation à la conscience environnementale et à l'adoption de modes de vie sobres. Nous verrons que les données nous révèlent que les jeunes étudiés développent de nouvelles aspirations et valeurs qui contribuent à redimensionner leurs relations et ont des répercussions sur leur vécu émotionnel (section 2).

Enfin, dans un troisième temps, nous nous intéresserons aux réseaux relationnels, resserrés ou élargis qui se sont formés au cours de ce processus de socialisation et qui constituent les groupes auxquels les éco-concernés choisissent de se rattacher. Ces réseaux sont également au cœur de démarches de formation en dehors de tout cadre éducatif très emblématiques des éco-concernés et ont forgé en partie leur conviction d'être privilégiés (section 3).

## **Section 1 : Cadres et modalités de la socialisation : de la sensibilité à la conscience**

---

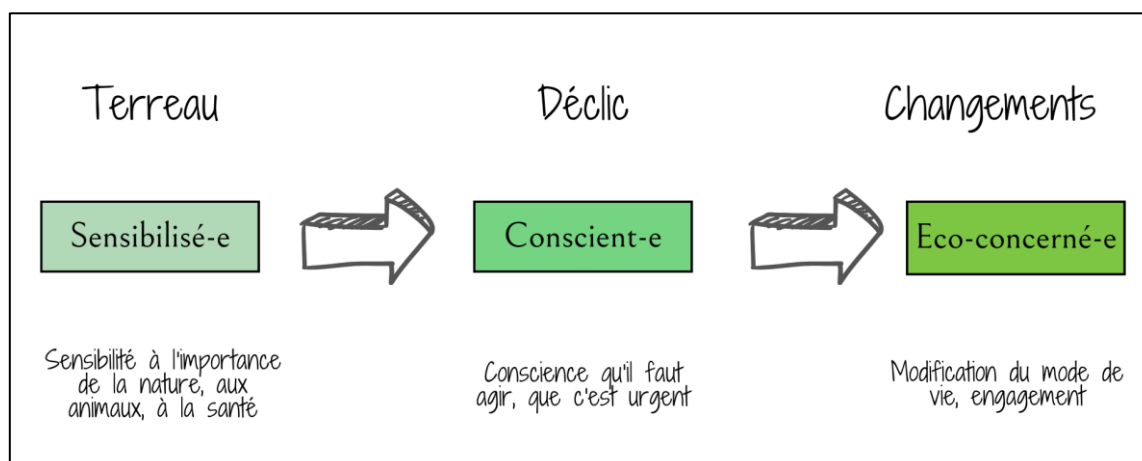
Nous avons choisi de structurer ce chapitre consacré à la socialisation en commençant par une section précisant les cadres et modalités de la socialisation, c'est-à-dire de nous interroger sur qui sont les acteurs qui socialisent et d'identifier les traits de leur fonctionnement. Toutefois, nous nous attacherons auparavant à étudier la temporalité des actions socialisatrices par la visualisation de cheminements individuels qui nous renseignent sur les moments de socialisation et la position des instances dans le processus.

### **1.1 Des exemples qui mettent en lumière des cheminements**

Des récits de nos informants émerge l'image d'une gradualité. Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre précédent, certains d'entre eux ont employé le terme de « cheminement » pour désigner leur trajectoire personnelle vers une conscience écologique forte. Nous avons choisi de présenter quatre cas qui illustrent, chacun dans un registre différent, cette notion de cheminement. Nous avons choisi ces exemples pour leurs types de cheminements qui sont différents et parce qu'ils incarnent chacun un profil identifié dans notre typologie développée au chapitre 7.

Nos données témoignent de la nécessité de distinguer sensibilité et conscience. Nos informants eux-mêmes ont utilisé ces termes pour différencier leurs niveaux d'engagement. Nous avons nommé « terreau » ce qui constitue le point de départ, la base sur laquelle la sensibilité s'est forgée et « déclic » les expériences ou les rencontres qui ont incité les jeunes à changer leurs modes de vie, à devenir « éco-concernés ». En effet, ces verbatims mettent en évidence une progression que nous avons résumée dans la figure 21. Cette figure nous sera également utile pour des précisions sémantiques quant au vocabulaire utilisé qui se rapporte à des points bien précis dans la progression vers de nouveaux modes de vie.

Figure 21 - Cheminement des éco-concernés



Les quatre cas que nous avons retenus présentent une diversité de trajectoires qui, comme la majorité des informants nous l'a confirmé, dépendent d'épisodes clés, plus ou moins éloignés dans le temps.

#### Théo ou l'influence de la communauté

Théo est originaire de Périgueux et voulant entamer des études en design graphique, a choisi une école dans sa région, à la Souterraine près de Limoges :

*« Moi c'était plus par rapport à la ville, parce que je me voyais extrêmement bien dans une petite ville et pas du tout dans une grande. En plus La Souterraine est plutôt proche de chez moi, ce qui fait que ça ne me délocalisait pas. »*

Théo n'avait pas auparavant réellement développé de sensibilité écologique et consommait « dans des grandes surfaces de façon très classique ». En arrivant à la Souterraine, il a rencontré les membres du collectif « SOS Terriens » fondé par les étudiants de Master et a décidé de participer aux actions plus par volonté de s'intégrer que par réelle motivation politique au départ. C'est Clara<sup>145</sup>, sa petite amie qui l'a évoqué en premier :

*« Il y a une association à La Souterraine, qui pour le moment est un peu mise sur pause, mais qui je pense nous a influencés tous les deux, ça s'appelle SOS Terriens. C'est un collectif qui a milité pour des marches pour le climat ; ils ont fait un die-in dans le Leclerc de La Souterraine, ils se sont mobilisés, ils sont allés dans le Leclerc, qui est un des gros supermarchés autour de La Souterraine, et ils se sont couchés sur le sol avec des panneaux qui expliquaient. Il y a plusieurs actions comme ça, il y a souvent des clean walks qui sont organisées dans La Souterraine. Il y a un noyau important lié à l'écologie à La Souterraine. Et même au niveau de nos études, moi dans mes études j'ai la mention éco responsable ; on travaille avec des notions artisanales, qu'on*

<sup>145</sup> Clara et Théo ont été interviewés ensemble

*essaie de lier au design pour être plus responsables, plus durables. On travaille la teinture végétale avec des plantes. On est tout de suite mis dans l'osmose, le milieu du terrain. Et dans les discussions c'est des thèmes qui reviennent. Globalement **c'est un milieu favorable pour prendre conscience de son impact environnemental.** »*

Et Théo un peu plus tard de confirmer :

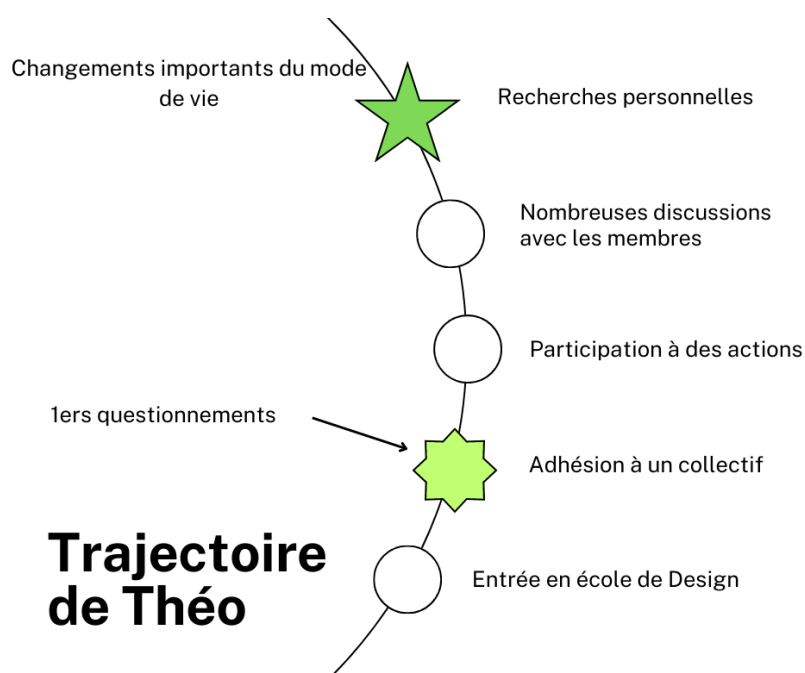
- *« Oui, c'est grâce aux premières interventions de SOS Terriens, le collectif, parce que j'étais très actif là-dedans et **ça m'a permis de me rendre compte à quel point j'étais à côté de la plaque** sur d'autres plans ; je pense notamment à un truc, je ne sais pas pourquoi mais ça devait être ancré dans mon éducation, c'est-à-dire que tous les repas chez moi en première année j'achetais du jambon Fleury Michon, le moins cher possible parce que je ne voulais pas payer cher, donc je prenais le jambon le moins cher et je mangeais mon jambon avec ma purée Mousseline, le truc vraiment de base, parce que je découvrais aussi le principe de faire à manger, donc j'y suis allé étape par étape. Au début c'était des trucs tout prêts, des conserves ; quand on a commencé les interventions avec SOS Terriens, **j'ai beaucoup discuté avec plein de gens**, j'ai regardé des vidéos, notamment un type qui m'a beaucoup influencé, qui s'appelle Aurélien Barrau, que j'ai trouvé sur une interview Brut sur YouTube, qui est une espèce de...il a écrit un livre qui s'appelle...je ne sais pas si vous connaissez ? »*
- Non, ça ne me dit rien
- *Il parle très bien. C'est une personne qui a fait une formation en physique expérimentale, physique élémentaire, et il a une formation en philosophie ce qui fait qu'il a des arguments très terre à terre et rationnels sur des chiffres précis, et en même temps il a ce côté philosophie dans le sens où il pense au sens de la vie, des choses, de la beauté du petit, d'un simple arbre planté là. Du coup il parle très bien et il est très convaincant, ce qui fait qu'en 4mn d'interview compilée et très bien compilée par le média Brut sur YouTube **ça a fait un électrochoc** et ça m'a ouvert plein de portes sur un sujet que j'ai continué à explorer, et notamment la consommation de viande que du coup j'ai arrêté de consommer.*

Nous voyons, que Théo a construit son itinéraire d'éco-concerné à partir du moment où il a rencontré le collectif. D'abord investi dans des actions générales de nature sociales et écologiques, il a pris conscience qu'il devait agir également au niveau individuel. Nous constatons, à la lecture de ce verbatim qu'il a été influencé par ses pairs et qu'il a cherché à s'informer davantage. Le média Brut dont il parle est un média de vidéos en ligne, principalement destiné aux jeunes et diffusé sur les réseaux sociaux. Il constitue avec Blast, plus politique, l'une de leurs principales sources d'information.

La figure 22 résume la trajectoire de Théo (22 ans) avec comme terreau la rencontre avec SOS Terriens et comme déclic ses recherches personnelles sur les réseaux sociaux.



Figure<sup>146</sup> 22 - Trajectoire de Théo (22 ans)



Les préoccupations de Théo sont assez sociales, il évoque peu la biodiversité mais dénonce plutôt les dérives du capitalisme, la surconsommation, la mondialisation et la responsabilité des grandes entreprises. Théo est un exemple de socialisation secondaire horizontale (Barber, 2013) exercée par les pairs en contact direct (ses amis, les membres du collectif) ou indirect (la communauté des éco-concernés en ligne) qui agissent de manière normative (le collectif) et informative (les réseaux). Il présente également une trajectoire de socialisation assez proche des trajectoires qualifiées de « tardives opportunes » par Hay (2019) dans l'importance du rôle joué par les pairs. Maintenant qu'il a quitté La Souterraine pour Rennes, il perpétue sa démarche et cherche à mettre toujours plus de sobriété dans sa vie notamment dans ses usages numériques. Entré dans l'écologie par l'associatif, il est plutôt enclin à penser que le militantisme est la meilleure manière d'amorcer des changements.

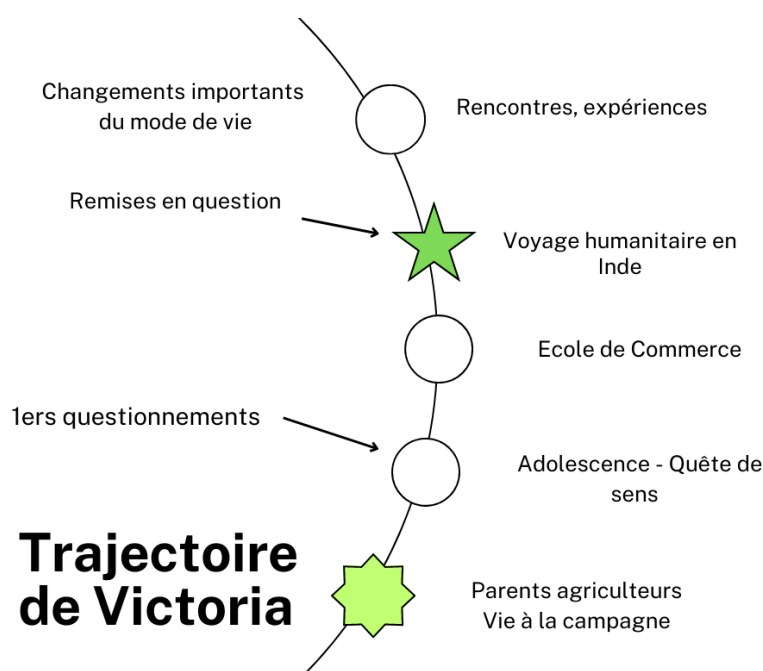
Notre second exemple, Victoria, a une trajectoire très différente, bien moins linéaire.

<sup>146</sup> Les figures illustrant les trajectoires ne sont pas représentatives d'une échelle de temps

### Victoria ou le besoin de réponses

Victoria fait partie de ceux qui emploient le terme de « cheminement » pour décrire leur parcours. Pour Victoria, le terreau se situe dans son enfance puisque ses parents sont agriculteurs et qu'elle a toujours vécu à la campagne. Un nombre important de nos informants a fait mention de ce point de départ. Ils sont nombreux à évoquer le contact avec la nature : vivre à la campagne, se promener en forêt, passer du temps dans la nature sont des exemples de terreaux cités par nos informants. Ils viennent confirmer en cela la revue de littérature de Hosany et *al.* (2022) sur la socialisation environnementale des enfants qui a mis en relief que les interactions avec la nature étaient importantes pour sensibiliser les enfants à sa protection.

Figure 23 - Trajectoire de Victoria (23 ans)



La figure 23 nous détaille la trajectoire de Victoria à partir de la description qu'elle nous en a d'abord faite lorsqu'elle s'est présentée :

*« Je suis issue de la campagne, mes parents sont agriculteurs, j'ai fait un bac scientifique et 5 années d'école de commerce à Bordeaux. J'ai pu faire une année d'échange en Chine et j'ai fait 2 mois de stage en Inde dans les bidonvilles ; j'ai aidé les enfants qui n'ont pas nos privilèges et ça a été un gros déclic pour moi. Donc j'ai fait 5 années d'école de commerce, et en parallèle de ma dernière année, je me cherchais un peu, je ne savais pas ce que je voulais faire, j'avais plein d'idées, j'étais curieuse de beaucoup de choses, mais sans pour autant avoir une idée bien précise sur le métier qui allait dicter ma vie, et je me suis dit je vais aller poser les questions qui*

*me taraudent à des personnes qui se sont peut-être déjà posé ces questions quand ils avaient mon âge. Donc j'ai créé comme ça mon podcast un peu sur cette idée de vouloir poser mes questions existentielles au monde. Et en fait je me suis découvert une passion, plus j'interviewais des gens plus j'avais envie de donner la parole, et plus je voyais que ça avait un impact auprès des jeunes, parce que finalement je mettais le doigt sur des questions qu'on se pose tous quand on a autour des 20 ans et qu'on nous dit « choisis une orientation ». Tous on est là, ok, mais je ne sais pas qui je suis moi, donc on a du mal à savoir ce qu'on veut faire, à moins d'avoir une passion depuis déjà des années, on sait qu'on veut être pompier, médecin, ou professeur des écoles. C'est compliqué, on fait un peu des choix par défaut, parce qu'on nous dit qu'école de commerce c'est bien, ça nous ouvre beaucoup de portes, école d'ingénieur on aura forcément un emploi derrière. Donc on avance dans nos choix en fonction de ce qui paraît bien et de ce qui est certain, pour être dans la sécurité, mais c'est rare qu'on sache vraiment qui on est, comment avoir confiance en soi, **comment trouver sa place**, et encore plus aujourd'hui avec toutes les incertitudes qu'on connaît, le réchauffement climatique, le Covid, etc. Donc en fait ces questions que je pose à mes invités sur le podcast répondent à des vrais besoins, des vrais questionnements de la jeunesse qui aujourd'hui est en quête de sens, qui a envie d'avoir de l'impact, qui remet en question un peu tous ses actes au quotidien. »*

Victoria nous décrit précisément quelles étapes importantes ont marqué sa vie et nous révèle que le déclic a eu lieu lors de son voyage en Inde. Cependant, comme elle nous l'explique, une quête de sens, des questionnements sommeillaient en elle depuis l'adolescence. Faisant tout d'abord référence au discours qu'elle a prononcé lors de sa remise de diplôme, elle nous précise comment elle analyse son parcours :

- « *Du coup je les (les diplômés de son école) invite à se questionner, ne cochez pas les cases que nos parents ont cochées, parce qu'on voit que ça ne marche pas, aujourd'hui il y a plein de burnouts. Donc questionnez-vous dès aujourd'hui plutôt que de signer bêtement un CDI parce qu'on vous a dit qu'il fallait vite signer quelque chose ; posez-vous la question de pourquoi vous voulez le signer, est-ce que ça vous plaît ? **est-ce que vous trouvez du sens ?** et je vois que les étudiants étaient hyper réceptifs. Il y en a plein qui sont venus me parler à la fin, qui m'ont dit ça m'a remis en question, ça m'a chamboulé. Donc on voit qu'il y a une tendance de fond ».*
- Plus quand même sur la quête de sens ? plutôt arriver comme ça que frontalement l'écologie peut-être ?  
*« Oui. Mais **tout est relié**, on s'en rend vite compte. »*
- Et vous, quel a été votre électrochoc ?
- « ***Moi ça a été un cheminement.** Dès le plus jeune âge, même bien avant d'avoir la conscience écologique...après, si, je l'ai toujours un peu eue vu que mes parents sont agriculteurs, depuis que toute petite je les entends dire que les changements sont déjà présents, que c'est de plus en plus compliqué de cultiver les terres, que le climat se réchauffe ; j'ai un peu été baignée là-dedans mais **sans pour autant essayer d'agir** ou de mettre mes actes en cohérence avec mes convictions. Par contre la quête de sens je l'ai toujours eue ; j'ai*

*toujours remis en question ce qu'on me disait de faire et j'ai toujours dès très jeune ressenti cette pression de devoir construire ma vie. Quand à l'école, on m'a dit « il faut que tu aies de bonnes notes », cette pression de l'excellence tout le temps je la portais sur mes épaules parce que j'avais pas encore le recul nécessaire pour me dire il y a d'autres voies possibles. Donc je sentais cette pression qu'il fallait que j'aie toujours des bonnes notes, qu'il fallait que je coure toujours plus, et que je décroche un bel emploi pour réussir ma vie. Donc je croyais que la réussite c'était là-dedans. Pour autant je sentais que ça sonnait faux, que je serai pas heureuse là-dedans, que je serais toujours insatisfaite, et que je vivrais pour les autres. Et j'avais pas forcément les réponses. Mais dès 15 ans je me posais énormément de questions existentielles, pourquoi on fait ça, est-ce que c'est ça réussir sa vie, quel sens j'ai envie de donner à ma vie ? et après ça s'est construit **au fil des rencontres, mes expériences**, notamment ma mission humanitaire en Inde de deux mois a été un gros virage. Pour le coup ça m'a fait prendre énormément de **recul sur nos modes de vie occidentaux**, versus eux qui n'ont pas tous nos privilèges, pas tout notre confort et qui pour autant ont des sourires que je ne voyais pas en France. Je me disais c'est bizarre qu'ils sourient plus que nous, alors qu'on est censés en avoir plus et donc être plus heureux, vu **qu'on m'a dit que le bonheur c'était d'en avoir toujours plus**. Et c'est là que j'ai tout remis en question. J'ai dit mais en fait on court complètement après nos vies et on se perd nous-mêmes, on est complètement déconnectés de nous-mêmes et des choses essentielles. On n'a plus de valeurs, **on n'a plus le sens des choses, de la simplicité**. Donc c'est vraiment petit à petit. Après, les rencontres, mes expériences, le fait de tester plein de choses, de voir ce qui me plaisait, me plaisait moins ».*

Victoria est un peu une déserteuse<sup>147</sup> ou « bifurqueuse », comme ces jeunes qui remettent en question leurs études, leurs modes de vie pour des raisons existentielles. Victoria raisonne de façon systémique et sa dénonciation de l'accélération du monde l'amène à rechercher plus de simplicité, à se reconnecter au monde et à se préoccuper de l'environnement. Victoria a adopté un mode de vie sobre : elle est devenue végétarienne, mange moins de manière générale, cultive son potager, n'achète quasiment rien de neuf, ne prend pas l'avion et depuis quelques mois participe à des actions comme celles organisées pour dénoncer les projets de Total en Afrique. Nous avons sélectionné quelques publications qu'elle a postées sur Instagram pour illustrer son engagement (matériau 16 ci-après)

---

<sup>147</sup> [https://www.lemonde.fr/podcasts/article/2022/05/25/les-deserteurs-ces-diplomes-qui-changent-radicalement-de-vie-pour-preserver-la-planete\\_6127567\\_5463015.html](https://www.lemonde.fr/podcasts/article/2022/05/25/les-deserteurs-ces-diplomes-qui-changent-radicalement-de-vie-pour-preserver-la-planete_6127567_5463015.html)

### Matériau 16 - Publications Instagram de Victoria (23 ans)



Victoria est un exemple très parlant d'expérimentation (Galland, 2022). Elle construit son identité et cherche à se définir au gré des rencontres et des expériences. À partir d'une sensibilité ancrée en elle depuis toujours et à la suite d'une prise de conscience, elle a débuté par un regard comme extérieur sur elle-même, sur sa place dans le monde et manifeste le désir de bâtir sa vie sur de nouvelles normes qui incluent notamment la lutte contre le réchauffement climatique. Son podcast lui a permis de rencontrer des personnes inspirantes qui la guident et lui donnent une partie des réponses. Victoria est persuadée que c'est par l'éducation, l'information et la connaissance que la conscience écologique peut se développer.

Avec un terreau pourtant équivalent, nous allons voir que le parcours de Zakaria est très différent de celui de Victoria.

### Zakaria ou l'importance de l'éducation

Zakaria se définit comme « écolo mais pas trop » car il considère qu'il n'a pas assez modifié son mode de vie pour prétendre l'être plus. Le sujet de la viande revient souvent dans ses propos car il avoue avoir du mal à s'en passer. En revanche, il est actif dans plusieurs associations et a choisi, après avoir commencé par des études de biologie de s'orienter ensuite vers un Master en écologie et développement durable comme il nous le précise dans sa présentation personnelle :

*« Je suis actuellement en Master 2 écologie et développement durable à Angers. Et je suis en alternance à Véolia dans la préservation de la ressource en eau potable. Auparavant j'ai fait une licence de biologie, et un BTS analyses biologiques et biotechnologiques, donc tout ce qui est labo. Sinon je suis engagé actuellement dans plusieurs associations et entreprises : Time for the Planet, c'est une entreprise à but non lucratif où des innovations pour le changement climatique sont proposées. Donc moi j'évalue justement avec plusieurs évaluateurs leurs innovations, et pouvoir les financer par la suite. Je suis aussi journaliste à Pensez l'après, c'est un média associatif dans la transition écologique, sociale et solidaire, c'est à Paris. J'organise aussi la Cop3 étudiante, c'est un évènement national sur le changement climatique, la biodiversité aussi, et élaborer la ville durable de demain, c'est en mars 2023 à Angers. Et je suis cofondateur de Pédaler pour la Biodiversität, un projet européen effectué pour sensibiliser sur la biodiversité ; c'était faire 600 kms en vélo en Gironde, en passant par 5 réserves naturelles, et faire des petits reportages, vidéos, tout ça. Et je crois que c'est tout. Sinon, par rapport à moi, **je suis écolo mais pas trop, en fait je mange de la viande**, j'essaie de diminuer mais c'est compliqué parce que j'ai une famille qui justement...des agriculteurs et des chasseurs, forcément c'est compliqué. Par contre quand je mange de la viande, c'est de la viande de la ferme, qui est bio, locale. J'essaie de faire des efforts. Et en termes de transport, j'ai jamais pris l'avion, et j'ai pas l'intention de le prendre. »*

Nous comprenons à la lecture de ce verbatim que Zakaria associe, comme tous les éco-concernés rencontrés, écologie et consommation. Bien qu'il soit investi dans plusieurs projets, il considère qu'il n'en fait pas assez au niveau individuel. Il est intéressant qu'il cite spontanément la consommation de viande comme élément déterminant car cela vient en partie confirmer l'importance de cette consommation, plutôt de cette non-consommation, dans la définition d'un statut d'éco-concerné. Nous lui avons demandé des précisions :

- Vous venez de dire « je suis écolo mais pas trop », « je mange de la viande mais c'est de la bonne viande ».....
- *« En fait il faudrait consommer seulement 2 tonnes de gaz à effet de serre par habitant, et je pense pas les atteindre, je suis à plus, et je sais qu'il faut que je me restreigne. Actuellement en tant qu'étudiant on n'a pas forcément d'argent mais au final c'est pas une excuse parce*

*que la plupart de la population utiliserait cette excuse. Mais je sais que plus tard je voudrai être dans un éco-lieu, pouvoir avoir une atmosphère appropriée pour diminuer ma consommation de viande ou de transports ou quoi que ce soit, et pouvoir atteindre ces objectifs-là. Et je sais que je pourrai toujours m'améliorer. »*

- Mais par exemple ne pas manger de viande ça coute moins cher peut-être ?
- *Oui. Mais du coup, je sais pas si j'ai une excuse à ça, mais le fait de ne pas savoir très bien cuisiner, de ne pas être accompagné puisque mes proches ne sont pas forcément végétariens, c'est compliqué aussi. Le fait de ne pas avoir le temps, je sais pas... je sais pas si c'est vraiment une excuse à ça, mais...*

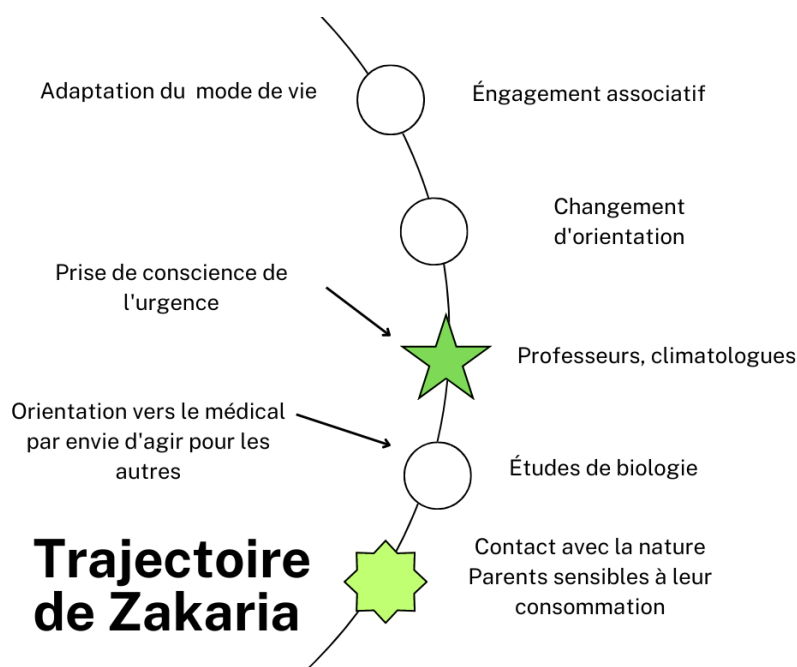
Cet extrait nous informe à quel point l'appui de l'entourage, de la communauté est important et que changer de mode de vie n'est pas facile même lorsqu'on est persuadé de la nécessité de le faire. Nous verrons dans la prochaine section comment les rapports avec la société sont parfois difficiles pour ces jeunes. Nous avons rassuré Zakaria sur notre volonté de ne pas le juger, juste de comprendre comment il procédait et quel avait été son parcours :

- Je voulais vous demander, vous faites pas mal de choses, vous faites partie de plusieurs associations, qu'est-ce qui vous a poussé à vous investir dans l'écologie ?
- ***En étant éduqué.** En fait de base je ne consommait pas énormément parce que je vivais dans un cadre de vie où mes parents font attention à la gestion des déchets, à leur consommation énergétique, à ne pas faire n'importe quoi. **J'ai toujours vécu dans ce mode de vie, avec la nature, les animaux.** Après j'ai été vers la voie du domaine de la biologie, et c'est en licence que j'ai eu un peu une révélation, quand nos professeurs... j'ai eu un professeur en biologie de la conservation, des climatologues, qui nous ont dit les faits. **Et je suis un peu tombé de ma chaise,** et ah ! Après, je me suis plus renseigné sur le domaine de l'écologie et j'ai fait d'accord, il faudrait peut-être agir plus, pour avoir un cadre de vie par la suite plutôt potable. **Donc c'est à travers mes études,** de la licence 2, licence 3, du coup j'ai orienté mon orientation. Et pouvoir faire en sorte de... au début c'était plus tout ce qui était médical, il y avait l'aspect d'aide à la personne ; mais du coup je me suis dit je serai plus efficace à agir sur l'écologie, donc carrément les populations. C'est un peu mon aspect **j'ai envie d'agir pour les autres,** en fait.*
- Vous diriez que c'est le passage aux études supérieures qui a été le plus gros déclencheur ?
- *« Oui. Parce qu'auparavant, c'était un peu présent mais je me disais c'est dans longtemps et en fait c'est pas forcément dans longtemps. Et c'est cet aspect de on n'a pas beaucoup de temps pour agir, il faut agir dès maintenant. »*

Ainsi, le terreau sur lequel repose l'engagement de Zakaria est comme pour Victoria le contact avec la nature, un milieu modeste attentif à sa consommation pour des raisons économiques. Le dé clic s'est fait grâce à des enseignants, des intervenants dans le cadre de son cursus scolaire.

On notera ici également l'importance des recherches personnelles ensuite sur les questions climatiques. La figure 24 ci-après reprend ces éléments :

**Figure 24 - Trajectoire de Zakaria (23 ans)**



Nous sommes ici face à un processus de socialisation finalement assez classique de par les instances de socialisation à l'œuvre (contact avec la nature, école). En revanche le passage aux études supérieures a été déterminant et nous avons ici, comme avec Théo, une rupture avec la socialisation d'origine comme Zakaria nous l'a ensuite confirmé :

- Tout à l'heure on a parlé de vos parents. Est-ce que vous avez observé quand même des changements ?
- « Ils sont difficiles à changer. Je les informe du mieux que je peux, je leur apporte la science, et ils acceptent des choses. Par exemple mon père utilisait du glyphosate, et j'ai dit c'est pas bon, et j'avais les publications scientifiques derrière moi pour dire j'ai des preuves. Après, ils n'ont jamais été trop consommateurs, donc en soi ça ne change pas grand-chose pour eux du fait de moins consommer ou autre. Donc oui je les ai informés. Par contre quand on fait des réunions de famille, les grandes réunions de famille **c'est compliqué d'en parler**. Ils sont plus du genre à critiquer les écolos qu'à être avec eux. »

La trajectoire de Zakaria met l'accent sur le rôle important de l'éducation, de l'école au sens large dans la prise de conscience écologique. Mais il met aussi au jour le fait que cela n'est pas toujours suffisant et qu'un terreau propice est crucial.



Nous finirons nos exemples avec Lila qui elle a décidé de changements très profonds dans son mode de vie, totalement en décalage avec sa famille, dans une forme d'affirmation de son identité personnelle, et dont le passage aux études supérieures a également été un moment décisif, un « évènement fondateur » (Özçağlar-Toulouse, 2005)

### Lila ou l'affirmation de soi

Lila est une des personnes rencontrées à avoir le plus modifié son mode de vie. Elle se décrit comme « minimaliste » et a décidé de désencombrer sa vie pour se reconnecter à des choses simples, qui ont du sens. Elle essaie de faire elle-même ce dont elle a besoin, d'acheter le moins possible comme elle a choisi de nous le partager dans son visuel :

#### Matériau 17 - Visuel de Lila (23 ans) et commentaires



*« J'avais choisi l'armoire que je vous ai montrée. C'est une espèce de cagette que j'ai mise comme ça. Il y a les bocaux et en même temps il y a le tissage du coup, c'est un peu pour montrer que je fais du vrac. Que les meubles c'est un peu moi qui fais de la bidouille. Et pareil, la décoration pareil. Et à côté, il y a une espèce de petite caisse que j'ai faite moi-même. C'était un peu dans le faire et voilà. »*

Lila commence par nous résumer son parcours :

*« Ça fait trois ans que je suis autonome en tout cas dans un logement où je vis seule et du coup étant en plus détachée de mes parents, je me suis posée la question : qu'est ce qui, vu que maintenant **je gère ma vie toute seule, qu'est ce qui est important ?** Et en fait, j'ai repris les bases de tout, j'ai commencé d'abord par l'alimentation, et **petit à petit, je me suis penchée vers l'écologie.** Mais à petite échelle. Essayer de commercer à faire un peu de zéro déchet, le compost. Et du coup j'ai commencé à aider un jardin partagé à côté. »*

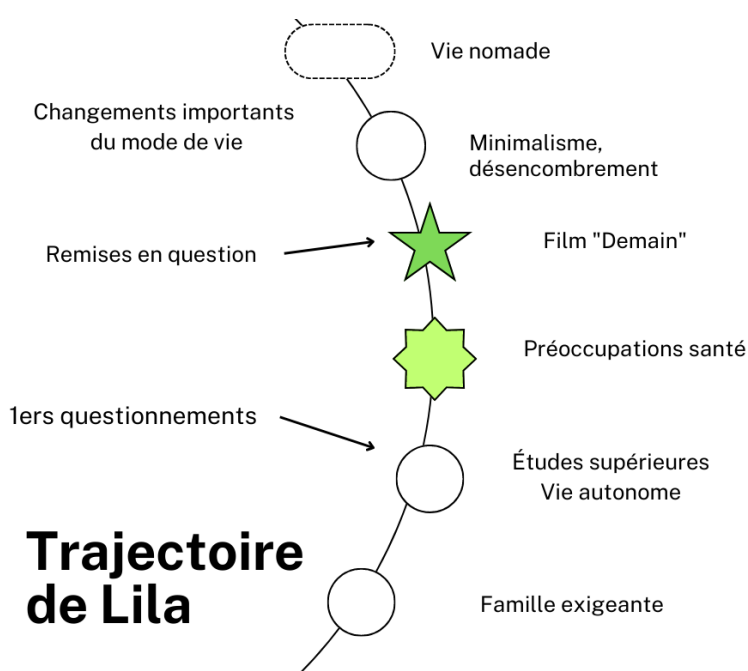
De façon encore plus marquée que pour les précédents, nous constatons que le passage aux études supérieures et l'acquisition d'une certaine autonomie ont été déterminants dans sa prise de conscience. C'est en ayant davantage la liberté de se centrer sur elle-même que Lila a pu entamer son processus identitaire. En effet, Lila est issue d'une famille de quatre enfants et elle fait partie de triplés. Elle qualifie ses parents d'exigeants et que son tempérament de suiveuse, un peu introvertie, ne lui avait pas donné l'occasion de se poser ces questions.

- « *Il y a pas mal de problèmes dans la famille, physiques. Et je pense que c'est beaucoup lié à la pression. On a été élevées à être productives, à ne jamais nous ennuyer. A toujours donner le meilleur de nous. Et en fait, on n'a jamais appris à juste créer des choses pour nous. A un moment si on a envie de lire un livre, on peut, si on a envie de se balader et prendre l'air on peut. Non, c'est toujours faire des choses ...* »
- Et pourquoi toi, tu es « différente » ? Qu'est ce qui a été déclencheur chez toi de cette envie de se poser ?
- « *Je pense que j'ai surtout, je suis quelqu'un qui suivait beaucoup les personnes et qui m'adapte énormément. Quand j'étais avec la famille, je me reposais sur les gens. On faisait les mêmes choses, et en fait, quand j'ai été seule, je me suis dit « **maintenant, je suis libre, je peux décider de ma vie** ». C'est trop bien. **Qu'est-ce que je veux ?** Je me suis tout de suite tournée vers « avoir un mode de vie plus sain ». Et plus respectueux de la planète parce que voir des animaux, les entendre chanter c'est trop bien. La nature elle est merveilleuse et du coup on ne se rend pas compte. Petit à petit elle va disparaître. Et essayer de l'aider à ne pas disparaître parce que c'est le risque aujourd'hui. On a vraiment la chance d'être vivant et d'être dans un univers assez chouette. D'avoir la nature qui nous entoure, la biodiversité, les arbres qui nous aident au niveau du climat. Tout un tas de choses, et vraiment essayer de se rendre compte de tout ça. Je me suis rendue compte de tout ça quand j'étais autonome en me disant « mais ça y est, maintenant, c'est moi qui décide, c'est moi qui suis seule ». Du coup, c'est pour ça que pour moi l'autonomie c'est vraiment quelque chose qui m'a permis de commencer tout ça et de me dire « c'est moi qui suis maître de ma vie », comment je veux voir ma vie ? »*
- Donc c'est le passage à l'autonomie qui a été un peu le déclencheur ?
- *Oui.*
- Tu aurais pu continuer à vivre comme tu vivais chez tes parents ?
- *Oui. C'est sûr.*
- Et donc, il n'y a pas eu d'autres, c'est parce que tu as eu plus de temps pour réfléchir ou ..... ?
- « *Oui je pense plus de temps pour réfléchir et j'ai vu plusieurs fois le film « **Demain** », et à chaque fois je me dis « Lila, tu regardes ça mais tu ne fais rien ». Et du coup, j'ai essayé petit à petit de regarder ce qui se faisait, et les tendances et en quoi le terme zéro déchets, en voyant les nombres, les choses comme ça, le plastique dans les océans, petit à petit je me suis dit « et pourquoi pas moi » ? C'est vrai qu'au début je l'ai vu un peu, c'est vrai que le*

*plastique c'est plus cher au niveau des poubelles. J'ai fait en fonction de ça, la viande aussi c'est plus cher donc j'ai vraiment essayé de baisser au niveau du prix. En ensuite je me suis dit, regarde, là tu as l'habitude de prendre moins de viande, moins de déchets, pourquoi tu ne fais pas carrément, pas zéro déchet à fond, mais avoir une petite poubelle de verre. Si tu y arrives bien, **pourquoi tu ne mettrais pas ça en place pour l'environnement ?** »*

Comme Victoria ce sont des questionnements sur la société actuelle, les modes de vie trépidants de la modernité tardive (Rosa, 2012) qui l'ont amenée vers l'écologie. C'est d'abord la recherche d'un mode de vie plus sain, des préoccupations pour sa santé – car elle a vu les effets du stress sur sa famille – qui ont été à l'origine de sa démarche. De plus, nous retrouvons dans ce verbatim la place importante accordée à la nature dont se nourrit son identité d'éco-concernée. Depuis qu'elle vit seule, Lila aime aller en forêt, cueillir des plantes qu'elle a appris à cuisiner par exemple et ce contact a favorisé chez elle l'émergence d'une conception d'une nature plus globale dont l'être humain fait partie. Elle a trouvé ce que Rosa appelle un espace de résonance (Rosa, 2018). Elle évoque également le film *Demain* de Cyril Dion qui a été cité plusieurs fois par nos informants comme l'un des déclencheurs de leur engagement. Il est décrit comme véhiculant beaucoup d'émotions et d'espoirs en dépit du travail à réaliser. Il montre que chacun à son échelle peut contribuer à améliorer les choses, ce qui a séduit Lila comme le résume la figure 25 de sa trajectoire :

**Figure 25 - Trajectoire de Lila (23 ans)**



Nous avons mis au terme de la trajectoire en pointillés « vie nomade » : c'est ce que souhaitait vivre Lila l'année suivante. Elle imaginait avoir un van aménagé dans lequel elle parcourrait la France pour travailler et suivre des formations. Pour compenser le côté peu écologique du véhicule, elle envisageait de faire du co-voiturage et de vivre dans son van.

Pour caractériser les cas comme celui de Lila, Lachance (2022) qualifie sa prise de conscience d'« expérience de décalage » qui peut également dans une moindre mesure s'appliquer aux autres cas. Ce qui est mis en relief dans la trajectoire de Lila est le décalage entre une norme familiale et une norme qui prévaut dans un autre cadre. Lila passe d'une norme tournée vers la réussite éloignée des enjeux environnementaux à une norme de protection de l'environnement objectivée dans le film de Cyril Dion.

Les extraits que nous venons d'étudier et l'ensemble du corpus de données nous font entrevoir que des processus de socialisation successifs sont à l'œuvre et qu'il est difficile de généraliser ce qui relève précisément de la socialisation primaire ou de la socialisation secondaire tant les cas observés sont différents sur ce point. Pour certains comme pour Victoria et Zakaria, la sensibilisation a débuté dès l'enfance alors que pour Théo et Lila c'est à l'âge adulte qu'elle s'est produite.

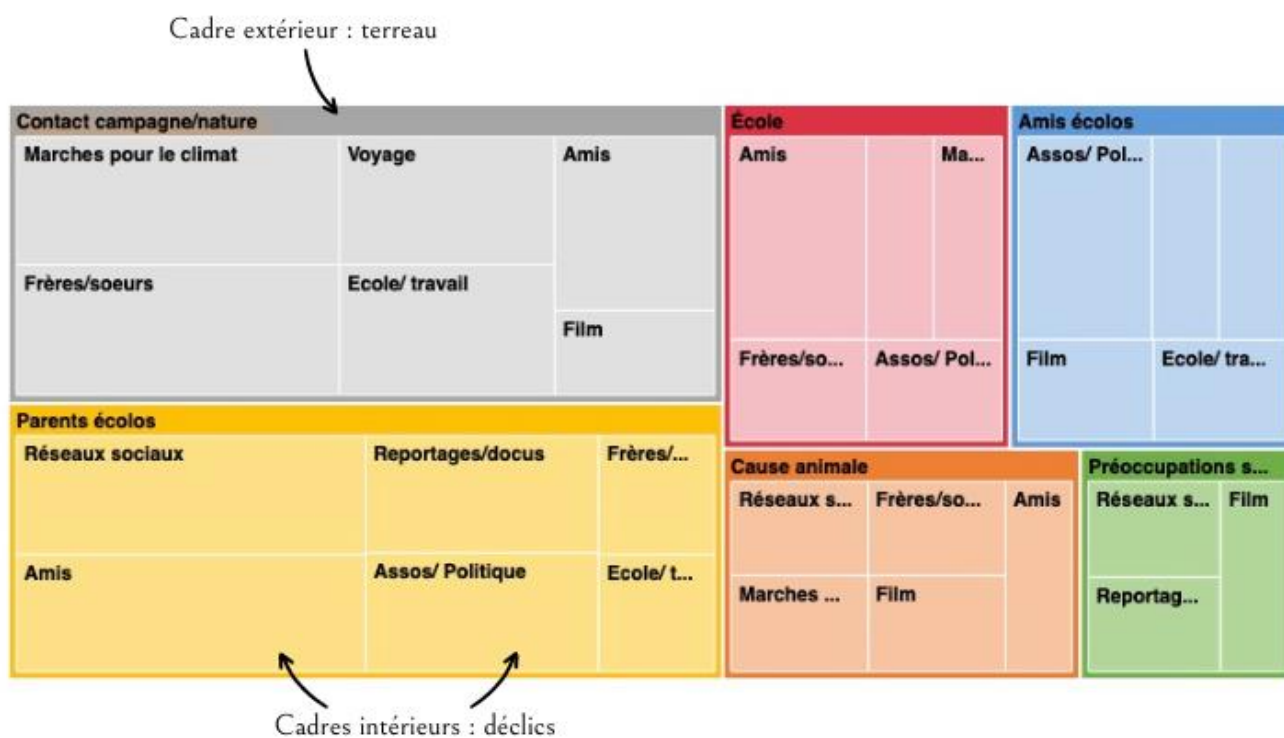
Nous sommes face à un processus continu de socialisation qui selon les individus et leur histoire familiale produit des effets de renforcement, de transformation (Darmon 2023) ou d'alternation (Berger et Luckmann, 1966) lorsque l'on observe des séquences de discontinuité entre les socialisations. Dans un grand nombre de cas cependant, le passage aux études supérieures et l'acquisition d'une relative autonomie constituent « un point de bifurcation » (Darmon, 2023), un moment décisif dans le parcours individuel. Nous constatons également que les cadres (les univers, les instances, les institutions) de la socialisation sont pluriels et nous allons dans les deux sous-sections suivantes, les décrire et analyser comment ils influencent les individus.

## **1.2 Le terreau : les cadres et modalités qui sensibilisent**

Darmon (2023) fournit une grille d'analyse qui vise à faciliter la définition des socialisations successives en fonction de l'optique de recherche privilégiée. Nous avons choisi de nous pencher sur les instances de socialisation qui font partie de ce que Lahire (2013) appelle à décrire et analyser comme des cadres de la socialisation au même titre que les univers et les institutions. Nous nous intéresserons également à leur fonctionnement ou modalités des actions socialisatrices telles que les décrivent nos données.

Pour aboutir à la production de résultats, nous avons procédé comme nous l'avons rapporté dans le chapitre 4 et lors du codage de nos données à l'aide du logiciel NVivo, nous avons utilisé la fonction « classification des cas » et avons affecté aux informants des attributs issus des entretiens. Dans ces attributs figurent « terreau » et « déclic ». Ils sont consultables pour tous les cas dans le tableau en annexe 5. Nous avons également utilisé cette fonction pour générer un diagramme hiérarchique<sup>148</sup> tel qu'il est présenté dans la figure 26. Chaque cadre extérieur représente un attribut « terreau » et les cadres intérieurs les attributs « déclic ».

**Figure 26 - Diagramme hiérarchique NVivo des attributs « terreau » et « déclic » des informants**



Nous pouvons, à la lecture de ce diagramme, noter le poids des expériences précoces dans la constitution du terreau (contact avec la nature/vie à la campagne, parents « écolos » et sensibilité à la cause animale). En revanche, nous n'avons pas de règle qui se dessine quant au lien avec le déclic. Les différents déclics sont dispersés dans toutes les catégories de terreaux et se révèlent donc être très liés aux contextes, à la situation de l'informant·e et aux influences

<sup>148</sup> Le diagramme hiérarchique est généré dans NVivo à partir des de la classification des cas (ici nos informants) et compare les codes par nombre de références d'encodage.

auxquelles il/elle a été soumis·e. Nous pouvons également constater que les amis ou l'école peuvent appartenir aux deux catégories d'attributs. Nous allons tout d'abord nous pencher sur ce que nous avons nommé « terreau » ou première étape constituée des cadres qui sensibilisent.

Nous avons vu avec le cas de Victoria que le fait d'avoir vécu plus jeune à la campagne ou d'avoir été en contact avec la nature est assez présent dans nos résultats comme identification d'un terreau propice à la sensibilisation. Nos résultats révèlent que ce que nous pourrions qualifier d'« expérience de nature » peut prendre différentes formes : vie rurale mais aussi promenades en forêt, dans la campagne, vacances à la montagne, randonnées... Ce qui transparaît cependant c'est que ces expériences sont souvent liées à une expérience familiale, à des moments partagés, à des souvenirs dans un contexte naturel et font partie intégrante, dans l'esprit de nos informants, de l'éducation qu'ils ont reçue à l'image de Mathias :

*« Alors mes parents m'ont donné **une éducation vachement portée sur la sensibilité à la nature**, donc j'ai toujours été sensibilisé à ça. Petit, on allait à la montagne, dans la forêt... »*  
(Mathias, 25 ans)

Ces expériences sensorielles significatives, qui sont généralement des moments heureux, servent de fondation à l'émergence d'un attachement, la création d'un lien affectif envers la nature et la compréhension de l'importance de la protéger comme nous l'explique Edgar :

*« Je me rappelle qu'il y a eu tout au long en fait même, même dans mon enfance, j'ai grandi dans la ville, mais on avait une maison à la campagne, donc le week-end et pendant les vacances, on allait beaucoup à la campagne, on sortait beaucoup. J'ai été souvent dans la forêt, c'était un parc naturel, donc c'était des forêts qui étaient très naturelles, qui n'étaient pas mises au service de la production de bois mais beaucoup plus, qui étaient vraiment laissées en quelque sorte livrées à elles-mêmes pour que la biodiversité puisse y prospérer. Et je pense que ça, ça a fait que c'est quelque chose qui m'a, enfin, **c'est quelque chose qui m'a beaucoup touché** et qui a fait que **j'ai développé une espèce de sens** de ce que ça peut être aussi la nature, et un environnement auquel on ne touche pas et qui n'a pas forcément d'impact humain, et qui n'est pas contrôlé par l'humain, et **que c'est important de le conserver** et c'est beau. »* (Edgar, 22 ans)

Nous retrouvons cette même logique dans les discours de nos informants qui ont d'abord été sensibilisés à la cause animale. Ils décrivent une enfance proche des animaux, parfois la pratique de l'équitation et très souvent des activités dans le cadre familial qui vont induire un questionnement, comme chez Ismaël, sensibilisé très jeune et qui lie les deux contextes :

*« Très petit, j'aimais beaucoup les animaux, aller dans la nature les observer et tout ça. Et rapidement, j'ai voulu m'engager un peu plus profondément sur ces causes-là. Ça a été d'abord auprès de la SPA, **la protection animale. C'est par là un peu que je suis rentré dans l'écologie** (...) un des plus vieux souvenirs que j'ai de faits marquants de vraiment, de l'envie*

*de s'engager, et d'un moment où j'ai vraiment vu que il y avait un problème, ça a été un moment, on m'a expliqué tout ce qu'il se passait dans les différentes forêts d'Amazonie<sup>149</sup>, avec l'huile de palme, et avec les orangs outangs, qui souffraient de cette production. En fait, je savais pas du tout. On m'a expliqué ça, j'avais 5 ans, et du jour au lendemain j'ai arrêté de manger de l'huile de palme alors que je mangeais du Nutella tous les matins. J'ai arrêté. Ça, je crois que c'est un des plus vieux événements qui m'a vraiment marqué, **de moments où je me rends compte qu'il y a un problème**, et que je dois agir en conséquence, et que je ne peux pas laisser ça comme ça. Donc voilà. Ça, ça a été assez marquant, et le fait que **j'étais vraiment attaché aux animaux**, et qu'on m'explique que parce qu'on consomme de telle manière, il y a des animaux qui meurent concrètement, c'était un choc. » (Ismaël, 17 ans)*

Ces deux derniers verbatims mettent en lumière que les interactions avec le non humain créent des liens privilégiés mais surtout sédimentent de manière plus ou moins explicite la conscience d'un lien entre modes de vie humains et impacts sur la nature. Ces modalités de socialisation, que l'on pourrait qualifier de « diffuses » (Lahire, 2002) ne sont pas nécessairement envisagées par les parents comme des moments d'éducation à l'écologie mais parfois uniquement comme des pratiques saines ou tout simplement comme faisant partie de leur environnement quotidien. C'est pourquoi il est utile de les distinguer du cadre de socialisation constitué de parents sensibles eux-mêmes à l'écologie et désireux de transmettre ces valeurs à leurs enfants. C'est le cas de Jude qui revendique une sensibilité venant de sa mère :

*« Ça peut paraître un peu prétentieux, mais en vrai depuis toujours. Parce que **ma mère, elle est écolo depuis toujours** et du coup déjà quand on était petits par exemple, même si on allait s'acheter des vêtements (...) il y avait toujours ce truc d'est-ce qu'on en a besoin ? (...) Ça n'a jamais été anodin, on va dire, d'acheter quelque chose. On se préparait des sandwiches plutôt que d'en acheter sur les aires d'autoroute car ça permettait de faire moins de déchets ou des trucs comme ça. » (Jude, 24 ans)*

À l'instar de ce que relate Jude, les informants qui corrént l'éveil de leur sensibilité à l'influence de parents « écolos », s'appuient sur des actes, une socialisation par l'exemple, la pratique directe (« on trie », « on ne gaspille rien », « on essayait de faire attention un minimum » ...) plutôt que l'injonction à faire/ ne pas faire uniquement. Il est cependant très intéressant de noter que tous les informants éco-concernés jugent que leurs parents n'en font pas assez et que l'éducation qu'ils ont reçue n'est qu'une base de départ, une source de normes de comportement mais pas celle de leur engagement comme nous l'explique Daphné :

*« Je pense qu'ils (ses parents) ne l'ont pas totalement, mais à moitié. Parce que **j'ai quand même été un peu initiée par eux** mais d'un autre côté ils sont moins à dire on va faire des actions. Ils ne font pas beaucoup de gestes, mais ils me laissent faire tous les petits trucs pour l'environnement (...) Mais je ne saurais pas dire si c'est eux qui m'ont transmis ou pas. Je pense*

---

<sup>149</sup> Nous n'avons pas modifié le verbatim mais avons noté l'erreur de localisation (Indonésie et non Amazonie)

*que j'ai été assez sensible grâce à eux, et **plus tard il y a eu des déclics**, j'ai dit on se mobilise pour l'environnement.* » (Daphné, 19 ans)

Nous avons également relevé que pour un autre cadre, l'école, traditionnellement décrit comme un cadre socialisateur important ce sont aussi les actes, en mode projets dans ce contexte, qui sont le plus souvent mentionnés comme modalités socialisatrices. C'est le cas d'Inès :

*« En fait quand j'étais petite on habitait dans le Gers (...) et dans ma primaire **j'avais des enseignants super engagés** dans l'écologie déjà, les années de 2006 à 2010, et il y avait des semaines entières dédiées au climat. Donc on a fait des visites de centrales de déchets, on est allés ramasser les déchets sur la plage, dans les collines ; on avait des intervenants qui venaient. Et dans la petite ville où j'étais, c'est la première ville qui a mis en place le tri sélectif, du coup on a eu des formations au primaire.* » (Inès, 21 ans)

Si Inès nous parle de l'école primaire, l'école est, dans notre corpus de données, jugée comme socialisatrice à des niveaux divers, primaire, collège et supérieur comme nous l'avons vu dans le cas de Zakaria. Elle est cependant étonnamment peu présente dans les discours de nos informants. Pourtant, le site de l'Éducation Nationale nous précise que : « *l'éducation au développement durable (EDD) est **une éducation transversale**, qui intègre les enjeux du développement durable dans les nouveaux programmes d'enseignement de l'école primaire et aux programmes d'enseignement disciplinaires du collège et du lycée général, technologique et professionnel*<sup>150</sup> » et qu'elle a été officialisée en France à partir de 2004 et sa mise en œuvre progressive a été étendue jusqu'en 2011. Par conséquent, logiquement la majorité de nos informants a dû en bénéficier. Ce qui ressort de nos recherches à ce sujet est que ces enseignements sont jugés comme un peu « fourre-tout », le rôle des éco-délégués vus comme des « placebo » et que le mode d'enseignement descendant n'est pas approprié, les apprenants étant souvent réduits à un rôle passif (Robert-Mazaye et al., 2021). De plus en plus de chercheurs en éducation s'interrogent sur une nécessaire redéfinition des objectifs éducatifs (e.g. Boelen, 2021 ; Testot et Wallenhorst, 2023).

Enfin, la relative inertie des programmes se heurte aux évolutions rapides dans ce champ scientifique (Garnier et al., 2021 ; Hétier et Wallenhorst, 2023). Le cadre scolaire est toutefois favorable aux rencontres et parfois dès le lycée (pas avant selon nos données) les jeunes sont sensibilisés par des amis déjà sensibilisés eux-mêmes, par leurs parents en général comme cela a été rapporté par Océane :

*« Ça a commencé au lycée. Parce que **j'étais dans un groupe d'amies** où leurs parents étaient plus sensibilisés à ça que les miens. Eux l'étaient davantage donc j'ai été sensibilisée en plus via*

---

<sup>150</sup> <https://www.education.gouv.fr/1-education-au-developpement-durable-7136>



*mes amies au lycée. Et puis quand j'étais au lycée, ça commençait à venir ce mode de fonctionnement. C'était vraiment au début, et après je suis partie en études supérieures. J'ai dû rester deux ans au domicile familial, mais ça a commencé là.* (Océane, 25 ans)

Ce à quoi Océane fait référence par « mode de fonctionnement », ce sont les premières manifestations de la jeunesse, les marches pour le climat qui ont eu une influence plus ou moins directe sur cette génération. Ces manifestations ont sans doute contribué à légitimer pour une partie de la jeunesse les préoccupations écologiques, renforçant ainsi le pouvoir prescripteur (Lahire, 2004) des amis sensibilisés. Nous l'avons vu lors de notre revue de littérature, les pairs acquièrent une plus grande influence à partir de l'adolescence (e.g. Arnett, 2015 : Gentina, 2008). Nos résultats montrent qu'ils deviennent vraiment décisifs plus tardivement lors des études supérieures. Nous étudierons plus en détail les modalités liées à ce groupe lorsque nous nous pencherons sur les déclencheurs.

Enfin, nos résultats désignent un dernier cadre de sensibilisation, plus personnel et plus marginal dans notre échantillon également. Les préoccupations pour sa propre santé peuvent en effet devenir la clé d'entrée dans une démarche écologique plus globale comme l'ont expérimenté Mathieu et Élixa :

*« Bah, ça s'est de plus en plus penché vers l'écologie, vu que **de base c'est parti de l'alimentation par rapport à la santé.** On a d'abord fait attention à la santé au début, et c'est en se renseignant **qu'on a vu l'impact par rapport à l'environnement**, et dans ce cas, là, c'est ça qui nous a... On s'est sensibilisé à ça, et maintenant c'est principalement des raisons écologiques qui nous motivent à changer nos modes de vie. »* (Mathieu, 25 ans)

Comme nous avons pu le constater au travers de l'étude du cas de Lila, à partir de la volonté de vivre plus sainement, les centres d'intérêt s'élargissent et se déplacent vers une attention plus globale portée à l'écologie. Nous noterons ici l'importance de la recherche d'informations qui souvent, comme chez Théo notamment, entraîne ensuite des changements plus profonds. Nous pouvons par conséquent avancer qu'entre le terreau et le déclic, la différence vient du besoin de mise en cohérence, initiateur du changement et nous allons à présent examiner plus en détail ce que sont ces déclics et leurs traits de fonctionnement.

### **1.3 Le déclic : devenir éco-concerné·e**

Lorsque nous examinons les types de « déclics » qui émergent de nos données - à la fois dans les entretiens et sur les présentations des membres de sites dédiés à l'écologie - nous pouvons distinguer quatre grandes catégories : la fratrie (frères et sœurs), les pairs (amis, associations,

marches pour le climat), les médias (films, reportages) et les réseaux sociaux qui relèvent à la fois des médias et des pairs comme nous l'avons déjà évoqué dans notre revue de littérature.

L'influence des frères et sœurs s'exerce toujours de façon descendante c'est-à-dire que ce sont les plus âgés qui entraînent les plus jeunes comme chez Capucine déjà sensibilisée, ainsi qu'elle le précise :

*« J'ai un frère aussi, c'est peut-être lui, même, **qui a amené la chose dans la famille**. Car il est un peu plus âgé que moi, il a deux ans et demi de plus, et ça a été le premier. Il est très sur les sujets politiques. Donc j'ai suivi en même temps. Et comme je suis sensibilisée voilà quoi. »*  
(Capucine, 19 ans)

Nos données montrent que les frères ou sœurs plus âgés ont déjà connu le cheminement des éco-concernés, ils sont le plus souvent devenus végétariens et ils en parlent beaucoup au sein de la famille, ils essaient de faire changer les habitudes du foyer parental. Fréquemment les aînés servent de modèles aux plus jeunes et jouent un rôle particulier dans la fratrie comme nous avons pu le mentionner dans la revue de littérature à propos des goûts et des préférences (e.g. Ayadi et Brée, 2010 ; Derbaix et al., 2010). Ils socialisent par l'exemple et le langage d'autant plus aisément qu'ils peuvent partager un terreau commun.

Il ressort de l'analyse de notre corpus que ce déclic, ou déclencheur s'appuie assez fréquemment sur le langage et les images. Les entretiens ont mis en évidence l'importance que les jeunes accordent aux discussions, aux échanges entre pairs voire au débat d'idées. Ils évoquent souvent des « discussions » avec des jeunes engagés qui leur ont ouvert la voie, le rôle informatif des pairs, qui est vu comme positif, enrichissant. Si nous revenons sur le visuel de Jeanne au chapitre précédent (matériau 4 p.250), elle utilise ces mots pour la lettre R de sobriété :

*« J'avais mis **échanger pour évoluer** parce que ça va un peu avec réflexion permanente : c'est le fait d'interagir avec des gens, d'apprendre à travers d'autres, et évoluer en fonction de ça. »* (Jeanne, 19 ans)

Les « gens » dont parle Jeanne sont notamment les autres étudiants de son cursus ou ses colocataires. Les pairs sont des autres significatifs (Berger et Luckmann, 1966) très présents dans ces processus de socialisation, ils poussent le jeune à s'interroger, à se regarder et se juger et à vouloir évoluer vers autre chose. Ce phénomène a été très documenté dans la littérature mais il est difficile d'évaluer dans quelle mesure ces pairs ont été choisis pour leur sensibilité. Ce qui transparaît en revanche c'est qu'ils jouent bien un rôle normatif lorsqu'il y a déjà une sensibilité ou que pour rentrer dans leur groupe, il est nécessaire de se procurer un certain bagage cognitif. Nous avons à ce sujet deux témoignages qui illustrent ces deux dynamiques :

« *Déjà quand je suis arrivé dans ce lycée, j'ai fait ma première terminale et seconde dans le lycée aussi car j'ai fait un bac technologique. Je suis arrivé, et je sais qu'on avait beaucoup parlé développement durable, on nous avait beaucoup sensibilisé, et quand je suis arrivé en BTS y'avait pleins de personnes végétariennes dans ma classe. J'me suis dit c'est intéressant, **pourquoi pas faire pareil**, et tout ça.* » (Victor, 18 ans)

« *J'avais une copine qui était vraiment dans l'environnement, c'est là que j'ai regardé pas mal de documentaires, je me suis intéressé à pas mal de de choses, de ces domaines, au GIEC, à toutes ces choses-là. Donc **ça a permis qu'on se rejoigne sur certains points**, on a pas mal discuté.* » (Gaspard, 20 ans)

Dans le registre de la normativité relayée par les pairs nous retrouvons l'influence qu'ils exercent vers un engagement associatif comme l'illustre le verbatim de Paco et, au sein de ces associations qui constituent autant de groupes de pairs, ils sont souvent inspirants pour l'adoption de nouveaux comportements, alimentaires notamment, comme pour Camille :

« *Avec la discussion avec mes différents amis, j'ai compris que la mobilisation citoyenne pouvait faire quelque chose, et du coup **je me suis lancé plus activement dans les associations.*** » (Paco, 22 ans)

« *Je pense qu'en entrant chez les jeunes ambassadeurs du climat, **en étant entourée de végétariens et végans, ça m'a encore plus sensibilisée**, j'ai encore eu plus d'informations.* » (Camille, 20 ans)

L'analyse des résultats nous révèle également que des événements propres à la jeunesse peuvent opérer comme des instances socialisatrices. C'est le cas des marches pour le climat qui ont parfois servi de révélateurs à nos informants. Clémence en fait partie :

« *Je n'arrivais pas à comprendre la personne que je suis. Et puis **en même temps a émergé le mouvement « Youth for climate »** avec Greta Thunberg, il a commencé à y avoir **des marches pour le climat dans ma ville**, et puis du coup j'ai commencé à chercher sur internet, qu'est-ce que c'était le réchauffement climatique ? pourquoi on en parlait autant ? parce que vraiment avant j'avais jamais été sensibilisée à cela, on en parle pas du tout en cours, et là en fait ça a été un électrochoc, enfin, je me suis rendue compte de l'urgence dans laquelle on était, et j'ai, et après plutôt, **une incompréhension par rapport à ce qu'on demandait de faire**, à choisir un métier par exemple dans le commerce, et à continuer à vouloir soutenir tout ça, et je me suis dit bien non je veux pas participer à ça, **je veux changer les choses...** » (Clémence, 20 ans)*

Nous décelons dans le cas de Clémence, comme dans celui de Victoria d'ailleurs, les problématiques identitaires auxquelles font face les jeunes à cet âge. Ils comprennent confusément que leur monde ne sera pas celui de leurs parents et que la confrontation à des événements, des personnes, des idées qui tout à coup font sens pour eux les aide à se construire.

Bien au-delà de la protection de l'environnement, devenir un·e éco-concerné·e participe au processus identitaire afin de se projeter en partie dans le monde adulte.

Dans quasiment tous les cas que nous avons mentionnés – et celui de Clémence ne fait pas exception – qui se réfèrent à l'influence des pairs, il ressort que les déclics sont très souvent associés à une recherche d'informations. Jouant parfois le rôle de déclic seuls, ils sont en revanche assez systématiquement associés aux autres formes de déclencheurs. Le fait de rencontrer des personnes éco-concernées, d'entendre parler d'écologie autour de soi ou de changer de régime alimentaire par exemple entraîne une démarche de recherche d'informations et d'exemples à suivre. Pour Maïté, les réseaux sociaux ont fait office de déclic après avoir rencontré des amis engagés qui l'ont sensibilisée aux enjeux environnementaux :

*« J'ai commencé à être plus sur les réseaux sociaux, et du coup, à suivre les personnes qui étaient engagées aussi, **et c'était un peu le déclic au moment où on sort un peu de la bulle aussi...** Enfin en gros, avant la période où j'ai vraiment commencé à être sur les réseaux sociaux et suivre des militants, j'étais pas mal dans l'optique où j'voyais les changements à faire, mais sans me rendre compte qu'il fallait faire les changements maintenant et que c'était hyper important et qu'en fait, si on les fait pas maintenant c'est un peu la catastrophe pour après. Et du coup je pense que c'est un peu ça le truc. » (Maïté, 21 ans)*

Ce verbatim met en relief le moment charnière de sortie de l'adolescence et de construction identitaire. Au départ Maïté était plutôt intéressée par le sujet de l'égalité hommes-femmes et son utilisation des réseaux sociaux l'a menée davantage vers l'écologie. Elle nous explique ce fonctionnement assez clairement :

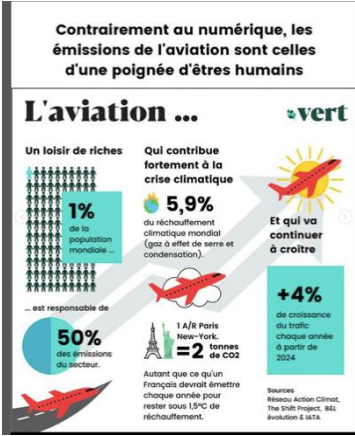
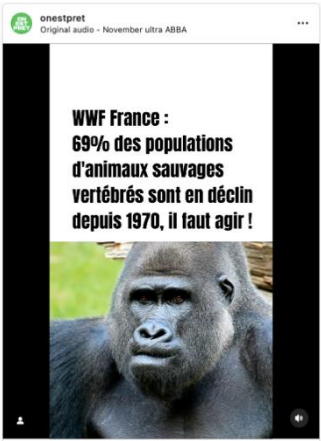

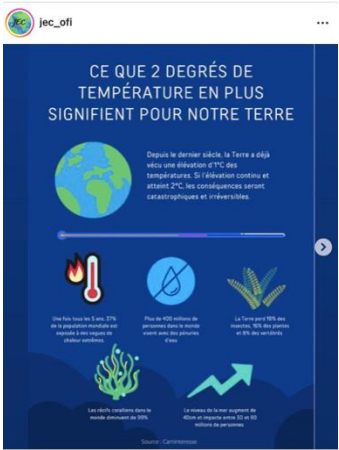
*« C'est vrai qu'il y a aussi beaucoup le truc avec les réseaux sociaux, il y a beaucoup de gens qui disent que ce n'est pas les bonnes informations. Mais il y a beaucoup de personnes engagées qui donnent **des outils et des pistes plus lisibles** que lire un gros article où on est pas sûr des sources, ce n'est pas forcément évident. Et si on va chercher une information sur internet, il faut déjà être un peu intéressé à ça. Et les réseaux sociaux, et aussi les podcasts, au début, vraiment c'était le fait de m'intéresser à des choses qui m'intéressaient, et **petit à petit, ça découle sur autre chose** où on se rendait pas forcément compte, qui m'intéressait moins, et au final **le fait que l'information arrive toute seule, ça fait poser des questions.** » (Maïté, 21 ans)*

Maïté plébiscite le format des contenus et le rôle clé des militants qui relaient des informations importantes. Il est intéressant de noter que les algorithmes l'ont redirigée vers d'autres causes qui sont finalement devenues son centre d'intérêt.



Les jeunes éco-concernés utilisent essentiellement Instagram et You Tube et dans une moindre mesure Twitter (devenu X). Nous le verrons à la section 3, ils ont pour habitude de combiner les sources. Afin de saisir comment les réseaux sociaux socialisent, en dehors de l'utilisation

d'images et pour les vidéos et podcast du langage, nous avons répertorié les grandes familles de contenu que l'on peut trouver à propos de l'environnement sur les comptes que suivent les éco-concernés (matériau 18).

**Matériau 18 - Catégories de publications sur les réseaux sociaux**

Catégories de publications	Exemple	Exemple
Chiffres	 <p><b>Contrairement au numérique, les émissions de l'aviation sont celles d'une poignée d'êtres humains</b></p> <p><b>L'aviation ...</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Un loisir de riches</li> <li>1% de la population mondiale ...</li> <li>5,9% du réchauffement climatique mondial (grâce à l'effet de serre et la condensation).</li> <li>Et qui va continuer à croître</li> <li>+4% de croissance du trafic chaque année à partir de 2024</li> <li>50% des émissions du secteur.</li> <li>1 A/E Paris New-York = 2 tonnes de CO2</li> <li>Autant que ce qu'un Français devrait émettre chaque année pour rester sous 1,5°C de réchauffement.</li> </ul> <p>Source: Réseau Action Climat, The Shift Project, B&amp;L, Evolution &amp; M&amp;S.</p>	 <p>onestpret Original audio - Novembre ultra ABBA</p> <p><b>WWF France : 69% des populations d'animaux sauvages vertébrés sont en déclin depuis 1970, il faut agir !</b></p>
Faits	 <p>Planète Verte @planeteverte · 22 mai #Climat 🌍🌱 Si nous n'agissons pas maintenant ! 1/2</p> <p>Year 2022 Year 2035 Year 2045</p> <p>If we don't act now</p> <p>SAVE SOIL</p>	 <p>jec_off</p> <p><b>CE QUE 2 DEGRÉS DE TEMPÉRATURE EN PLUS SIGNIFIENT POUR NOTRE TERRE</b></p> <p>Depuis le dernier siècle, la Terre a déjà vécu une élévation de 1°C de sa température. Si l'élévation continue et atteint 2°C, les conséquences seront catastrophiques et irréversibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Une fois tous les 5 ans, 77% de la population mondiale sera exposée à des vagues de chaleur mortelles.</li> <li>Plus de 400 millions de personnes dans le monde vivront sans eau potable.</li> <li>La Terre perdra 100 milliards de personnes, 90% des plantes et 80% des vertébrés.</li> <li>Les océans réchaufferont et le niveau des océans augmentera de 10 à 60 mètres de par exemple.</li> </ul> <p>Source: CarbonBrief</p>

<p>Polémiques</p>	 <p>Bon Pote @BonPote · 6h La COP27 commence dans une semaine. Rien de spécial à attendre d'une COP sponsorisée par Coca Cola, le gros pollueur de plastiques au monde. Comme chaque année on aura droit à des milliardaires arrivant en jet pour vous expliquer comment être écolo...</p> <p>Bon Pote Twitter 01/10/22 COP 27 sponsorisée par Coca-Cola</p>	 <p>Le jeune engagé - Instagram 26/09/22 Banques finançant des projets miniers</p>
<p>Mobilisations</p>	 <p>Youth For Climate Nantes - Instagram 19/08/22</p>	 <p>Make Sense- Instagram 19/09/22 Eacop Total en Ouganda</p>
<p>Actions militantes</p>	 <p>Humeco - Instagram 07/02/23 Sitting devant Zara</p>	 <p>Sea Shepherd France - Instagram 07/02/23</p>

<p>Consommation</p>	 <p>Green Letter Club - Instagram 15/11/22</p>	 <p>Tomorrow Project et Green up - Instagram 18/04/23</p>
---------------------	---	---

Nous pouvons observer à partir de ce relevé que les informations sont très diversifiées et qu'elles concernent à la fois des données climatiques, des causes militantes et la vie quotidienne.

Dans le registre des images, nous avons noté que Lila avait évoqué le film *Demain* comme Déclat. Elle n'est pas la seule et ce film a marqué de nombreux jeunes et a été à l'origine de leur démarche de changement. Ont été cités également des films-documentaires sur Netflix comme *Cowspiracy* ou *Seaspiracy* à propos de l'élevage et de la pêche. Nous avons constaté sur les réseaux sociaux que la vidéo de Camille Etienne *Réveillons-nous* qui comptabilise 654 000 vues sur You Tube est aussi une source de mobilisation pour certains jeunes. Enfin les reportages sur la pollution, la perte de biodiversité ou les pesticides sont aussi parfois des déclats pour nos informants.

En nous intéressant à ce que nos informants eux-mêmes ont qualifié de cheminements, nous avons pu constater que des processus de socialisation successifs étaient à l'œuvre selon des temporalités variables selon les individus. Toutefois, deux temps forts se dessinent.

Un premier temps, que nous avons qualifié de « terreau » qui éveille la sensibilité, peut avoir lieu dans l'enfance par des contacts avec la nature ou les animaux ou plus tard.

Ultérieurement, le « déclic » est opéré par des cadres socialisateurs divers mais d'origine principalement communautaire comme les amis, les frères et sœurs ou les réseaux sociaux. Ils agissent de manière directe essentiellement par l'exemple, le langage et les images et exercent une influence à la fois informative et normative. C'est le déclic qui sera à l'origine des changements dans les modes de vie.

Cependant, ces changements viennent aussi modifier leur rapport à la société.



## Section 2 : Les effets de la socialisation, vers un nouveau rapport au monde

---

Après avoir étudié les modalités de transmission et d'incorporation, nous allons dans cette section nous pencher sur les effets de cette socialisation : quelles nouvelles dispositions (à croire, à agir, à se représenter, ...) sont acquises ? En effet consommer sobrement suppose de procéder à des changements profonds et durables de son mode de vie qui sont en décalage par rapport à ce à quoi la plupart de nos informants a été éduquée. Nous verrons qu'ils ont ainsi développé de nouvelles valeurs qui les mettent quelquefois en porte à faux avec leur entourage. Bien qu'ils demeurent parfois éco-anxieux (Hickman et *al.*, 2021), nous détaillerons comment nos informants éprouvent des formes de satisfaction qui les confortent dans leurs choix.

### 2.1 L'émergence d'aspirations nouvelles

Comme nous avons pu le comprendre dans la section précédente, le déclic est un déclencheur qui va donner aux jeunes étudiés l'envie d'agir concrètement, de changer de mode de vie. Les résultats font apparaître que les changements vont se faire de manière progressive et cela pour différentes raisons. La plus importante d'entre elles est que cela représente une rupture avec les schémas traditionnels inculqués par la famille ou la société. D'autre part, le jeune ne sait pas toujours exactement dans quelle direction aller, quels chemins emprunter, d'autant plus que parfois il n'est pas encore autonome et n'a pas la marge de manœuvre ou les finances pour agir comme il le souhaiterait. Nous avons choisi de citer ici le verbatim de Loïc qui résume assez bien ce qui se dessine dans nos données :

*« En gros, réussir à vivre, à vivre tel que le mot est, **vivre vraiment** ressentir des choses fortes ou pas fortes. Être. Bien profiter de la vie mais **vraiment profiter de la vie**, donc de ce que la nature t'a donné en tant qu'humain et pas profiter en mode : « Bon ben je vais au resto tout le temps », non, non, vraiment profiter de manger la vie et avec du coup tous les autres êtres qu'il y a autour de toi. Et du coup, tout ça passe... Parce qu'il faut se renseigner et **il faut complètement sortir de tout ce qu'on t'a appris** et du coup bien voilà. » (Loïc, 25 ans)*

Ce que nous dit Loïc c'est que pour pouvoir vivre en cohérence avec ses convictions, il faut voir la vie à travers un autre prisme, de nouvelles valeurs, le respect de la nature dans son ensemble. Il mentionne également la nécessité de s'informer, d'acquérir de nouvelles connaissances, ce qui est une constante dans nos résultats, nous le verrons dans la dernière partie de cette section. Et la conclusion de Loïc, comme celle d'autres informants, est qu'il faut, comme nous le dira Mathias (25 ans) par la suite : « *déconstruire son imaginaire classique* ». Cette

déconstruction vers davantage de sobriété est généralement considérée comme restrictive, diminutive (Ben Kemoun, 2022) et nous avons par conséquent évoqué avec nos informants la question des renoncements. Renoncer c'est abandonner ce à quoi on peut être attaché, habitué (Monnin, 2023) et bien que certains admettent que cela est parfois difficile, nos informants estiment qu'à partir du moment où c'est un choix dont les raisons sont claires, les renoncements sont assumés et ont vocation à s'inscrire dans la durée. Ils sont l'aboutissement d'une réflexion comme l'explique Jeanne :

*« J'ai l'impression que quand on renonce définitivement à certaines de ses habitudes c'est que l'on est prêt et que ce ne pas tant une concession qu'**un pas en avant dans notre démarche.** »*  
(Jeanne, 19 ans)

Jeanne considère ainsi que renoncer est une étape du cheminement, qui nous l'avons vu est jalonné d'essais et de questionnements. Des verbatims que nous avons traités sur la question du renoncement émergent toujours cette idée de stade, de point de départ, comme Ismaël le formule :

*« En fait, dès lors qu'on a compris, et que du coup, le changement et le renoncement il est fait en connaissance de cause, et en accord avec ses valeurs, je vois aucune difficulté. Au contraire d'un renoncement, moi **je le vois plus comme un changement qui peut ouvrir des portes aussi.** »* (Ismaël, 17 ans)

Le renoncement est considéré comme une forme d'apprentissage et lorsqu'il permet la cohérence entre pratiques et convictions, il est pérennisé et débouche sur d'autres étapes, d'autres questionnements. Pour nos informants, renoncer est une fermeture qui finalement ouvre une fenêtre sur d'autres horizons, d'autres possibles. Comme nous l'avons déjà évoqué devenir éco-concerné·e procède de la construction identitaire, du passage progressif à l'âge adulte. Nos informants les plus âgés commencent à avoir le recul suffisant pour en faire le constat comme Edouard qui mentionne son développement personnel :

*« Toutes les habitudes que j'ai construites depuis ma majorité, je les ai prises avec la volonté de faire toujours mieux, d'être toujours meilleur, et cela **dans une logique de développement personnel.** De ce fait, je ne pense pas avoir dû briser des habitudes. Je les ai plutôt faites évoluer, comme passer de la voiture au vélo/transports en commun, ou en allant dans des fripes plutôt que dans des boutiques de vêtements neufs. Je ne l'ai jamais vu comme quelque chose de difficile car **c'était un choix voulu, assumé et très épanouissant de par cette quête de sens et d'éthique dans mes habitudes.** »* (Edouard, 24 ans)

Nous retrouvons dans cet extrait d'entretien comme dans certains verbatims que nous avons déjà présentés, le lien étroit qui existe entre leur gestion personnelle des enjeux environnementaux et la construction de leur identité personnelle à travers le sens qu'ils trouvent

dans leur engagement. Pour Lachance (2022), c'est cette relation intime à la cause environnementale qui distingue cette jeunesse de ses aînés. Les propos d'Océane viennent confirmer les notions de gradualité, de construction, d'acceptation mais aussi d'adaptation en fonction de ce qui est à leur portée :

« *En changeant petit à petit ma façon de consommer, la transition se fait doucement. Je ne peux pas dire que j'ai dû renoncer à certaines habitudes, cela s'est fait naturellement dans **la façon de construire ma vie d'adulte** en fonction des moyens du bord.* » (Océane, 25 ans)

Ainsi, puisqu'il s'agit de déconstruire pour construire, les jeunes acquièrent de nouvelles valeurs sur lesquelles ils vont venir progressivement s'appuyer pour définir leur mode de vie en prenant de nouvelles habitudes. En fonction des individus et de leurs antécédents, le chemin à parcourir sera plus ou moins long. Ce qui transparaît cependant de manière récurrente est la permanence des questionnements. Ces interrogations sont évoquées sous différentes formes. Pour Yona, par exemple, il s'agit d'une forme profonde de réflexion avec toujours cette référence à la formation de soi :

« *C'est pas inné, c'est vraiment **de la remise en question et de la déconstruction** de tout ce qu'on nous apprend dès gamin en fait. Parce que, quand on est enfant on nous apprend à manger d'une certaine manière, à se comporter d'une certaine manière (...) Et c'est vraiment quand je suis passée à l'âge adulte, de me dire est-ce que c'est la bonne manière ? est-ce qu'on nous apprend de la bonne manière ? Même si mes parents ont toujours cru bien faire, et je n'ai aucun problème avec ça, mais c'est maintenant **la manière dont moi je veux me construire** en tant qu'individu, que personne, et les valeurs que je veux m'inculquer et essayer de partager avec les autres. **C'est vraiment de l'introspection pendant des heures et des heures.** Mais je trouve que **c'est un travail nécessaire** ; même si on ne devient pas végétarien ou végan je trouve qu'on devrait tous se pencher sur ça, sur la protection animale ou même sur cette espèce de hiérarchie, sur l'écologie.* » (Yona, 18 ans)

Les termes de Yona relèvent de la psychologie (travail, introspection, ...) et l'on sent bien derrière ses propos son besoin de mener une réflexion personnelle approfondie pour façonner ses propres convictions et agir en accord avec celles-ci. En effet, cette introspection ne se limite pas seulement à des considérations personnelles, mais s'étend également à des questions plus larges telles que la protection animale et l'écologie, son rapport au monde selon Rosa (2018). Il ressort de nos résultats que ces questionnements débouchent naturellement sur des interrogations directement liées à la consommation à l'image de Camille :

« *Ce que j'aime beaucoup de repenser à ces modes de consommation, ça fait appel à une forme de créativité, c'est stimulant, et **c'est un peu le départ pour repenser plein de choses.** Quand on commence à s'intéresser à réduire notre impact de consommation, ça nous force à changer d'échelle et à **voir les choses à plus grande échelle.** On commence à se renseigner*

*sur comment réduire mon impact à travers l'alimentation, puis comment est-ce que je mange les produits, se rendre compte des problématiques et trouver des alternatives. C'est très réjouissant de voir les alternatives et les projets qui existent pour repenser par exemple notre système alimentaire de manière différente. Tout ce chemin finalement amène à une forme d'espoir, le changement peut se mettre en place. Il n'y aura pas de grande révolution, ça se fait petit à petit, mais je pense qu'il ne faut pas non plus être fataliste, il se passe des choses. » (Camille, 20 ans)*

Ces réflexions qui peuvent également par un effet d'entraînement aboutir à d'autres considérations plus globales, sont pour Camille une source d'inspiration et d'optimisme quand elle constate qu'il est possible de changer et que ses recherches la conduisent vers des initiatives qui vont dans le même sens.

De manière plus pragmatique, les données expriment que les choix effectués, les nouvelles habitudes de consommation qui ont été prises, sont considérées par les informants comme solidement ancrées et vont perdurer. Juliette, par exemple, est persuadée qu'elle adoptera toute sa vie une consommation mesurée :

*« Comme la fast fashion. Tout à l'heure on en parlait mais ça je veux jamais sombrer là-dedans, **je veux jamais surconsommer**. En fait maintenant j'ai tellement été matrixée par les réseaux et tout ça que maintenant, comme je disais tout à l'heure mes parents doivent me trainer pour aller faire les courses parce que je déteste ça, **maintenant j'ai pas envie d'acheter**. Même quand il y a des choses qui me donnent envie d'acheter j'ai pas envie de les acheter, il me faut vraiment une très bonne raison pour que j'achète des choses donc **ça je pense que ça va rester toute ma vie**. » (Juliette, 21 ans)*

Il est amusant de relever le terme de « matrixée » qu'elle emploie qui fait référence à une forme de conditionnement qui a progressivement changé sa façon de penser et d'agir. C'est également le cas de Cécilia qui a décidé de ne plus prendre l'avion :

*« Là, comme j'adore voyager, j'ai envie de voyager à travers le monde et de découvrir plein de cultures, de personnes, d'endroits, de lieux, et c'est un peu frustrant de se dire que je ne peux pas prendre l'avion. **En fait je peux mais je décide de ne plus le prendre** parce que j'ai pas envie de continuer à polluer de la sorte. Mais c'est un peu frustrant, mais en même temps je me dis il y a d'autres façons de le faire, on peut quand même voyager. Ça prend plus de temps, c'est sûr, **mais je le vis quand même bien**. » (Cécilia, 19 ans)*

En psychologie positive et notamment dans la théorie de l'auto-détermination (Ryan et Deci, 2000) qui explique la dynamique du comportement humain, la régulation du comportement découle des significations qui y sont rattachées et de la portée pour les individus eux-mêmes. En d'autres termes lorsqu'une raison qui incite à agir est pleinement intégrée et décidée de manière autonome, elle a des effets positifs sur le bien-être. Nous retrouvons dans cette théorie une explication à l'acceptation des renoncements qui, bien que frustrants pour une personne

comme Cécilia, sont assumés et ne sont pas jugés forcément difficiles. Les déclics qui conduisent à l'adoption de nouvelles habitudes de consommation sont souvent associés à une démarche réflexive personnelle qui assoit et renforce les convictions. Celles-ci semblent vouées, dans l'esprit de nos informants à se consolider au cours du temps.

Le cas de Ninon est très explicite à ce sujet :

*« Au fur et à mesure, **on se conforte dans ce qu'on pense**, ou on sait mieux le défendre, je ne sais pas. **On se radicalise dans nos choix de vie**, parce qu'on les prend comme politiques. Et dans la pensée aussi, c'est plutôt dans la pensée politique sur les actions à mener, mais c'est peut-être lié à la conjoncture, qui fait qu'il y a un rapport du GIEC qui sort, les experts pour le climat qui disent qu'il reste 3 ans, on sent bien que c'est assez urgent ; donc je pense que c'est lié à ça aussi. »* (Ninon, 24 ans)

Ninon nous renvoie à l'urgence, à l'inaction politique que les jeunes dénoncent et qui sont à la source de leur engagement. C'est finalement une question de survie qui ancre profondément dans leur mode de vie les choix qu'ils sont amenés à effectuer.

En conséquence, ils plébiscitent les plaisirs simples, (qu'Inès qualifie « *d'un peu niais* ») et profitent davantage de la satisfaction offerte par des activités qui ne sont pas du ressort de la consommation.

*« **Je m'émerveille beaucoup devant la nature**, je peux passer des heures à me balader, regarder plein de choses ; c'est pour ça que j'ai fait de la géologie au début, parce que j'aimais beaucoup les randos, la force de la nature à faire toutes ces montagnes ça me fascinait. Me balader en général **est quelque chose qui me rend heureuse** et même me balader dans la ville, voir des petites choses de tous les jours, les habitants. C'est peut-être un peu niais. »* (Inès, 21 ans)

Nous avons recueilli de nombreux témoignages à ce sujet : être avec des animaux, se connecter aux gens, les sourires dans la rue, se promener, jouer au foot, à des jeux, lire ... comme celui de Solène qui rappelle que la crise sanitaire a renforcé ce besoin :

*« **Les animaux, le contact humain c'est quelque chose d'important**, et on le perd beaucoup, voire plus depuis le covid. Même, tout ce qui est se balader, rien que d'appeler des amis et aller dans le parc, se poser, faire des jeux de sociétés. J'ai des amis qui ont des chiens, on balade les chiens. »* (Solène, 22 ans)

Le « sentiment romantique de nature » qui est vu comme un des moteurs idéologiques de l'écologie (Morin, 2016) est très présent dans les propos des informants et sa place importante tient surtout à l'émerveillement que la nature suscite, aux émotions qu'elle génère, même chez Erwan qui a pourtant affirmé « *ne pas être un gaga de nature* » :

*« Le simple humain m'intéresse pas, mais **le simple naturel**, être dans un champs, en montagne, marcher sur le bord de mer, ça, **là je suis aussi comblé** que parler d'environnement dans un endroit où je vais être avec des gens passionnants. »* (Erwan, 23 ans)

Le verbatim d'Erwan nous enseigne que les motivations des éco-concernés peuvent être le fruit d'influences hybrides à la fois rationnelles comme les faits scientifiques : Erwan par exemple est un Jeune Ambassadeur du Climat qui s'appuie pour ses interventions sur des chiffres, des faits bien établis - et plus subjectives comme les émotions positives liées à des expériences de nature ou négatives comme l'éco-colère devant l'inaction et le déni (Bernard et Colin, 2023)

Quoiqu'il en soit les choix que nos informants ont faits, les habitudes qu'ils ont prises ne sont pas sans conséquence sur leurs rapports à eux-mêmes, aux autres et notamment à leur famille.

## **2.2 Tensions et ajustements dans un nouveau rapport au monde**

Les changements opérés ne sont pas anodins. Ils viennent bouleverser les habitudes établies et ont des répercussions sur les rapports que les éco-concernés entretiennent d'abord avec eux-mêmes mais aussi avec la société en général et leur entourage, familial et amical en particulier (Cherrier et *al.*, 2012 ; Guillard, 2023).

Nous avons déjà évoqué le végétarisme, qu'une grande partie de nos informants a déjà adopté, qui introduit de nouvelles façons de se nourrir, la familiarisation avec de nouvelles saveurs, de nouvelles associations. L'étude des pratiques alimentaires de nos informants nous enseigne également qu'ils repensent leur façon de se nourrir dans son ensemble et recherchent une alimentation plus saine avec des produits locaux et de saison notamment. Nos données sur les pratiques font aussi apparaître des modifications dans leur manière de se vêtir, le plus souvent avec des vêtements d'occasion, et si certains y voient une façon de revendiquer un style, nous avons également des verbatims qui nous montrent que c'est aussi une façon de se dégager des diktats de la mode, à l'image de Maïté :

*« Il y a moins l'aspect de pression de faire attention à comment s'habiller, on abandonne un peu l'idée de mettre des habits qui nous plaisent, on met les trucs dans lesquels on est confortable. Je pense ça s'est fait un peu en même temps. Mais oui, le fait d'arrêter de consommer niveau vestimentaire, c'est plus la réflexion **d'arrêter de faire attention à mon image**. Pour tout le reste, je sais que j'avais pas mal commencé à y réfléchir ... il y avait des questions qui arrivaient au niveau de manger végétarien. Et après, là j'ai commencé vraiment **niveau alimentaire à regarder comment il fallait faire**, niveau produit de saison, niveau local, donc plus y réfléchir qu'avant. »* (Maïté, 21 ans)

Ce verbatim et ceux recueillis sur les produits d'hygiène, l'utilisation de l'eau, du chauffage ou de la climatisation mais aussi du vélo dessinent les contours d'un nouveau rapport au corps qui devient à la fois support et expression de l'engagement.

Nous avons également un exemple de témoignage sur les vertus libératrices de certains choix sur Instagram où Johanna (Koraii) face à ses 425 000 abonnés revendique sa volonté de rester naturelle et de combattre les clichés :

### Matériau 19 - Le choix d'être naturelle, la saleté supposée des « écolos »



Koraii - Instagram 27/02/23

En effet, la sobriété passe aussi par le corps. A ce sujet, dans leur revue de littérature sur la sobriété matérielle, Guillard et Ben Kemoun (2019) évoquent le retour à « *un rapport convivial, souple et détendu au corps* », une libération des contraintes de la vie moderne (*ibid.* p 12).

La matériau 18 fait cependant également référence au regard que les personnes extérieures peuvent porter sur les éco-concernés. Nos résultats attestent de la difficulté parfois de nos informants à faire accepter par leur entourage leurs choix de vie. La distanciation sociale qu'ils jugent nécessaires de prendre avec les normes rendent parfois les relations interpersonnelles plus compliquées. Dans les familles, ce sont souvent les questions autour de la consommation

de viande qui cristallisent les tensions. Nous avons retenu le verbatim d'Inès dont la famille ne comprend pas les choix :

*« Avec eux, quand je suis devenue végétarienne ça a été un peu compliqué parce qu'ils sont tous du Gers, la culture de la viande. C'est des gens, **c'est difficile d'avoir une discussion** avec eux, donc **ils m'ont toujours prise comme quelqu'un avec qui il ne fallait pas trop parler** sinon ça devenait chiant. »* (Inès, 21 ans)

Beaucoup expliquent que « c'est compliqué », que les parents et encore plus les grands-parents ont du mal à accepter que leurs enfants ne veuillent plus manger de viande ou de poisson. Nombreuses sont encore les familles à être dans des schémas traditionnels d'alimentation et vivent ce changement comme une remise en question de leur éducation, de la culture dominante de l'abondance. Ainsi, pour Villalba (2023) renoncer à la viande suppose « *d'élaborer une transformation anthropologique d'ampleur* » (*ibid.*, p.330). Cependant, toutes les familles ne sont pas dans le conflit ou la critique et respectent les choix des jeunes, sans toutefois toujours les comprendre comme les grands-parents de Baptiste pour lesquels le décalage est trop important :

*« J'ai des grands-parents qui ont connu l'extrême pauvreté, qui m'ont inculqué les valeurs du « c'est dans l'assiette il faut le manger ». Ils viennent d'un milieu pauvre, ils servent un hachis parmentier, je le refuse, **pour eux on ne peut pas refuser de manger, c'est inconcevable**. Du coup ils respectent, ce sont nos grands-parents et ils nous aiment, mais ça se voit qu'ils ne comprennent pas. Ils font du coup quelques petits trucs à côté que je peux manger sans me poser trop de questions. J'ai de la chance qu'ils ne soient pas réfractaires. Mais **je vois dans leurs yeux qu'ils ne comprennent pas** et que ça leur passe au-dessus. »* (Baptiste, 19 ans)

En dehors de la consommation de viande qui est le changement le plus visible, nos informants ont mentionné d'autres débats, comme Clémence dont les parents ont du mal avec ses choix vestimentaires et qui essuie des remarques désagréables en famille :

*« Mes parents ne comprennent pas trop pourquoi il ne faut pas acheter des habits neufs. Par exemple, quand je vais en ville avec mes parents, ils ne peuvent pas s'empêcher de me montrer quelque chose dans la vitrine, en me disant, « ça, ça t'irait tellement bien... ». Je leur dit « mais non », et ça les énerve parfois, parce que parfois je suis habillée... ça se voit un petit peu que c'est des habits réutilisés, que je suis écolo, et **mon père, il n'aime pas trop** que je ne sois pas trop féminine. Donc c'est quelque chose qui l'énerve un petit peu, et c'est un peu source de tensions (...) **J'ai des petites moqueries par-ci par-là**, des petites remarques, même au niveau de ma famille en général. Par exemple, j'ai eu un repas de famille il y a 2 jours, et j'ai une angine la semaine dernière, donc je suis obligée de prendre des antibiotiques. Tout le monde s'est moqué de moi, les antibiotiques ça pollue, etc... **Je passe un peu pour l'extrémiste un peu de la famille**, et voilà... »* (Clémence, 20 ans)



Ce qui revient dans les propos de nos informants est une forme de stigmatisation, de jugement assez négatif à leur égard. Les familles se considèrent le plus souvent comme dépositaires de la norme sociale dominante et aimeraient que leurs enfants rentrent dans cette norme (Cherrier et al., 2012). Nous avons pu le noter dans les propos d'Inès, dans ceux de Clémence, nous le verrons également dans ceux de Clara. Par conséquent, souvent après une période assez conflictuelle de fortes tensions engendrées par l'anxiété ou la colère de la prise de conscience, les jeunes ont compris qu'il était nécessaire dans leurs échanges avec leurs proches de calmer leurs ardeurs et de ne pas les attaquer frontalement. Clara évoque notamment le décalage qui se crée lorsqu'un jeune quitte le foyer familial pour ses études et y revient en week-end ou en vacances :

*« Quand on commence à y croire, il faut petit à petit, pour moi ça a été un équilibre dur à trouver surtout l'année dernière, plus je découvrais plus j'avais envie d'aller loin, et à **chaque fois c'était la rupture quand je revenais chez moi, et on me prenait un peu pour une extrémiste**. Et du coup on me dit oui, mais on ne peut pas tout faire, pas tout changer d'un coup. Il fallait se contenir à des moments pour ne pas donner l'impression d'être une folle. Quand on rentre dans notre cadre habituel chez les parents il faut faire très attention parce **qu'on peut devenir très agressif** et hyper fermé à tout dialogue parce qu'on pense avoir la science infuse, et ça c'est assez dangereux. »* (Clara, 21 ans)

Ces propos montrent que son idéalisme et ses convictions se heurtent aux réalités de sa famille mais aussi qu'elle a su se remettre en question et revoir son mode de communication. C'est ce qu'a également constaté Ninon dont le beau-père fait de l'agriculture intensive, qui se sent attaqué et qu'elle essaie de sensibiliser : *« mais il ne faut pas que ce soit trop véhément, sinon ils ne vont pas m'écouter. »* (Ninon, 24 ans)

Edouard, lui, a attendu d'être plus sûr de ses convictions et d'avoir apaisé ses révoltes pour aborder les sujets liés à l'environnement dans sa famille, dont il juge les convictions peu compatibles avec l'écologie.

*« Je pense que je suis quand même le chargé de transmission de connaissances écologiques. De base je suis d'une famille plutôt de centre-droite. J'ai une partie de ma famille plutôt catho, etc... Donc c'est vrai que **j'ai fait un peu rupture**. Je pense qu'au tout début, en dehors je pouvais être assez en colère face à tout ce qu'il se passait, mais face à ma famille je ne bougeais pas trop. Je ne voulais pas bouleverser un équilibre parce que je savais que je pensais des choses radicalement différentes. Mais par la suite, avec la maturité de ma conscience écologique, **j'ai commencé à parler de choses**. »* (Edouard, 24 ans)

Par conséquent, il ressort des données que nos informants tentent dans l'échange d'une part de faire comprendre leur engagement et d'autre part de faire progressivement changer leurs parents sur certains points. Un des moyens relatés par nos informants pour sensibiliser leurs parents

est de leur montrer les actions qu'ils mènent comme Daphné, les manifestations auxquelles ils participent, les gens avec qui ils travaillent comme Ninon ou les publications qu'ils font sur les réseaux sociaux, les médias qui parlent d'eux... Ces interactions ne produisent pas toujours des effets importants et nos informants ont bien conscience des difficultés à surmonter :

*« Après on ne peut pas tout le temps les saouler avec. Mais ils savent que quand je dis je vais faire tel truc, forcément **je parle un peu de ce qu'on a fait**. C'est plutôt **comme ça que j'amène le sujet**. Tu me demandes ce que j'ai été faire là-bas, ils disent ah, ok, c'était pour ça ? Mais ils sont un peu moins aptes à l'idée de sacrifier leur petit confort. Quand il pleut, le vélo c'est sympa, mais on prend la voiture. »* (Daphné, 19 ans)

*« Il faut comprendre les arguments opposés, qui sont économiques en général. Et comme en plus je travaille avec des activistes pour le climat comme Camille Etienne qui est une jeune activiste médiatisée, du coup **ils la voient sur les médias** et ils disent « elle dit ça, c'est facile, c'est super dur de changer ça en vrai ». Donc j'essaie d'apaiser. Mais ça va, **on les fait évoluer tranquillement** avec ma sœur. »* (Ninon, 24 ans)

Une autre manière qu'ont les informants de sensibiliser leurs parents est de les aider dans les actes de la vie courantes et cela de façon le plus souvent bienveillante comme le fait Victor :

*« C'est compliqué parce que mes parents sont dans l'ancienne génération ce qui joue quand même. **J'essaye de dire qu'il faut acheter moins de viande**, plus de produits écologiques. Parfois je fais à manger, je vais acheter ce que je peux, des trucs bons et sains. Je le fais moi-même. Et j'essaye quand même d'acheter au maximum des trucs bio. De rentrer délicatement des bons produits. C'est la génération X, en fait, **ils ont été élevés dans le plastique, les produits industriels**, c'était le début, même leurs parents avaient connu d'abord les premiers hypermarchés. C'était la classe à l'époque. Maintenant c'est plus ça qu'on recherche. »* (Victor, 18 ans)

Victor a décidé de prendre les choses en mains et essaie de convertir ses parents en leur montrant l'exemple. Guillaume, quant à lui, est plus radical et reste fidèle à ses convictions, quel que soit le contexte :

*« Par exemple ils utilisent beaucoup la voiture ils essaient de l'utiliser moins mais **je trouve qu'ils l'utilisent quand même beaucoup**. Quand j'étais chez mes parents cet été on allait dans ma famille en voiture, moi j'allais en vélo à côté. Là ce matin **ils ont voulu que je revienne un weekend, faire l'aller-retour en avion, je leur ai dit bah non**. »* (Guillaume, 21 ans)

Les idées véhiculées par ce dernier verbatim ne sont pas exceptionnelles dans notre corpus, surtout pour ce qui concerne la voiture ou l'avion. Gentina et Muratore (2012) ont montré que dans le cas des adolescents, différentes stratégies étaient à l'œuvre pour faire changer les parents en fonction du style parental : négociation, raisonnement, persuasion ou harcèlement. Pour ce

qui concerne notre terrain, nous avons relevé que la plupart du temps les informants sont plutôt compréhensifs et tentent d'éviter de contrarier leurs parents en faisant parfois des compromis sur la nourriture ou les achats, sachant que soit ils voient moins souvent leurs parents ou qu'ils attendent d'avoir plus d'autonomie pour vivre comme ils le souhaitent. Ils adaptent leurs rôles et leurs formes de communication en fonction des types d'interactions et de situations auxquelles ils font face comme l'a montré Guillard (2023) dans sa recherche sur le défi « Rien de neuf ». C'est ce que nous explique Louise par exemple dont la mère pense qu'elle coure le risque d'avoir des carences dans son alimentation :

*« Je mange encore un peu de poisson de temps en temps parce que j'attends d'être chez moi et de pouvoir faire mes propres repas, **je n'ai pas envie d'inquiéter ma mère pour l'instant.** »*  
(Louise, 20 ans)

Finalement, même si les rapports sont parfois difficiles, si les parents se sentent un peu dépassés ou désarmés, des phénomènes de socialisation inversée (Ekström, 1995, 2007 ; Gentina et Muratore, 2012 ; Ward, 1974) se dessinent dans nos résultats. En effet, nos informants ont constaté des changements dans les modes de consommation de leurs parents et en premier lieu sur l'alimentation :

*« **Je pense que ça a influencé mon père.** En fait j'ai remarqué qu'il ne mangeait plus de viande. Je lui ai demandé, il m'a dit qu'il allait faire un mois de végétarien pour voir comment je faisais dans ma vie. Ça m'avait beaucoup touchée d'ailleurs qu'il fasse ça. Et du coup après il est resté végétarien. »* (Anna, 20 ans)

Le cas d'Anna est en fait assez exceptionnel parmi nos informants car nous avons noté que les mères étaient plus enclines à se laisser influencer, à l'image de la famille de Chloé ou de celle de Jude :

*« **J'ai changé la façon de consommer de ma famille, ça c'est clair.** Déjà ils acceptent de manger comme moi quand je suis à la maison le week-end, de manger plus végétarien. Souvent, c'est le soir. Le midi, ils se font quand même une viande ou un poisson mais le soir ils peuvent faire végétarien, tout le monde mange ça. **Avant, c'était impensable.** Aussi j'ai fait découvrir des cosmétiques à ma maman. Mon papa lui s'en fout, mais ma maman oui. En termes d'habits, pas tant que ça. En termes de zéro déchet, énormément. »* (Chloé, 24 ans)

*« **Ma mère est devenue végétarienne à la suite de discussions avec moi.** Et il y a **certaines choses qui bougent comme ça.** Cette année, j'essaye de changer pour partir en voyage, mais pas en avion, avec ma famille. Donc on regarde des destinations un petit peu plus en Europe. »*  
(Jude, 24 ans)

Margaret Mead en 1970<sup>151</sup>, affirmait que nous étions entrés dans une société pré-figurative, une culture dans laquelle les adultes apprennent non seulement des adultes mais aussi de leurs enfants, où s'opère une inversion de la transmission. L'écologie comme les nouvelles technologies ou l'intelligence artificielle sont des domaines pour lesquels les enfants ont bien souvent plus de compétences que leurs parents et ces derniers acceptent les conseils qu'ils leur donnent. En réalité, les données collectées montrent que la plupart des parents sont assez à l'écoute de leurs enfants et les conflits importants ont plutôt lieu dans les familles où les relations étaient déjà difficiles pour d'autres raisons. Le vécu de nos informants nous indique que les convictions écologiques sont un motif de crispations parmi d'autres. En revanche, les rapports aux autres, en dehors de la famille, sont parfois plus complexes.

Le premier cas de figure évoqué est celui des anciens amis qui n'ont pas suivi le même cheminement comme en témoigne Baptiste :

*« Quand je rentre chez moi pour aller voir des amis que je n'ai pas vu depuis le collège, **je me rends compte qu'il y a un fossé**. Parce qu'en plusieurs années il y a mon engagement qui s'est mis en place. Dans ce cas je sens que c'est plus compliqué, que ça suscite beaucoup d'interrogations, parfois des moqueries, mais ça dépend des gens. Je passe au-dessus. »*  
(Baptiste, 19 ans)

Si Baptiste semble rester pragmatique face à ce constat, pour d'autres de nos informants ces rencontres peuvent être source de découragement car ils réalisent que tout le monde n'est pas comme eux et que les avancées qu'ils ont pu vivre sont finalement assez limitées. Le deuxième cas de figure est incarné par Loïc qui, par ses positions jugées parfois extrêmes (pas de smartphone, pas de GPS...) ne recherche pas le dialogue et peut susciter des questionnements voire du rejet :

*« Je n'ai pas envie de rentrer en contact avec des gens, à refaire le monde avec **des gens qui sont complètement hors réalités** parce que les gens qui sont autour de moi, ils ne sont pas là pour être proches de la nature. Ils sont là pour un confort et avoir leur porte blindée (...) Et puis je le vois bien, **je suis un peu une bête de foire parfois** dans des groupes ou des trucs comme ça. En fait, par exemple, je dois apprendre tous les numéros par cœur et des trucs comme ça, bah du coup... Je sens que je peux en inspirer d'autres mais d'un côté je sens que **les gens ne sont pas forcément prêts à faire ça, quoi !** »* (Loïc, 25 ans)

Nous avons relevé dans nos données que nos informants, bien que le plus souvent rendus très heureux par leurs décisions<sup>152</sup>, soulignent que la société en général est déphasée par rapport à leur conscience de l'urgence et ils manifestent parfois le sentiment de devoir vivre un peu en

---

<sup>151</sup> Mead M. (1972) *Le Fossé des générations* Paris, Denoël.

<sup>152</sup> Nous le verrons plus en détail dans la section 3 de ce chapitre.

marge car rien n'est fait pour les encourager dans leur démarche. C'est ce que nous expose Cécilia qui vient d'arriver en métropole pour ses études après avoir vécu son adolescence en Guyane :

« *Quand j'étais en Guyane j'avais envie d'habiter dans la forêt, loin de la civilisation et de tout le tumulte qui est dur à vivre au quotidien, toute la société de consommation, vivre avec des gens qui partagent mes valeurs (...) Je pense que c'est dans la **confrontation à la société actuelle** que des fois **c'est compliqué à vivre**, parce que je peux être tentée de faire des choses qui ne sont pas en accord avec mes valeurs, et parfois je peux les faire et au final après je m'en veux.* » (Cécilia, 19 ans)

Nous notons dans le verbatim de Cécilia que ce sont les tentations auxquelles elle est exposée qui la dérangent. Pour Jeanne, ce sont les conséquences de la vie moderne, comme l'éclatement géographique dont elle se sert d'exemple pour expliquer les obstacles à vivre sobrement :

« *Quelque part ça peut être perçu comme vivre plus simplement donc c'est plus facile. Mais pour moi ce n'est pas forcément le cas parce que **les normes sociétales ne correspondent pas du tout à ce mode de vie**. Du coup on est tout le temps confronté à des différences, des écarts, à vivre différemment des autres, surtout par rapport à la vie sociale. Par exemple les transports, c'est généré beaucoup par notre vie sociale, par exemple je rentre voir ma famille, voir des amis. Et c'est pas facile parce qu'aujourd'hui on est dans des sociétés avec un étalement géographique sans pareil, on ne reste pas toute notre vie au même endroit, et c'est pas facile. Je pense qu'aujourd'hui dans la société occidentale, **quand on a accès à une vie pas du tout sobre, pour revenir à une vie sobre, c'est pas facile**. Par rapport à la majorité **on est en décalage**.* » (Jeanne, 19 ans)

En conséquence, et nous le verrons plus en détail dans le chapitre 7, certains de nos informants songent à adopter un mode de vie en marge de la société pour pouvoir vivre en cohérence totale avec leurs valeurs.

Nous terminerons cette sous-section avec le verbatim de Noé qui nous fait part de son sentiment d'impuissance :

« *Je me sens impuissant, **je me sens incompris** aussi mais ça je n'en parle qu'à certaines personnes aussi. Je n'en parle jamais à mon travail, je ne suis pas là pour faire du militantisme dans mon travail ni à chaque fois dans ma vie, ce n'est pas l'objectif. Je ne me sens **pas forcément en adéquation avec le monde actuel**. Je ne me sens pas à l'aise.* » (Noé, 25 ans)

Cette impression d'être en décalage par rapport à la société et de son malaise à vivre au milieu d'une société de consommation qu'ils jugent écologiquement insoutenable place les éco-concernés dans une situation inconfortable, nous l'avons observé chez nos informants notamment dans notre analyse de leurs rapports aux autres. Toutefois ils ont décidé de

poursuivre dans cette voie car souvent éco-anxieux ils considèrent que c'est la meilleure possible mais aussi en partie car ils en retirent au niveau personnel des bénéfices substantiels.

### 2.3 Les répercussions personnelles : de l'éco-anxiété au bien-être

L'éco-anxiété ou anxiété climatique telle que définie en 2017 par l'association américaine de psychologie est « *une détresse émotionnelle, mentale ou physique en réponse à la crise climatique*<sup>153</sup> ». C'est souvent l'inaction climatique qui en est à l'origine et ce sont les personnes qui en sont conscientes qui sont susceptibles d'éprouver ce malaise. Cette anxiété générée par les problèmes écologiques est amplifiée par le stress lié à un monde qui s'accélère (Brugvin, 2022). La grande majorité de nos informants admet en avoir souffert à un moment ou un autre à des degrés divers. Nous avons relevé plusieurs verbatims à ce sujet qui éclairent sur les différents vécus de nos informants pour illustrer ce qu'ils ressentent face à ce que Youth for Climate qualifie de « ravage écologique ».

Plusieurs études ont montré le rôle important des connaissances sur l'éco-anxiété (Bernard et Colin, 2023 ; Stanley et al., 2021) et Mathilde, alors même qu'elle admet pourtant ne pas tout mesurer, qualifie son ressenti de panique :

« **C'est paniquant** je trouve et il y a encore beaucoup de choses dont je ne me rends pas compte. Même il y a la base où je sais que ça existe, il y a beaucoup de choses, je pense dont je ne réalise pas l'ampleur. » (Mathilde, 17 ans)

Coralie exprime plutôt l'angoisse de son propre futur :

« C'est une angoisse. Quand on parle de l'écologie, de la pollution, et tout, ça m'angoisse. **J'ai pas envie de mourir.** » (Coralie, 17 ans)

Cette souffrance peut être amplifiée par des événements précis, des informations anxiogènes comme celles de la canicule de l'été 2022 et les images apocalyptiques que l'on a pu en voir. Le matériau 20 met en scène les répercussions sur le moral des jeunes éco-concernés de ces événements et d'autres jugés dramatiques survenus à la même période. Nous pouvons d'ailleurs envisager une aggravation de ces symptômes en raison de tous les records de températures battus en 2023.

---

<sup>153</sup> « L'anxiété est une réponse inévitable, et même saine, aux menaces écologiques » Laelia Benoit, pédopsychiatre Le Monde 19/08/22

## Matériau 20 - Les événements de l'été 2022 sources d'éco-anxiété



Girl Go Green - Instagram 11/09/2022

Ils ont par exemple également nourri la détresse de Marion :

« L'écologie, à un moment ça m'a beaucoup angoissée, surtout cet été, avec **les canicules et les incendies**. » (Marion, 18 ans)

En effet, les images de catastrophes écologiques sont sources d'angoisse et les plus affectés de nos informants nous ont relaté des moments de panique, de stress intense et au cours de son entretien, une de nos informantes s'est mise à pleurer. Cécilia par exemple voit son angoisse exacerbée lorsqu'elle est face à des chiffres alarmants ou à des images qui engendrent des sentiments de frustration qui s'apparentent à de l'éco-colère ou de l'éco-rage que l'on observe chez les sujets très politisés et qui pour certains chercheurs décriraient mieux les ressentis effectifs (Bernard et Colin, 2023) :

« Je le gère plus ou moins bien, mais oui **je suis éco anxieuse au quotidien**. Et je pense que je suis hyper sensible, donc ça décuple parfois les émotions. Par exemple hier, quand je regardais pour un devoir le nombre d'animaux par curiosité tués chaque jour pour nos besoins, et les

*chiffres ...ça m'a tellement fait mal que je me suis mise à pleurer. Donc pour vous dire... C'est impressionnant : 3.8 milliards d'animaux meurent chaque jour, c'est pas possible ! Après ce qui me stresse beaucoup des fois c'est de regarder trop de documentaires justement, **ça me ramène du stress** et j'ai envie de...des fois **j'ai des élans dans ma tête de violence** et je me dis non, calme-toi, c'est pas comme ça que tu arriveras à changer les choses. Mais ça me provoque... C'est vrai que ça me stressait beaucoup avant, ça me stresse encore un peu, mais moins. J'ai du travail à faire, de toute façon. C'est pas facile tous les jours, mais comparé à il y a quelques mois ça va beaucoup mieux, donc ça va dans le bon sens. » (Cécilia, 19 ans)*

Toutefois, et c'est le cas de Cécilia, nos informants font également état d'une amélioration de leur état, un travail sur eux-mêmes qui les amène à réfléchir à ce qu'ils peuvent entreprendre pour aller mieux. Pour l'activiste Camille Etienne (25 ans), l'éco-anxiété est « *une réponse saine à un monde malade* » et elle ne doit pas être pathologisée car il faut s'y confronter pour avoir envie de changer les choses<sup>154</sup>. C'est ce qu'a compris Zakaria qui nous explique les différentes phases par lesquelles il est passé qui peuvent être assimilées aux phases du deuil écologique (Cunsolo et Ellis, 2018) :

*« J'ai été éco anxieux, mais je trouve que l'éco anxiété c'est passer par différentes phases. Au début la non acceptation, le déni des enjeux actuels. Ensuite c'est **l'éco anxiété c'était un peu de la dépression, on a peur**. Et il y a l'aspect de « on va trouver un moyen », donc l'aspect technologique vers où je m'étais orienté avant ma prise de conscience. Et à la fin il y a la phase d'acceptation, où on accepte que ça soit présent et **on essaie d'agir tout simplement**, et on verra après. » (Zakaria, 23 ans)*

Nous voyons dans les propos de Zakaria une volonté de réagir, de faire face pour moins ressentir ce poids. C'est souvent le sentiment d'être seuls et désarmés face à un problème qui les dépasse qui engendre chez les éco-concernés des éco-émotions négatives<sup>155</sup> mais qui peuvent aussi se révéler être des catalyseurs à l'action (Cunsolo et al., 2020). Ainsi, une partie de nos informants essaie de relativiser en s'accrochant comme Capucine à l'idée de groupe, d'une communauté qui tenterait d'agir :

*« Il y a une période, il n'y a pas très longtemps, je n'étais pas bien. Ça me stressait. Si je voyais des reportages, je n'avais presque pas envie de les regarder, car je savais qu'à la fin je n'allais pas être bien. Comme c'est le soir, après je ne dors pas. Maintenant j'arrive peut-être à prendre un peu plus de recul, parce que **je me dis que je ne suis pas toute seule**, je reste optimiste. » (Capucine, 19 ans)*

---

<sup>154</sup> Télérama 18/04/23 <https://www.telarama.fr/debats-reportages/camille-etienne-activiste-pour-le-climat-l-ecoanxiete-est-une-reponse-saine-a-un-monde-malade-7015198.php>

<sup>155</sup> « Êtes-vous éco-anxieux ? » Socialter Novembre-décembre 2022



Certains sont plus pragmatiques, à l'instar de Mathieu :

*« C'est sûr que les conséquences climatiques par exemple, **c'est un peu anxiogène**, mais bon, **on essaye de positiver** quand même, il n'y a pas le choix de toute façon. »* (Mathieu, 25 ans)

Pour aider d'autres jeunes à « positiver », Mathieu a développé un site Web et un compte Instagram qui ont pour objectif de partager des informations à propos de l'écologie et notamment le résultat de ses recherches personnelles sur les modes de vie, des pistes sur les alternatives à privilégier. En effet, nos résultats nous ont permis de constater que bien que parfois éco-anxieux, nos informants trouvent une forme de réconfort dans les choix qu'ils font au quotidien. Lorsque nous analysons les données obtenues auprès des informants lors de l'évocation de leur ressenti par rapport à leur façon de consommer, nous relevons beaucoup de sentiments positifs comme de la fierté, de la satisfaction, du réconfort, de la sérénité, du contentement, ... Nos informants déclarent généralement apprécier les changements qu'ils ont opérés dans leur façon de consommer et comme nous l'exprime Mathias, estiment que c'est une expérience intéressante et enrichissante :

*« Ma façon de consommer **me va vraiment bien**. En fait je trouve que c'est marrant, on découvre une autre façon de vivre quand on fait ça. Ça m'apporte un certain bien-être de contribuer à l'effort collectif et aussi **un bien-être personnel** dans le sens où moi-même en tant que personne j'ai diminué ou je diminue de façon drastique mon impact sur le reste de l'environnement et de la nature. »* (Mathias, 25 ans)

Mathias a le sentiment de « bien » faire, d'être utile en réduisant son impact. Il est très proche en cela de Juliette qui évoque le fait d'avoir la conscience tranquille :

*« Oui voilà, j'essaie toujours de faire de mon mieux et de pas ... en fait juste de... c'est même pas des sacrifices parce qu'au final je sacrifie un mode de vie pour un autre mais ça m'apprend plein de choses et ça... **C'est que du positif au final**. Et je me sens mieux en fait, en sachant que je fais de mon mieux pour avoir le moins d'impact possible. Maintenant ça va je sais que dans tous les cas, c'est pas moi qui vais changer le monde mais **j'ai la conscience plus tranquille** en me disant qu'au moins j'essaie de faire ma part quoi. »* (Juliette, 21 ans)

La culpabilité est souvent présente dans les discours. Nous avons évoqué au chapitre précédent la dissonance que nos informants veulent éviter entre leurs valeurs et leurs actes. Être persuadé d'avoir atteint une forme de cohérence les aide à ressentir du bien-être. Leur objectif n'est plus de se faire plaisir mais d'avoir une action éco-responsable et de se sentir utile à travers une attitude plus altruiste comme nous le dit Lou :

« Je me sens **bien dans ma peau** quand j'agis comme ça. Je n'ai **pas de culpabilité** en moi, je sais que **je fais quelque chose de bon pour l'environnement**, et pour moi, et pour le reste on va dire. Je trouve qu'être écolo, c'est pas que penser à soi, mais à toute personne. Même si la plupart ne le font pas forcément moi je sais que je l'ai fait et que ça pourra très bien les aider. Cette notion d'**aider les autres** ça me fait aussi du bien. » (Lou, 19 ans)

Ces verbatims laissent apparaître les dimensions eudémoniques du bien-être pour lesquelles l'individu doit créer du sens et vivre en cohérence avec ses valeurs (Waterman, 1993). La théorie de l'auto-détermination qui s'appuie sur ce concept (Ryan et Deci, 2000) considère que lorsque les besoins fondamentaux sont satisfaits, l'individu peut accéder au bien-être. Nos données laissent à penser que c'est le besoin de compétence –avoir un sentiment d'efficacité sur son environnement – qui est ici satisfait. C'est en tout cas ce qui ressort du verbatim de Loïc qui insiste sur son rôle à son niveau :

« Et puis il faut du temps parce qu'aussi **je trouve que ma vie, elle est bien meilleure comme ça**. Ce n'est même pas des sacrifices en fait, c'est juste du kiffe tout ce que je fais. Enfin les sacrifices, c'est dur, c'est une étape et tout mais en fait, **je prends plaisir à refuser** des choses qui soi-disant nous font gagner du temps, nous font gagner de l'argent et vraiment pas, quoi ! Et du coup, le truc c'est de repenser un peu la société mais à mon niveau, à mon échelle, à mon stade social, **à ce que moi je peux**, à ce que moi j'ai accès. » (Loïc, 25 ans)

Globalement, tout comme Loïc, nos informants ont observé qu'agir et en premier lieu changer leur mode de vie avait des effets positifs sur leur bien-être et leur santé mentale comme Inès :

« J'aimerais ne pas tomber dans un discours culpabilisateur, chacun fait ce qu'il peut à son échelle. Mais pour moi chacun choisit à quel point il peut donner de son énergie pour ça, et moi si j'en donne autant **c'est parce que ça me fait du bien**. » (Inès, 21 ans)

Il émerge de nos résultats que nos informants ont à cœur de poursuivre dans cette voie car ils se sentent utiles et en cohérence avec leurs valeurs. Il est également intéressant de remarquer qu'au niveau personnel, devenir sobre est aussi une manière de se contenter de moins, d'éviter les frustrations et de faire des choix raisonnés comme nous le dit Victoria :

« Moi de mon expérience mettre la sobriété au cœur de ma vie **ça m'a rendu tellement plus heureuse**. Parce que forcément on attend moins, on est moins attaché au regard des autres, et **on se contente de moins**, on a moins envie d'acheter, on a moins envie d'avoir plus et **on se satisfait de ce qu'on a**. On remet de la conscience dans tout au quotidien. » (Victoria, 23 ans)

Par conséquent, nous pouvons estimer à travers nos données qu'adopter la sobriété comme principe de vie permet de diminuer ses attentes et sa dépendance au regard des autres, conduisant à une pression sociale ressentie moindre. La mise en cohérence des valeurs et des actes, conjuguée à l'appréciation accrue des aspects non matériels de la vie peut mener à des

formes de satisfaction et de bien-être, ce qui va à l'encontre des imaginaires négatifs fréquemment véhiculés par la sobriété (Cherrier et *al.*, 2012 ; Guillard, 2021).

Nous avons également une confirmation que les valeurs matérialistes sont inversement corrélées au bonheur comme l'a montré Belk (1985) et que se détacher des biens matériels est une des voies pour être en capacité de se sentir concerné par des préoccupations environnementales (Burrough et Rindfleish, 2002).

En explorant avec nos informants leur perception du renoncement, nous avons constaté qu'ils considéraient les efforts à faire comme une étape nécessaire. En se détachant des standards de la société de consommation, ils développent de nouvelles valeurs, de nouvelles aspirations moins consuméristes et recherchent davantage des plaisirs simples, en lien avec une nature qu'ils idéalisent. Ils doivent toutefois composer avec un entourage qui ne comprend pas toujours leur engagement et subissent pour un certain nombre d'entre eux des critiques et des sarcasmes.

Toutefois, en essayant de nouer un dialogue constructif et déculpabilisant, nos informants arrivent à initier des changements chez leurs parents et des phénomènes de socialisation inversée sont à l'œuvre. De cette redéfinition des rapports qu'ils entretiennent avec eux-mêmes jusqu'à dans leur corporéité, avec les autres et de leur regard sur la société, ils éprouvent une forme de bien-être qui renforce leurs convictions et les aide à surmonter leur éco-anxiété.

Nous allons dans la section suivante voir que ces relations parfois difficiles entraînent chez nos informants le besoin d'être le plus informés possible pour désamorcer les critiques, mais aussi les poussent à se rapprocher davantage de pairs éco-concernés.

### Section 3 : Être acteur dans la communauté des éco-concernés

---

Nos informants nous ont fait part des difficultés qu'ils éprouvent parfois à communiquer avec leurs familles mais aussi avec leurs anciens amis. Ils ont évoqué les remarques dont ils étaient l'objet et l'obligation qu'ils avaient à se justifier. Par conséquent, à la fois pour se défendre mais aussi pour nourrir leur engagement et légitimer leurs actions, les jeunes que nous avons rencontrés sont très actifs en matière de recherche d'informations, le plus souvent sous forme numérique. Nous avons également constaté qu'ils développaient le sentiment d'être investi d'une responsabilité dans la mesure où être éduqués aux enjeux environnementaux traduit pour eux une forme de privilège. Néanmoins, afin de trouver des cadres à la fois sécurisants et motivants, nos informants rejoignent en priorité des groupes et des associations dont les préoccupations sont communes aux leurs.

#### 3.1 Une démarche de formation en dehors de tout cadre éducatif

Il ressort de nos données que nos informants sont très demandeurs d'informations à propos de l'environnement. Nous avons déjà évoqué dans la première section de ce chapitre le rôle important joué par les réseaux sociaux dans la socialisation. Ils continuent à occuper une place importante dans le quotidien des éco-concernés et nos informants sont de gros consommateurs de contenu. Ils ont pour habitude de combiner les sources afin d'avoir entre les mains une information fiable même s'ils utilisent principalement des supports numériques. Erwan, qui est un cas un peu particulier, car étudiant en journalisme, est tout de même assez emblématique. Il nous explique comment il procède :

*« Pour l'information j'essaye de multiplier les canaux d'informations, pour les comparer en fait, et aussi essayer d'avoir des informations vraies. Encore une fois c'est le juste milieu, il faut un maximum pour faire une synthèse la plus globale possible. Ça va être du numérique, ça peut être des réseaux sociaux, ça va être beaucoup de service public je ne vous le cache pas, moi je consomme du France Culture et du Radio France en masse et j'écoute beaucoup de conférences d'ingénieurs, de chercheurs sur YouTube. » (Erwan, 23 ans)*

Plusieurs informants nous ont effectivement affirmé écouter la radio, sous forme de podcasts et ceux qui vivent encore chez leurs parents regardent parfois les journaux télévisés. Cependant, ils ont majoritairement recours aux médias sociaux, les plus souvent cités étant Instagram et YouTube et dans une moindre mesure Twitter (X). Ces plateformes ont des usages différents et sont aussi une façon de balayer tous les médias puisqu'à la fois les titres de la presse nationale, les médias en ligne (Blast, Bon Pote, Brut, Konbini, Reporterre, ...) ou les radios alimentent

des comptes sur ces réseaux. Nous avons ici une confirmation de ce que décrit Corroy (2023) concernant la façon dont les jeunes font usage de l'actualité. Pour elle, leur intérêt réside plus dans le sujet lui-même que dans sa provenance (quel titre la publie par exemple) tout en vérifiant sa crédibilité.

C'est le format court qui plaît sur Instagram, l'instantanéité du contenu qui permet de se tenir au courant facilement tandis que You Tube est plébiscité pour la diversité de ses contenus : conférences, documentaires, reportages... Baptiste par exemple nous présente comment il combine les deux plateformes :

*« Moi plus sur **Instagram et YouTube**, je consomme **pas mal de vidéos sur YouTube**. Il y a beaucoup de contenu éducatif sur la question environnementale. Il y a aussi des documentaires. Et sur Instagram c'est suivre soit des petites entreprises, soit des influenceurs engagés, ils parlent de ça, donnent des chiffres, parlent d'association. **C'est assez facile d'accès** parce que les associations sont aussi sur Instagram. Ça se fait très vite. »* (Baptiste, 19 ans)

En dehors des réseaux sociaux, nos informants sont aussi consommateurs de documentaires et de reportages lorsqu'ils veulent approfondir leurs connaissances ou, comme Théo, garder leurs distances face à l'actualité :

*« En fait je regarde **très peu les réseaux**. J'ai la chance de ne pas être tombé dans une sorte d'addiction là-dedans. Au niveau information, pour s'informer de ce qui se passe dans le monde, j'ai délaissé les médias d'informations quotidiennes et je m'informe plus via des documentaires qui parlent de sujets plus globaux, là où **il y a une prise de recul** sur ce qui est dit. Donc pour l'instant je m'intéresse très peu à l'actualité au jour le jour. »* (Théo, 22 ans)

Nos informants ont bien conscience qu'ils reçoivent une information ciblée. Dans son verbatim, Baptiste évoque la mécanique des réseaux sociaux qui permet de rapidement multiplier les abonnements à des comptes à partir d'un centre d'intérêt ou d'une publication en particulier. De son côté, Clara note fort justement que les algorithmes sélectionnent les contenus susceptibles de les intéresser, ce que l'on nomme parfois « effet bulle » ou chambre d'écho (Dahlgren, 2012)<sup>156</sup> :

*« Et après petit à petit quand on commence ça fait **effet boule de neige**, quand on commence à s'y intéresser, **les algorithmes sur YouTube** nous renvoient vers certaines vidéos. »* (Clara, 21 ans)

Par conséquent, nos informants sont assez peu différents des autres jeunes qui utilisent largement les réseaux sociaux et les médias en ligne pour s'informer et qui sont très friands de

---

<sup>156</sup> <https://bonpote.com/pourquoi-sortir-de-leffet-bulle-et-des-biais-de-confirmation/>

formats vidéo<sup>157</sup>. En revanche, leur spécificité réside dans les contenus qu'ils privilégient qui sont fonction de leurs centres d'intérêt. Nos données font apparaître que trois grandes catégories de sujets les intéressent, ce que résume Camille :

*« Pour ce qui va être **les nouvelles sur le climat**, soit sur les médias mainstream, les journaux et la radio que j'écoute quotidiennement. Pour plus trouver des alternatives pour **consommer autrement** en cosmétique ou vêtement, c'est en suivant des comptes qui sont spécialisés là-dedans, des influenceurs qui vont parler de marques. Par exemple pour mes vêtements j'ai découvert par hasard au travers d'une vidéo d'une personne que je suivais, un blog qui répertorie l'ensemble des magasins éthiques et responsables de Paris. Et de fil en aiguille, on commence à tirer le fil et des choses viennent à nous. Également en suivant des **comptes des associations, des assos jeunes** ou pas jeunes. Il y en a une qui s'appelle le collectif démarqué qui sensibilise sur l'impact de la fast fashion, qui propose des alternatives. De manière générale ces associations ou personnes vont avoir des exemples ou des idées pour agir en conséquence. C'est une mine d'informations. »* (Camille, 20 ans)

En dehors des informations générales sur l'environnement et les actions militantes, nous pouvons voir que nos informants sont aussi demandeurs d'informations sur des modes de vie plus sobres qui leur permettent de s'adapter au quotidien comme Lou :

*« Il y a plein d'images qui circulent, et **je me suis concentrée sur ce mode de vie**, je me suis abonnée, j'ai suivi des contenus qui étaient en rapport. **Ça m'apprend des choses aussi**, des choses que parfois je ne sais pas, et grâce à ce genre de publications j'en apprend un peu plus ; je me dis je ferais peut-être comme ça la prochaine fois, ça m'a l'air mieux que ce que je faisais jusqu'à maintenant. »* (Lou, 19 ans)

L'intérêt des réseaux sociaux réside également dans le fait qu'ils permettent de partager, de suivre des amis et de voir ce qu'ils suivent. L'aspect communautaire est très important car les jeunes éco-anxieux sont extrêmement informés et ont besoin de se sentir moins seuls face à une information anxiogène (Benoît et al., 2022). Pour Juliette, c'est aussi un moyen de nourrir son engagement :

*« Les comptes que je suis me donnent des pics de conscience de temps en temps. Et puis aussi **je me sens moins seule** de voir qu'il y a plein de gens qui suivent ces comptes aussi. Surtout on est plein dans mes amis à suivre ces comptes-là. Je vois qu'il y en a qui repartagent ce que j'ai vu et donc ça fait plaisir de voir que ce sont des personnalités qui ont vraiment de la puissance. »* (Juliette, 21 ans)

Le verbatim de Juliette mentionne les personnalités engagées qu'elle suit. Nos résultats attestent d'un fort engouement de nos informants pour des jeunes activistes (Hugo Clément, Marie Chureau, Camille Etienne, Paloma Moritz, Salomé Saqué...) mais aussi pour des scientifiques

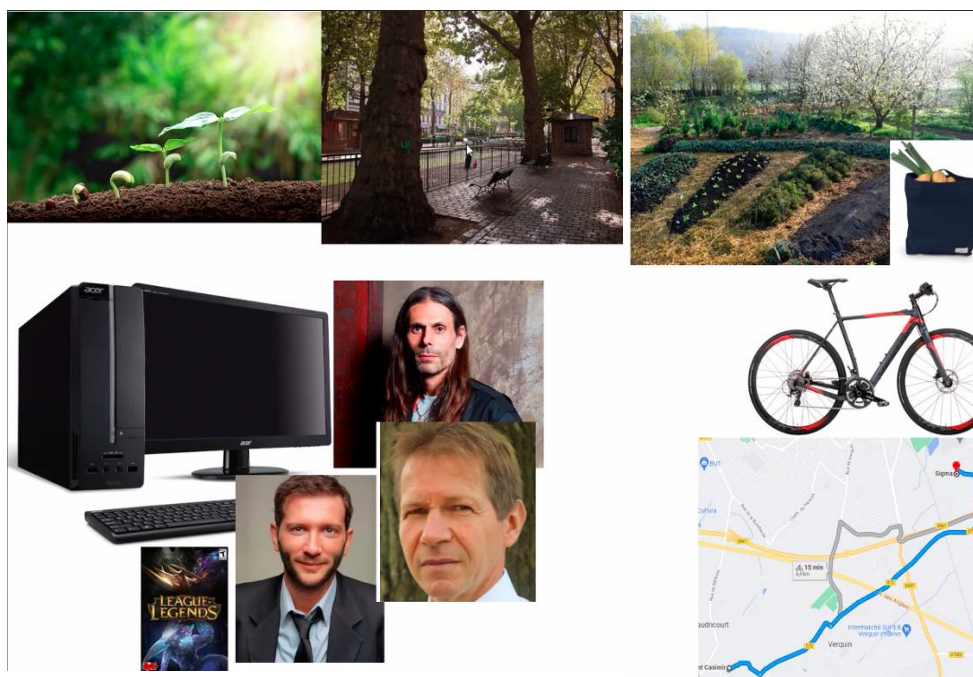
---

<sup>157</sup> « Le rapport des jeunes à l'information » Étude Ipsos-Sopra Steria Novembre 2022

qui sont autant de personnes inspirantes. Mathias, qui nous explique s'être énormément renseigné sur Internet, avoir « fait des milliers d'heures sur tout ce qui était écologie, parce que je me suis dit que là c'était vraiment important » a dans son visuel (matériau 21) intégré cet aspect sous la forme de trois portraits qu'il nous commente :

« A gauche c'est un PC, je m'en sers énormément pour mes recherches, que j'ai accumulées pendant les 5 ans. Au début c'était plus politique mais maintenant c'est beaucoup plus écologie. **J'ai mis 3 têtes qui étaient importantes pour ma réflexion**, c'est monsieur Barrau, monsieur Jancovici et monsieur Arthur Keller. Monsieur Jancovici surtout parce qu'il m'a fait un déclic sur ma façon de penser, qui n'était pas bonne en fait. Je m'en suis rendu compte après, bien sûr, mais c'est lui qui m'a permis de faire abstraction d'un faux débat qui était par rapport aux nouvelles technologies utilisées. Donc nucléaire ou pas nucléaire, on va dire. Alors qu'en fait ça ne devrait même pas être un sujet. Et **ces personnes-là, avec leurs conférences et leurs publications**, j'ai trouvé ça extrêmement intéressant. » (Mathias, 25 ans)

### Matériau 21 - Visuel de Mathias (25 ans)



Tout comme Mathias, nos informants à l'image de la communauté des éco-concernés sont intéressés par les discours scientifiques (Gentina, 2022), certains se procurent même des articles scientifiques pour des sujets précis, et suivent des personnalités sur les réseaux, en particulier Twitter (X) où ils sont les plus actifs. Outre ces trois personnalités, ont été cités notamment Philippe Cassou, Etienne Klein, Valérie Masson-Delmotte ou Pablo Servigne.

Ce qui est présent en filigrane dans les verbatims sur ce sujet est une recherche de légitimité, une exigence d'être suffisamment armé pour argumenter, ce qui demande d'y consacrer du temps et de l'énergie. C'est le cas de Paco :

*« Quand je rentre dans des débats avec des amis, j'ai besoin d'avoir une base d'arguments solides avec des sources fiables. Donc je travaille pas mal sur ça. Je vais lire des articles, des choses comme ça. »* (Paco, 22 ans)

En effet, nos informants sont parfois interpellés sur leur engagement et ils ressentent le besoin d'être à la hauteur de leurs propres convictions. Erwan, par exemple, anticipe les risques de conflit en cherchant à être le plus constructif possible :

*« Et aussi le plus pratique, c'est savoir répondre à des détracteurs, savoir convaincre par le rationnel, c'est compliqué à une époque où l'émotionnel refait surface comme un boulet de canon. »* (Erwan, 23 ans)

Nos résultats évoquent une recherche intensive d'informations : nos informants collectent, croisent des informations sur des sujets différents liés aux enjeux environnementaux afin également de se positionner politiquement et se préparer à débattre comme nous le confie Ninon :

*« Ce que je pense, je le pense depuis longtemps, mais après j'approfondis les sujets qui m'intéressent, et c'est plutôt citoyen, je vais m'intéresser au climat, à l'agriculture pour connaître les chiffres, être informée, savoir politiquement ce que je pense et comment je vais le défendre. »* (Ninon, 24 ans)

Cet apprentissage permanent est totalement autonome, même si les jeunes s'échangent et partagent des informations. Bien que souvent relayé par les associations auxquelles ils adhèrent, ce processus s'effectue en dehors de tout cadre éducatif formel puisque les jeunes vont chercher l'information eux-mêmes en fonction des besoins du moment. Le fonctionnement des réseaux sociaux et de leurs algorithmes nourrit leur désir d'apprendre mais aussi d'une certaine manière leur sentiment de ne pas être suffisamment armés. En effet, la mécanique des réseaux les emmène progressivement vers d'autres sujets à partir des thématiques qu'ils explorent.

Pour autant, nos informants sont persuadés que la possibilité qui leur est offerte d'être informés est un privilège qu'il convient de mettre à profit pour la cause environnementale.



### 3.2 L'accès à l'information, une forme de privilège qui responsabilise les éco-concernés

Nos résultats font apparaître que nos informants considèrent qu'ils sont privilégiés dans la mesure où ils sont éduqués. Même si une partie d'entre eux présente des origines modestes, le fait d'avoir accès aux études supérieures est vu par eux comme une chance qui leur permet d'accéder au savoir. Pour la plupart de nos informants, avoir la volonté d'adopter un mode de vie respectueux de l'environnement est lié au niveau de connaissances sur le sujet comme l'exprime Juliette :

*« Je pense que des gens cultivés qui ont une **bonne éducation sont beaucoup plus enclins à adopter un mode de vie plus respectueux de l'environnement** puisque des gens pas au courant de l'impact qu'ils ont ne vont forcément pas changer de mode de vie. »* (Juliette, 21 ans)

En réalité, Juliette, comme les autres informants, ne pense pas que c'est l'école qui transmet ces savoirs. D'ailleurs, pour Testot et Wallenhorst (2023), l'école devrait amorcer une vraie rupture en éduquant à l'urgence et en développant une « *littéracie anthropocentrique* » plutôt que rester sur les programmes actuels construits autour du développement durable. En effet, nous l'avons vu dans la première section de ce chapitre, peu de nos informants estiment avoir été sensibilisés par l'école. Ainsi, leur conviction repose davantage sur le fait qu'être éduqués leur permet d'avoir les clés qui rendent possible l'accès à l'information comme nous le précise Edouard :

*« Je pense que ce sont **des personnes qui n'ont pas forcément l'éducation, l'environnement, le contexte social ou professionnel pour acquérir ces connaissances et en prendre conscience**. Je pense qu'il faut les accompagner vers une transition et faire des choses de notre côté, ce sont deux piliers qui fonctionnent pour faire évoluer les personnes. »* (Edouard, 25 ans)

Le discours d'Édouard sous-entend également la croyance en une forme de responsabilité. En admettant être privilégiés, nos informants reconnaissent que ce privilège les engage en quelque sorte. En effet, dans les propos de nos informants se dessine la notion d'une responsabilité, un impératif moral (Jonas, 1990) ou devoir écologique (Pommier, 2016) fondé sur le sentiment de devoir agir parce qu'ils sont en capacité de le faire. Il leur apparaît nécessaire, obligatoire même pour Paco, d'agir :

*« Je pense qu'on a tous un rôle à jouer, et ne rien faire serait embêtant, surtout que **je suis plus privilégié** que pas mal de personnes. J'ai pu avoir un cadre éducatif assez stable. Je pense que de par la posture dans laquelle je suis, **j'ai un peu l'obligation d'agir**, comme je suis au courant de ces enjeux, et j'ai eu l'opportunité d'être plus facilement sensibilisé à l'environnement*

*que d'autres personnes. Et de manière générale, je pense qu'on doit agir plus.* » (Paco, 22 ans)

Paco a changé de mode de vie et est actif dans une association qui intervient dans les collèges et les lycées. Ainsi comme Edouard, il juge important de transmettre car il est en capacité de le faire, c'est aussi le cas de Jude qui étudie l'économie et la philosophie :

*« **J'ai eu la chance** d'avoir un environnement social, culturel qui m'a permis quand même d'accéder à certaines études et du coup, je veux les mettre à profit. Je ne sais pas comment dire..., j'ai envie de réfléchir au monde qui nous entoure, à ce qui serait bien et c'est pour ça que je me forme aujourd'hui et que je fais des études maintenant. Et j'espère pouvoir apporter à travers peut-être des articles, peut être des podcasts, peut-être des interventions dans les collèges, des lycées. Je ne sais pas encore quelle forme ça prendra. Je ne sais pas encore la forme que ça prendra, mais **j'ai envie de partager, de faire profiter**. Je trouve que j'ai eu de la chance de pouvoir faire les études que je fais maintenant. Et j'ai envie qu'elles servent. »* (Jude, 24 ans)

Ces premiers verbatims mettent l'accent sur l'accès au savoir et la transmission à d'autres moins privilégiés et qui ne seraient pas autant en mesure d'être formés. Nos informants ont également évoqué la sécurité que leur offrait leur diplôme comme c'est le cas de Ninon en Master à Sciences Po Paris :

*« En fait je pense que tout le monde a un rôle à jouer. La seule différence c'est que **j'ai eu la chance de faire de belles études** et de pouvoir me dire si j'ai un problème financièrement je peux trouver un travail, je vais m'en sortir. Et du coup j'ai aussi le choix à un moment donné par exemple de passer la moitié de mon temps à travailler sur ces sujets et à en parler. Et le fait d'avoir **cette liberté matérielle donne une forme de responsabilité**. »* (Ninon, 24 ans)

Ninon a aujourd'hui choisi de se consacrer en partie au militantisme et elle reconnaît objectivement qu'elle peut le faire car elle a un solide diplôme et les connections suffisantes pour ne pas avoir trop à se soucier de son avenir professionnel bien qu'elle ne soit absolument pas issue d'un milieu aisé.

Afin d'être en mesure d'assumer cette responsabilité qu'ils considèrent être la leur et/ou parce qu'ils recherchent de la cohérence dans tous les pans de leur vie, une partie de nos informants a choisi ses études, comme nous l'avons déjà constaté avec Zakaria, en fonction de ces préoccupations. Cela peut être le cas dès le lycée comme Ismaël déjà très engagé ou plus tard comme Jeanne fortement intéressée par l'autonomie alimentaire :

*« **C'est un lycée pour éco-volontaires**, j'ai choisi un autre lycée en plein milieu de la forêt, qui est un super lycée dans lequel il y a un groupe d'éco volontaires, et où j'ai posé une option de développement durable pour aller plus loin. Et donc voilà, un groupe d'éco volontaires très réactifs, **c'est pour ça que j'ai été dans ce lycée**. »* (Ismaël, 17 ans)

*« J'ai réfléchi à mon orientation professionnelle, je suis en licence de biologie et je prévois l'année prochaine de faire une année de césure pour faire des stages dans des fermes ou une structure qui produit des semences par exemple. C'est l'occasion de rencontrer des gens qui produisent de la nourriture, et de parler de ça parce qu'il y a un master européen en agriculture biologique qui m'intéresse. »* (Jeanne, 19 ans)

Pour nos informants déjà actifs, leur engagement est également source de questionnements, de recherche de cohérence. Edouard, qui est développeur web, se posait des questions quant à l'adéquation entre ses valeurs et son travail et il a résolu ce dilemme en intégrant une entreprise à mission qui permet notamment aux employés de se former aux enjeux environnementaux et se soucie de son bilan carbone :

*« Je me posais beaucoup de questions, je me remettait en question, je ne savais pas si ce que je faisais était réellement concret pour l'avenir. Et aujourd'hui j'essaie donc d'évoluer, de faire une transition dans mon travail. J'ai réussi à obtenir un boulot dans l'informatique qui me permet de travailler en partie pour la transition écologique et sociale, dont je suis assez fier. »* (Edouard, 25 ans)

Ce n'est pas le cas de Noé, ingénieur, qui a décidé de quitter son entreprise actuelle car il ne se retrouvait plus ni dans son mode de fonctionnement ni dans ses valeurs :

*« J'ai récemment démissionné pour tout vous dire. Je vais rejoindre une entreprise qui s'appelle P. Je les rejoins dans deux mois. Je serai chargé d'études énergie. Donc on a eu un gros coup de cœur et je vais travailler pour eux. Donc je quitte mon entreprise. Moi j'ai voulu être sincère avec mon manager parce que, en même temps je m'entendais très bien avec mon manager et je lui ai dit pourquoi je partais, une dissonance cognitive, avec anxiété, le fait de ne pas voir de sens dans ce que je fais, mais il n'a pas compris. Il n'a pas totalement compris. »* (Noé, 25 ans)

Les jeunes que nous avons rencontrés sont soit encore étudiants soit en début de carrière et hormis Victoria qui a pris une voie un peu différente, envisagent de travailler dans les domaines qu'ils étudient, surtout s'ils les ont choisis par rapport à leurs centres d'intérêt actuels. Le verbatim de Noé montre cependant qu'il reste encore du chemin à parcourir pour que les jeunes éco-concernés puissent s'épanouir dans leur travail et valoriser leurs compétences. Les jeunes engagés ont parfois le sentiment de devoir se modérer pour s'intégrer dans le monde professionnel, ce que Noé a finalement refusé.

Par conséquent, nos informants cherchent à vivre des situations plus confortables en s'inscrivant dans des réseaux relationnels dont les membres partagent leurs convictions.

### 3.3 Les groupes resserrés de pairs

Les jeunes de la tranche d'âge que nous avons étudiée sont reconnus comme accordant beaucoup d'importance au relationnel (Gentina et Delécluse, 2018). Cette génération est vue comme étant « *profondément sociale* » (Soulié, 2020 p.103). C'est leur rapport au groupe, à leur communauté qui fait en partie leur spécificité.

Nous avons déjà évoqué le rôle prépondérant du groupe de pairs dans les processus de socialisation et les communautés affinitaires aident le jeune dans sa construction identitaire (Coutant, 2015) car l'identité se construit notamment lors d'interactions sociales (Mucchielli, 2015 ; Özçağlar-Toulouse, 2005). Notre corpus de données confirme que nos informants construisent au cours de leur cheminement des relations qui vont conforter leurs convictions. Ils ont besoin de cette communauté qui fait office de réseau de soutien et de protection (Soulié, 2020). C'est le cas de Clémence qui a trouvé dans les étudiants de son cursus un noyau écologiste où son engagement est la norme, contrairement à son lieu d'origine :

« *Quand je reviens à chaque fois en Corrèze, c'est un peu un électrochoc parce que quand je suis à Rennes, on est dans un campus, on reste qu'entre personnes qui travaillent dans l'environnement, et on est vraiment dans notre bulle, **on est tous ces écolos**. C'est super facile d'être écolo à Rennes, et quand je reviens en Corrèze c'est difficile, parce qu'il n'y a pas beaucoup de personnes comme nous. À Rennes, **on pense tous pareil**, quand on vient en cours, on s'en fiche de la mode, on a aucun regard, quoi que ce soit, et c'est très facile, la vie est simple. Alors que quand je reviens en Corrèze, tout de suite, il faut se justifier pour ce geste-là, il faut convaincre, on se retrouve avec des personnes qui ne pensent pas comme nous. **Je pense que pour moi c'est facile de l'être, parce que j'ai un entourage qui l'est.*** » (Clémence, 20 ans)

Clémence évoque l'inconfort qu'elle éprouve lorsqu'elle rentre chez ses parents et la stigmatisation constante dont elle est la cible. Son campus à Rennes est devenu un refuge, un lieu où elle peut vivre son engagement au milieu de personnes qui le partagent. Par le choix de ses études, Clémence a optimisé ses chances de s'intégrer dans une communauté proche de ses convictions. Ce n'est pas toujours le cas de nos informants qui parfois doivent composer avec des personnes très différentes, ce qui les place dans une position d'insécurité :

« *Par exemple au début de l'années scolaire pour moi c'était un peu dur parce que j'avais du travail à la fac et du coup je n'étais qu'avec des gens avec qui je ne partage pas trop d'affinités, et là c'était assez dur parce qu'**émotionnellement voir des gens qui font plein d'actions qu'on n'aimerait pas voir, c'est dur au quotidien.** Donc je fuis un peu ces gens-là.* » (Inès, 21 ans)

Nos résultats font ainsi apparaître que nos informants recherchent presque exclusivement la compagnie des autres éco-concernés, définissant plus précisément ainsi leur groupe d'appartenance.

*« Je pense que peut-être pas forcément tout le monde, mais quand même **les personnes dont je suis proche ou auxquelles je m'identifie** et avec lesquelles je passe beaucoup de temps dans mon cercle proche d'amis **se posent clairement les mêmes questions.** »* (Edgar, 22 ans)

*« Mes amis inconsciemment c'est peut-être **devenu un critère**, je m'entends peut-être plus avec **des gens concernés par ce sujet.** Si je pense à la consommation de viande, j'ai eu des débats avec des gens qui disaient des trucs, j'ai été hallucinée. Je trouve ça intéressant, mais ça peut vite nous énerver. »* (Mathilde, 17 ans)

Nos données nous renvoient au concept de « sécurité ontologique » développé par Giddens (1991) et repris par Lachance (2022). Ce concept fait référence à la confiance que les individus accordent à la stabilité de leur identité personnelle ainsi qu'à la constance de leur environnement social et matériel et qui confère un sentiment de confiance envers les individus et les objets, en leur fiabilité (Moser et Weil-Dubuc, 2017). Nos informants cherchent ainsi à éviter des situations où cette sécurité serait mise à l'épreuve et le sentiment d'appartenance joue au contraire un rôle important dans son renforcement. Toutefois, Edouard, qui qualifie cette sécurité de « zone de confort » pense qu'il faut en sortir pour pouvoir avoir une influence sur les non-éco-concernés :

*« Je pense **qu'il faut sortir de notre zone de confort.** Parce que même dans les manifestations, en s'engageant dans des associations, **on reste dans notre cercle.** »* (Edouard, 25 ans)

Comme le mentionne Edouard, les associations sont aussi un moyen d'asseoir leur identité personnelle et groupale qui repose en partie sur la qualité des relations que l'individu entretient avec son environnement social (Mucchielli, 2015 ; Özçağlar-Toulouse, 2005). Ces relations sont facilitées par le choix d'associations très orientées comme c'est le cas de Faustine qui défend le droit des animaux :

*« Pour l'association à laquelle j'appartiens **on a plutôt des intérêts communs** ; c'est assez **facile d'avoir les mêmes idées** sur quelque chose, mais quand on est juste dans la même école on n'a pas forcément les mêmes idées sur tout. »* (Faustine, 25 ans)

Ce monde associatif, que seulement une petite moitié de nos informants a choisi à ce jour de rallier est pour eux source d'épanouissement et d'enrichissement :

« *Aux Jeunes Ambassadeurs pour le Climat il y a des gens plus âgés que moi. Je pense à E qui écrit une thèse sur l'adaptation des îles au changement climatique. **Ils connaissent beaucoup plus de choses que moi**, ils ont fait des études dans ce milieu-là. Ils sont capables par exemple d'expliquer l'acidification des océans, tous les phénomènes scientifiques, et je trouve ça super fort parce que c'est pas quelque chose que j'apprends...* » (Daphné, 19 ans)

Ce qui se dégage majoritairement de nos résultats est l'effet thérapeutique de l'engagement associatif sur l'éco-anxiété ou toute forme d'émotions ou de questionnements liés aux problématiques environnementales. Le verbatim d'Ismaël illustre comment son engagement lui permet de rencontrer des jeunes aux préoccupations semblables et qui agissent concrètement. Savoir qu'il n'est pas isolé et que des actions collectives sont menées, lui offre une voie pour surmonter son anxiété et sa peur mais aussi pour lutter contre son sentiment d'impuissance.

« *J'aime beaucoup discuter avec les gens, et surtout dans ces domaines-là. **Je me sens hyper bien dans Youth for Climate**, car j'ai rencontré plein de gens qui sont beaucoup investis, et ça fait beaucoup de bien. Je fais une semaine début juillet avec plein d'autres associations orientées vers l'écologie, que des jeunes hyper engagés. **Ça fait du bien de se retrouver avec des jeunes comme ça**, des gens qui veulent faire d'autres choses, et ça, ça me fait vraiment me sentir bien (...) Et après, **l'engagement, il me rend heureux**, et il est indispensable en fait, c'est comme ça que je m'extirpe sûrement de l'éco anxiété, de toute la peur qu'on peut avoir au niveau du futur et ce qu'on peut faire. Et **l'engagement me permet de me dire, je fais ce que je peux pour cette planète, et faire changer les choses**. Mais après, les autres parties de mes amis sont vraiment engagées aussi. Tous les amis que j'ai dans l'association, je pense que l'engagement les soigne aussi. Y'en a quand même qui sont bien plus éco anxieux que moi, et pour qui ça peut être compliqué. **L'action c'est le meilleur médicament contre l'éco anxiété**, il y a pas de doutes.* » (Ismaël, 17 ans)

Des recherches récentes ont montré que le fait de s'engager dans une action collective, en réduisant notamment la perception de l'insignifiance de leurs actions, contrairement aux actions individuelles, atténuait chez les jeunes adultes les désordres anxieux liés au changement climatique (Schwartz et al., 2022). Ismaël évoque le bien-être qu'il ressent et Camille vient confirmer l'importance de l'engagement tant au plan personnel que collectif :

« *C'est vrai qu'on peut se poser des questions sur les raisons de s'engager sur ce genre de choses, pour les causes environnementales, ce sont des sujets difficiles, compliqués, qui en tant que tel ne sont pas source de grand bonheur, mais je pense que j'ai réussi à identifier le fait **que m'engager ça donnait un sens à ce que je fais**, et si ce que je fais peut être utile et aider quelqu'un, ça me motive, et ça m'apporte énormément de joie.* » (Camille, 20 ans)

Bien que le sujet soit angoissant, les réalités parfois douloureuses, s'engager pour l'environnement peut avoir un effet thérapeutique. Agir peut être gratifiant et aide les individus à faire face à ces réalités en ravivant un sentiment d'accomplissement. L'anxiété mais aussi la colère et la peur sont reconnues comme ayant des effets galvaniseurs dans l'activisme, elles en

seraient les principaux moteurs. Stanley et *al.* (2021) par exemple ont montré que les appels à la peur peuvent être efficaces pour déclencher de l'éco-colère et pousser les gens à agir. Dans ce registre émotionnel, l'effet communautaire peut également être présent. En effet, Bright et Eames (2021) ont rencontré des jeunes pour qui la colère de Greta Thunberg pendant les grèves pour le climat a résonné comme un écho et en légitimant leur propre ressenti, les a encouragés à se mobiliser.

Enfin, nous avons tenté d'explorer le registre de la désirabilité sociale en évoquant avec nos informants une possible pression de leurs amis engagés. Les réponses que nous avons obtenues sont à l'image de celle de Marion :

*« En vrai j'ai beaucoup d'amis qui font des marches, ou même qui sont actifs des associations et tout ça (...) **La pression je me la mets toute seule**, pas besoin qu'ils soient là, mais en vrai comme on en parle beaucoup ensemble, oui en soi, **les gens conseillent**, après il y a aussi des choses à ne pas faire qui semblent évidentes ... il y a des choses comme ça, mais une pression, **je ne ressens pas de pression** mauvaise envers les amis qui sont activistes, voilà. »* (Marion, 18 ans)

Les verbatims recueillis à ce sujet évoquent en général quelque chose de positif, d'inspirant qui est bien vécu par nos informants. Là encore le groupe a un effet à la fois réconfortant et stimulant, un miroir de son propre cheminement, que nous pouvons entrevoir dans les propos d'Océane :

*« Je ne dirais pas qu'il s'agit d'une pression. Plus **un élan, un entraînement par les amis**, et surtout des convictions personnelles. Les amis sont une source d'inspiration, je le suis également pour eux »* (Océane, 25 ans)

En revanche, et nous le développerons au prochain chapitre, ce sont souvent les personnes extérieures à leur groupe, non concernées, qui font parfois des remarques désagréables sur de supposées actions à privilégier.

Les résultats nous apprennent que nos informants sont très en demande d'informations sur l'environnement et qu'ils vont les chercher eux-mêmes. Cette formation autonome en dehors de tout cadre éducatif repose essentiellement sur les ressources offertes par Internet qui peuvent être très diverses et concerne trois sujets principaux : le climat, les associations et activistes ainsi que les modes de vie. Cet accès à l'information leur donne à penser qu'ils sont privilégiés et qu'ils ont pour mission d'agir, en choisissant par exemple des études spécifiques ou un métier en cohérence avec leurs valeurs.

Les sujets qui les préoccupent et les changements opérés par nos informants dans leurs modes de vie les poussent à se tourner vers des jeunes qui partagent leurs convictions. Ils vont en priorité rechercher leur compagnie pour ressentir une forme de sécurité. En constituant leur réseau relationnel au sein de nouveaux groupes d'appartenance, ils cherchent à affirmer leur identité d'éco-concernés.



## Conclusion du chapitre 6

Ce second chapitre de résultats nous a permis de mieux appréhender quelles avaient été les dynamiques à l'œuvre ayant conduit nos informants à vouloir adopter des modes de vie plus sobres. En étudiant les descriptions des trajectoires de nos informants et en nous attardant sur quatre d'entre elles, nous avons vu se dessiner deux étapes décisives. La première d'entre elles, que nous avons nommé « terreau » est le socle de leur sensibilisation. Souvent lié à des expériences familiales ou amicales, ce terreau est le point d'appui qui leur a donné l'ouverture nécessaire pour commencer leur cheminement. Toutefois, si ce terreau est crucial, il n'est pas suffisant pour autant. En effet, il doit être renforcé par un déclencheur que nous avons appelé « déclic » qui constitue le véritable point de départ de la démarche de changement de nos informants. Ce déclic, essentiellement alimenté par des interactions sociales et des images fortes, est le plus souvent associé à une recherche d'informations qui conduit à la volonté de changer de mode de vie pour des raisons écologiques.

Les dynamiques observées nous amènent à qualifier les processus de socialisation successifs et confirmer qu'ils reposent sur des modèles d'expérimentation qui induisent pour les jeunes de construire leur identité en marge des schémas familiaux (Galland, 2022).

Par conséquent, nos informants, dans leur cheminement d'éco-concernés, font évoluer leur regard sur le monde et dans une logique de développement personnel entreprennent une démarche faite de choix et de renoncements. Aspirant à mettre en cohérence leurs valeurs et leurs actes, ils adoptent de nouvelles habitudes et recherchent davantage des plaisirs simples éloignés d'une logique consumériste et plus proches de la nature. Leurs choix quotidiens, qui les rendent plus heureux, ont des répercussions sur leur rapport à leur propre corps d'abord par une modification de leur alimentation, de la façon de se soigner ou de se vêtir mais aussi sur leurs rapports aux autres. Au sein des familles de nos informants leurs décisions sont diversement comprises et acceptées mais généralement une forme de dialogue se met en place et nous avons pu voir se manifester des phénomènes de socialisation inversée. Avec les anciens amis en revanche, le fossé se creuse et nos informants préfèrent se constituer un réseau relationnel plus en conformité avec leur engagement.

Le sentiment d'appartenance facilite le rapprochement avec des jeunes ayant des engagements similaires, que ce soit par le biais de réseaux affinitaires ou associatifs. Ils choisissent en effet

leurs amis et les lieux de leur engagement en fonction de leurs préoccupations environnementales qui deviennent une composante de leur identité à part entière.

Afin d'asseoir cette identité d'éco-concernés, ils entreprennent par ailleurs de se former de manière autonome en permanence. Les connaissances acquises leur donnent une forme d'assurance et de légitimité dont ils ont besoin pour affronter leurs détracteurs. Cet accès au savoir leur confère également une conscience d'être privilégiés qui induit une forme de responsabilité morale (Jonas, 1990) à agir. L'action peut se matérialiser par l'adhésion à des associations en faveur de l'environnement et cela les aide à combattre leur éco-anxiété en réduisant leur sentiment d'impuissance et d'isolement.

Après avoir exploré au niveau micro-individuel les raisons qui motivent nos informants à adopter des pratiques de consommation sobre et ensuite étudié les processus de socialisation à l'échelle micro-sociale, nous allons dans le chapitre suivant nous placer sur l'échelle méso-sociale afin d'entrevoir leurs visions de l'avenir.

## **CHAPITRE 7.**

### **Les imaginaires du futur : les éco-concernés et leurs visions de l'avenir**

Introduction du chapitre 7

Section 1 : Les leviers d'action pour sensibiliser à la sobriété

- 1.1 Les actions à l'échelle individuelle : inspirer pour convaincre
- 1.2 Identification de quatre modes d'action pour initier le changement

Section 2 : Se projeter dans l'avenir : des marges de progression et des dilemmes à résoudre

- 2.1 Une imperfection assumée mais une volonté de progresser
- 2.2 Une difficile projection et la tentation d'enclaves protégées
- 2.3 Des regards divergents sur la question des enfants

Section 3 : Une perception sombre de l'avenir qui enjoint à de nouveaux récits

- 3.1 Un diagnostic sombre qui renforce la nécessité d'agir
- 3.2 Un besoin exprimé de changer les imaginaires de consommation
- 3.3 Être jeune et éco-concerné·e c'est être responsable pour l'avenir

Conclusion du chapitre 7

## **Introduction du chapitre 7**

Les deux premiers chapitres de résultats nous ont placés sur des échelles d'observation différentes qui faisaient également référence à des temporalités distinctes. En prenant pour base leurs modes de vie actuels, nous avons retracé avec nos informants les cheminements qui les ont conduits à choisir la sobriété. Afin de parachever cette réflexion, nous allons dans ce troisième et dernier chapitre de résultats nous positionner sur une échelle méso-sociale qui nous permettra de dessiner sur la base de notre corpus une vision du futur. L'échelle méso-sociale est en effet celle des organisations et des systèmes d'action, elle prend appui sur les discours des représentations. C'est l'échelle des marges de manœuvre et des stratégies entre acteurs (Desjeux, 2004b).

Ainsi, nous débuterons ce chapitre par une réflexion sur ce que nos informants pensent nécessaire d'entreprendre pour convaincre les non-concernés de s'engager dans la voie de la sobriété. Ils nous expliqueront également quelles actions doivent être envisagées plus largement pour sensibiliser à l'urgence. A partir des types de réponses obtenues, nous avons établi une typologie qui identifie nos informants selon quatre profils (section 1).

Dans un second temps, nous nous intéresserons à ce que les données nous apprennent sur la façon dont nos informants se projettent dans l'avenir. S'ils ont parfois des difficultés à envisager leur futur à cause de l'angoisse qu'il génère, nos informants considèrent qu'ils ne sont pas parfaits et qu'ils doivent encore progresser dans leur recherche de sobriété. Ils ont toutefois des idéaux de vie et de travail souvent déjà assez marqués à plus ou moins long terme. La question d'avoir des enfants est un sujet très présent dans leurs réflexions et nous verrons que leurs avis reflètent différentes positions sur le sujet (section 2).

Enfin, pour clore ce chapitre, nous nous attacherons à comprendre quelle vision nos informants ont de l'avenir de la société en général. En analysant les résultats obtenus sur le sujet traitant de leurs attentes face à l'avenir collectif, nous décrypterons leur état d'esprit à ce sujet. Qu'ils soient pessimistes ou optimistes face à l'avenir de la planète, nous constaterons qu'ils n'ont pas abandonné l'idée de se battre. Leur perception de la menace écologique les amène à appeler de leurs vœux de nouveaux récits dans lesquels la sobriété aurait toute sa place. Nous terminerons sur une réflexion portant sur leur responsabilité en tant que jeune et ce que cela implique pour leur génération (section 3).

## Section 1 : Les leviers d'action pour sensibiliser à la sobriété

---

Convaincus de l'urgence à agir, nos informants ont choisi d'être acteurs du changement en modifiant leur mode de vie et parfois en s'engageant dans des associations dédiées à la sensibilisation ou plus militantes. De par leur vécu d'éco-concerné·e et leur engagement, ils ont développé une certaine vision de ce qu'il est nécessaire d'entreprendre pour persuader les non éco-concernés de les suivre dans leur démarche de sobriété. Ainsi, dans un premier temps, nous verrons comment nos informants envisagent leur rôle pour convaincre à leur échelle puis dans un second temps quelles actions leur semblent primordiales pour éveiller les consciences environnementales de leurs concitoyens.

### 1.1 Les actions à l'échelle individuelle : inspirer pour convaincre

Il se dégage des résultats une franche unanimité sur le fait que la première manière de convaincre les non-concernés ou ce que l'étude de Quantité Critique<sup>158</sup> a nommé les « soutiens distants » est de montrer l'exemple. Pour Marion, c'est une première étape pouvant amorcer d'éventuelles discussions :

*« On a tous un rôle à jouer, mais ce qui est compliqué, c'est que si on ne fait que parler de ça, si on ne commence pas à agir nous-mêmes, rien n'avance, **il vaut mieux qu'on montre l'exemple** et ensuite parler aux autres, ça incite beaucoup plus les gens à faire de même. »*  
(Marion, 18 ans)

Cette vision pragmatique partagée reposant sur l'exemplarité est fondée sur l'idée qu'il faut rendre visible le changement afin de montrer qu'il est possible pour tous d'emprunter la voie de la sobriété à l'image de Loïc :

*« Et puis aussi, j'ai fait ça aussi **pour montrer du possible** je pense. Je pense que ça, c'est le petit engagement alors qu'il pourrait y avoir, ça serait d'avoir fait ça **pour montrer que c'est possible d'avoir fait ça**. Enfin, le montrer.... l'exemple, en fait. »* (Loïc, 25 ans)

Au-delà d'une sobriété atteignable, ce sont les imaginaires liés à la sobriété qu'il s'agit de changer. Les imaginaires sont les images de la réalité, ses représentations et interprétations. Leur pouvoir d'influence sur le comportement des individus est reconnu par la littérature (Bellion et Robert-Demontrond, 2018 ; Robert-Demontrond et Özçağlar-Toulouse, 2011). Pour ce qui concerne la sobriété, ces imaginaires sont souvent négatifs (Guillard, 2021), associés au sacrifice. La sobriété est souvent mal comprise, le terme peut avoir un effet « repoussoir »

---

<sup>158</sup> Cf Chapitre 3 p167 Enquête parue dans *La Croix*

(Béji-Bécheur et *al.*, 2021) car imbriqué dans une logique diminutive (Ben Kemoun, 2022) ou caricaturale (Cherrier et *al.*, 2012). Pour nos informants il convient au contraire de rendre cette sobriété désirable. À ce sujet Clémence évoque une polémique à propos d'une vidéo d'un joueur de football ayant filmé ses vacances à Miami où il voyage en jet privé, conduit des voitures de sport, pilote un jet-ski.... et qui a vivement été critiqué par la communauté écologiste :

*« Il y a eu un commentaire qui disait que **le problème des écolos c'est que leur monde ne fait pas rêver**, je pense qu'il faut plutôt passer par ces imaginaires-là. **Donner envie** quoi, donner envie de changer, de dire « et bien regardez être écolo c'est avoir un comportement écolo, de ne plus faire ceci, de ne plus faire cela, ça peut aussi vous apporter ça, **ça peut vous apporter du bien-être**, ça peut augmenter vos liens sociaux, pour **vous retrouver aussi vous-même**. (...) Pour eux en fait, il ne faut pas que ça soit un sacrifice, **il ne faut pas qu'on donne la vision d'un sacrifice**, car pour eux je pense que c'est vu comme un sacrifice. »*  
(Clémence, 20 ans)

Clémence met en évidence la nécessité de dépasser le discours axé sur les problèmes environnementaux et de se concentrer sur les solutions positives et les avantages effectifs d'un mode de vie écologique. Selon nos informants, en présentant la sobriété comme un moyen d'améliorer la qualité de vie individuelle et collective, il est possible de susciter l'intérêt et l'engagement de ceux qui sont réticents à s'impliquer dans des actions écologiques. Pour Camille, c'est au niveau individuel que cela doit commencer :

*« Et sinon c'est vrai que parfois un des arguments qu'on peut entendre c'est que ça ne sert à rien car à l'échelle individuelle... Si untel veut consommer comme 4, ça ne changera rien du tout. Et c'est un argument facile et fallacieux, et j'ai envie de répondre que l'action ne s'arrête pas là, on vit dans une société, ce n'est pas uniquement en changeant son comportement individuel que la société elle va changer, mais je pense qu'il faut prendre du recul. D'adopter ce genre de comportement et le normaliser, **ça montre aux autres que c'est tout à fait possible que ça ne nous prive pas de nos plaisirs**, et qu'on n'est pas plus triste. En en parlant autour de moi, **cela contribue à semer des petites graines dans la tête des gens**. »* (Camille, 20 ans)

Ce verbatim sous-entend que la sensibilisation écologique et le changement de comportement nécessitent une approche holistique qui intègre à la fois les aspects individuels et collectifs. En donnant envie aux gens de s'engager dans des pratiques écologiques, nos informants espèrent que cela créera un mouvement plus large vers des modes de vie respectueux de l'environnement.

Quand Clémence parle de « donner envie », quand Camille affirme que « c'est possible » ou que les autres informants disent vouloir donner l'exemple, ils ancrent ces imaginaires dans la réalité en montrant qu'il existe des solutions concrètes, réalisables, connectées aux défis et

enjeux réels et qui apportent des bénéfices tangibles tant aux individus qu'à la collectivité. Dans cette optique, ils sont en mesure d'inspirer et pour Victoria, c'est ce qu'il y a de plus puissant :

*« Donc il faut montrer que c'est possible, qu'il y a des gens qui sont déjà dans le mouvement, **qui incarnent en fait ce changement et qui sont heureux**. Parce que par l'exemple on s'identifie et **on se dit que c'est possible et ça nous inspire**. Et pour moi **il n'y a rien de plus puissant que l'inspiration**, parce que dire, alarmer, ça peut autant nous braquer qu'autre chose. Ok on est conscient, ok c'est grave, il faut y aller, mais comment on fait ? alors que s'il y a déjà **des personnes qui font et nous montrent comment faire**, et on voit qu'ils tirent un réel bénéfice à le faire, on a envie de le faire. Donc pour moi c'est ça le plus puissant. »* (Victoria, 23 ans)

Il se dégage de nos données que c'est en rendant la sobriété désirable, à rebours de ce que véhiculent parfois les médias qu'il sera possible de convaincre. C'est une des conclusions de Hémar-Nicolas et Hedegaard (2022) à propos de la sobriété alimentaire : privilégier les émotions positives au détriment de la culpabilité pour créer l'aspiration à changer, ce que Louise nous confirme avoir compris :

*« L'action n'est pas qu'individuelle et doit aussi être globale, et critiquer des personnes individuelles pour un de leur choix, ce n'est pas productif et ne va pas aider les gens à avoir une conscience, ils se sentiront tout le temps coupable, **ce n'est pas une bonne manière d'éveiller les consciences, la culpabilité**. »* (Louise, 20 ans)

Il s'agit pour nos informants d'influencer positivement, de manière encourageante. Cet état d'esprit est également plébiscité dans le cas où les éco-concernés sont face à des comportements non respectueux de l'environnement comme nous l'explique Faustine :

*« En fait je pense que c'est plutôt la façon de tourner les choses. Quand c'est donneur de leçons, souvent les gens qui se permettent de dire des choses comme ça, eux non plus ne sont pas de leur côté irréprochables. Donc je pense que ce n'est pas forcément la bonne solution. **C'est bien d'alerter les gens** pour qu'ils se rendent compte, quand ils ne se rendent pas compte par eux-mêmes que c'est quelque chose de pas écolo. C'est bien de les alerter, c'est important, mais **il ne faut pas que ça devienne moralisateur**; et quand c'est moralisateur je trouve que ça n'a pas l'effet escompté, c'est pas utile. »* (Faustine, 25 ans)

Nos informants sont persuadés que pour stimuler l'adhésion, l'écologie culpabilisante est contre-productive. Toutefois, leur perception de la société contemporaine les amène à mesurer les contraintes qui entravent le passage à l'action c'est-à-dire les contradictions existantes entre sobriété et habitudes de consommation encouragées par le marché (Desjeux, 2020). Clara, par exemple, nous parle du temps :

*« Petit à petit on se rend compte que ce n'est pas en imposant qu'on va changer les choses et sensibiliser. C'est petit à petit, en proposant certains changements, en faisant des trucs dans notre coin, et les interroger petit à petit, que ce soit eux qui viennent. Il faut petit à petit que les gens*

*comprennent et c'est à notre échelle qu'on peut changer les choses, mais il faudrait que ça fasse un réseau, que ça infuse ; **les gens n'ont pas le temps**, tout le monde court dans son travail, personne n'a le temps de s'informer là-dedans ; et c'est trouver comment sensibiliser sans bloquer, sans tourner, et **continuer à croire en ce qu'on croit** en essayant petit à petit de sensibiliser doucement les autres. » (Clara, 21 ans)*

Le temps est au cœur des enjeux environnementaux. Nous n'avons pas le temps, il est urgent d'agir mais les gens n'ont pas de temps à consacrer à ces questions, leur quotidien est régi par un mouvement d'accélération du rythme de vie et Rosa (2012) évoque à ce propos une « *famine temporelle* ».

Pour Mathias certaines contraintes ne pourront être levées que par le législateur :

*« Culpabiliser ça peut devenir contreproductif dans le sens où ils vont voir un faux problème et dire ah **vous avez vu, les écolos, les khmers verts etc...** Et en fait ils créent une image sur laquelle tout le monde se bat, en gros c'est des futurs nazis, ça fait dictature, et comme tout le monde a horreur de la dictature, tout le monde saute dessus... Du coup ça c'est la réglementation aussi, c'est à peu près le même argument, il en faut mais pas trop car ça aussi ça peut être contreproductif. Mais ça c'est obligatoire je pense contrairement à la culpabilisation. **La réglementation il faudra qu'il y en ait**, c'est sûr. Parce qu'on ne peut pas juste faire fonctionner le marché, c'est-à-dire les prix, ou juste stabiliser. **Il faudra de la réglementation plus pénalisante**. Il y a ça, plus l'exemplarité. » (Mathias, 25 ans)*

Bien que convaincus de la portée des actions individuelles, nos informants perçoivent qu'elles ne suffiront pas à compenser les externalités d'une société structurellement trop émettrice en carbone. C'est donc sur un ensemble reposant sur une approche à la fois individuelle et collective que s'appuient nos informants pour essayer de convaincre et inspirer les non-éco-concernés. Ils nous ont fait part de la difficulté à trouver un équilibre entre convaincre sans précipiter ni culpabiliser et la nécessité d'effectuer des changements qui peuvent être perçus comme radicaux. Il se dégage des données que nos informants ont des visions parfois différentes sur comment, à leur niveau personnel, parvenir à conjuguer ces deux aspects pour arriver à changer les comportements. Nous avons ainsi identifié quatre grandes catégories d'actions envisagées.



## 1.2 Identification de quatre modes d'action pour initier le changement

Comme nous avons pu le constater au chapitre précédent, nos informants ont la conviction d'être privilégiés et notamment en raison de leur accès à l'information. Ce privilège conduit une partie d'entre eux à mettre à profit les connaissances développées en les mobilisant pour sensibiliser au-delà de leur entourage.

À partir de notre codification sur NVivo et de la classification des cas, nous avons vu se dessiner une répartition de nos informants en fonction de ce qu'ils pensaient être le mode d'action le plus efficace pour inciter les jeunes à devenir des éco-concernés. En corrélant cette information avec les autres attributs de nos informants, nous avons établi une typologie en quatre profils à qui nous avons attribué une figure médiatique (dont le portrait est détaillé en annexe 6) qui pourrait être emblématique de chaque groupe : les militants, les éducateurs, les communicants et les indépendants. Ces positionnements ont été partiellement évoqués dans la littérature sur la déconsommation sous la forme de trois stratégies pour influencer les autres : éduquer/informer, convaincre/militer et réguler (Séré de Lanauze et Siadou-Martin, 2013).

### LES MILITANTS

Leur motivation principale est l'envie d'être utile. Ils considèrent que la meilleure façon d'agir est de militer et songent à s'engager dans des mouvements plus militants. Ils évoquent parfois la désobéissance civile.

Ce sont majoritairement des femmes engagées dans une ou plusieurs associations. Ils sont plutôt pessimistes quant à l'avenir de la planète.

On observe pour ce groupe le rôle prépondérant joué par la communauté (amis, réseau associatif, réseaux sociaux) dans la socialisation.

Figure emblématique : Camille Etienne (Graine de possible)

Nos informants « militants » sont ceux tentés par l'activisme ou qui commencent à s'y investir. Ninon, qui a choisi la danse dans la nature comme mode d'expression pour éveiller les consciences, participe de cette manière à des manifestations d'activistes et est assez présente aux côtés de Camille Etienne. Le rôle des amis a d'ailleurs été mis en lumière dans l'activisme, par le fait de pouvoir s'identifier à d'autres personnes qui s'engagent (Wallis et Loy, 2021). Ninon nous explique pourquoi elle est convaincue de l'utilité de l'engagement :

*« Il faut être cohérent avec ce qu'on pense. C'est un peu le plan de départ, ne pas manger de viande, consommer en seconde main c'est la base. On ne va pas changer le monde en faisant ça, mais c'est la base de la cohérence. Et je trouve que l'**engagement plus large est beaucoup plus satisfaisant et valorisant** personnellement parce qu'on a l'impression qu'on fait avancer quelque chose, parce que quelqu'un va nous dire j'ai changé ma vision sur ça. Et*

***pouvoir faire changer quelqu'un de point de vue c'est tellement puissant, comparé à juste changer sa garde-robe. (...) Au niveau environnemental c'est exactement pareil, et j'aime bien mobiliser les gens. Je sais qu'en s'engageant on peut convaincre notre entourage de s'engager aussi. Je trouve que ça donne de la vitalité à la société quand les associations sont actives.*** » (Ninon, 24 ans)

Comme nous pouvons le lire dans ce verbatim de Ninon, les militants estiment que la dynamique de l'engagement est la forme la plus puissante d'action pour inspirer et convaincre. Parmi les profils militants nous retrouvons ceux qui veulent le plus faire bouger les choses, qui pensent qu'ils ne sont pas écoutés, que les changements ne sont pas assez rapides. Dans ce groupe, Paco, qui a d'abord été un « éducateur » a changé de vision après la forte déception qu'il a vécue suite aux résultats de l'élection présidentielle de 2022 :

*« Je pourrais dire que j'ai essayé pour la première fois **un mouvement de désobéissance civile**. J'ai participé ce week-end aux jours militants Extinction Rébellion où on avait bloqué l'arche à Strasbourg Saint Denis. J'avais commencé ce mouvement suite à l'élection présidentielle. Je savais que ça allait m'impacter, mais pas à ce point. Quand j'ai vu les résultats, j'ai passé la soirée à pleurer. En fait, du coup **je regrettais de pas avoir été plus actif politiquement**. Je me vois pas être encarté dans un parti, mais je pense que j'aurais pu faire plus de choses. **La formation auprès des jeunes c'est chouette, et elle est nécessaire, mais ce n'est pas suffisant. Je voudrais avoir plus d'impact**, et je me dis que j'aurais pu convaincre plus de personnes soit de voter, soit de changer leur vote. »* (Paco, 22 ans)

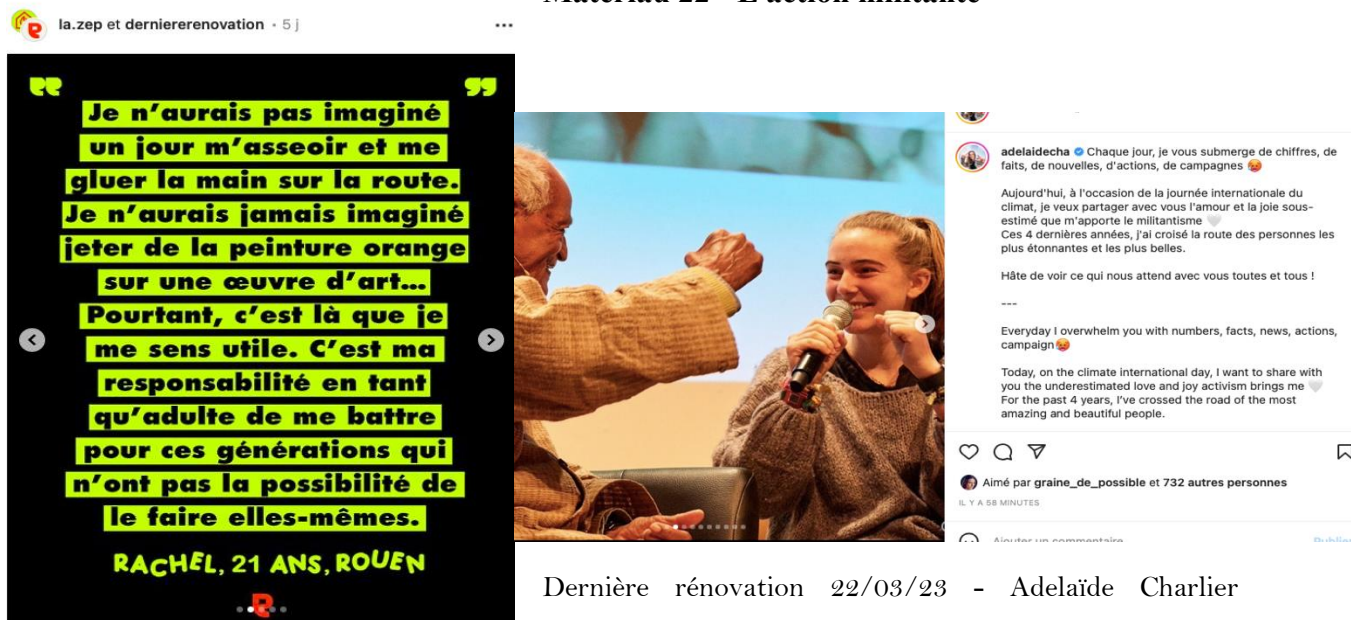
Même si les jeunes ont perdu confiance dans les institutions et leur reprochent notamment leur manque de réactivité sur les questions climatiques (Dabi, 2021 ; Hickman et al., 2021), le vote reste dans l'esprit de nos informants une manière impactante d'exprimer leurs opinions et de faire bouger les choses. Pour Daphné qui travaille sur plusieurs fronts, politique et climatique, c'est la conjugaison du militantisme et des urnes qui forme les leviers à actionner :

*« Les Jeunes Écologistes, c'est là où je suis le plus, parce que **maintenant il faut faire des choses, se mobiliser**. C'est assez étonnant, parce que moi faire de la politique c'est pas du tout mon objectif, c'est juste que je soutiens parce **qu'il faut changer les choses** et pour moi ça passe par là, mais c'est pas pour y aller plus tard (...) Quand on fait des interventions dans les lycées avec les Jeunes Ambassadeurs, à la fin comment agir à notre échelle c'est **on peut s'engager dans des associations, s'informer**. Et la dernière partie c'est **aller voter pour quelqu'un qui fait des actions en faveur du climat**. »* (Daphné, 19 ans)

La littérature concernant les jeunes militants pour le climat est en plein développement (Neas et al., 2022) et est le plus souvent intégrée à une réflexion autour de la participation politique. Il y est fait mention de l'influence des contextes et des domaines sociaux dans lesquels l'individu évolue (e.g. Corbin et al., 2021 ; Mutz, 2002). Nous retrouvons ce constat au sein de nos informants puisque nous avons relevé l'incidence de la communauté sur ce profil

« militant ». La littérature a également mis en avant les bénéfices perçus par les jeunes militants notamment en termes d'efficacité et de confiance en soi (Neas et *al.*, 2022).

## Matériau 22 - L'action militante



Dernière rénovation 22/03/23 - Adelaïde Charlier  
08/12/22 Instagram

Nous retrouvons dans le matériau 22 issu d'Instagram, même s'il se réfère pour le premier visuel à un activisme radical, la plupart des idées associées au militantisme et au profil de nos informants que nous venons de développer : les bienfaits de l'engagement et la volonté de se sentir utile notamment.

Nous allons à présent nous intéresser à un autre profil, davantage tourné vers la transmission que nous avons nommé « les éducateurs ».

### LES ÉDUCATEURS

Ce sont majoritairement des hommes qui vivent dans des grandes villes et font des études supérieures. Ils peuvent être qualifiés d'altruistes dans la mesure où leur principal trait de caractère est l'envie d'agir pour les autres. Ils considèrent que c'est en éduquant, en formant les gens que leur conscience écologique se développera.

L'école (au sens large) a d'ailleurs joué un rôle majeur dans leur socialisation. Ce sont les plus optimistes de tous.

Figure emblématique : Thomas Wagner (Bon Pote)

Différentes études et rapports internationaux ont mis en lumière le lien entre éducation et compréhension des sujets environnementaux mais les effets directs sur les comportements sont difficilement mesurables (Jaoul-Grammare et Stenger, 2022). Il est assez intéressant de noter que lorsque nos informants parlent d'éducation à l'écologie, ils ne pensent pas à l'école, aux programmes scolaires. Nous avons pu relever au chapitre précédent que ceux qui ont été sensibilisés par l'école l'ont été davantage grâce à des projets concrets, des conférences et des interventions que par les contenus des programmes eux-mêmes, c'est-à-dire l'éducation formelle. Cette conception de l'éducation vient confirmer des travaux entrepris en sciences de l'éducation qui indiquent que c'est en développant le sentiment d'efficacité personnelle et la capacité à agir des jeunes face aux problématiques environnementales que l'éducation serait la plus pertinente (Morin et al., 2019). Ainsi, nos informants mettent plutôt en valeur le rôle central des associations dans l'éducation des plus jeunes à la cause climatique :

*« Pour moi il faut sensibiliser encore plus, dès le plus jeune âge, **aller dans les écoles primaires**. Je sais **qu'il y a des associations qui se déplacent** pour le tri chez les plus jeunes, toutes sortes de causes. Aller même, pour moi c'est important, faire des créneaux pour informer, que ce soit sur ça ou plein d'autres choses, **aller dans les lycées, les collèges**. Et je pense qu'il y a plein de jeunes qui attendent ça. » (Yona, 18 ans)*

Yona évoque sans doute sa propre expérience puisqu'elle s'est intéressée à l'écologie assez tard, en internat sous l'influence d'une amie végétarienne. Mathias, quant à lui, convaincu de l'importance de l'éducation, a, après s'être formé seul durant une année, monté une petite structure associative qui s'est donnée pour mission d'intervenir dans sa région auprès de publics divers :

*« Et aujourd'hui **je fais des conférences en petits groupes**, petits comités, dans des villes, des conférences publiques sur tout ce qui est lié au changement climatique. J'essaie de montrer les choses telles qu'elles sont, c'est-à-dire **ce que la science sait déjà**, et de les vulgariser, que ce soit compréhensible par tout le monde. C'est pas facile ; c'est un peu le gros problème de la science en général, c'est que les gens se disent plus 1 degré c'est pas beaucoup, alors qu'en fait c'est un changement majeur*

*Ce que j'essaie de faire c'est de **hacker les climatosceptiques**, les personnes qui cherchent la négation dans ce domaine je les contre-démontre le plus possible, pour éviter qu'elles sèment le doute dans la tête des gens. **C'est aussi une mission que je me suis donnée**. J'ai bouffé des milliers d'heures d'info. » (Mathias, 25 ans)*

Mathias, en se familiarisant avec les savoirs scientifiques, en les diffusant et tentant de les vulgariser adhère au principe développé par Wallenhorst (2022) de « *demeurer en présence des savoirs scientifiques* » pour comprendre les dynamiques qui nous ont conduits à devoir aujourd'hui combattre l'emballage climatique. Comme l'évoque notre informant, il s'agit

également de combattre les climatosceptiques ou climato-dénialistes qui, selon Wallenhorst (*ibid.*), ont muté en techno-solutionnistes, ce qu'abordera Noé ci-après. Ce dernier verbatim, assez complet, met l'accent sur les faillites du système éducatif en matière d'environnement mais aussi sur les préconisations de la convention citoyenne sur le climat qui n'ont pas été suivies. Pourtant, il reste convaincu que l'éducation est la clé :

*« Qu'est-ce qu'il faut faire en termes de solutions ? Moi **je pense qu'il faut éduquer** et c'est ce qu'on fait depuis de nombreuses années et **ce n'est pas pour ça que ça marche**. Il y a un exemple moi qui m'a marqué, c'est la Convention citoyenne sur le climat, c'est-à-dire qu'on a pris 150 personnes qui n'étaient pas forcément dans ces métiers-là, qui n'avaient pas forcément ces connaissances- à et on leur a dit, « voilà, le problème c'est ça », on les a formés et ils ont quand même réussi à nous pondre 150 mesures intéressantes pour respecter l'accord de Paris. Donc pour moi, à mon avis, **on pourrait éduquer le citoyen pour qu'il puisse amener des solutions**. J'interviens parfois dans des lycées. Donc je fais des interventions dans les lycées sur le monde, les énergies, etc...et en fait la première chose que je remarque, c'est **des jeunes très intéressés par le changement climatique**. Ils savent qu'ils vont vieillir dans ce monde-là, ça leur fait peur. Je le vois. Je vois que ça leur fait peur, mais à côté de ça **ils pensent qu'une voiture électrique, mettre une éolienne dans leur jardin ou des panneaux voltaïques sur le toit de leur maison, ça suffira pour garder un même confort de vie.** » (Noé, 25 ans)*

Par conséquent, nos données font état d'une forme de scepticisme face à la portée de l'éducation formelle par l'enseignement et la scolarité. En revanche, les « éducateurs » promeuvent une éducation plus axée sur les savoirs scientifiques et plus proches du terrain, directement liée aux comportements à adopter.

Notons toutefois qu'il est prévu qu'au sein des filières universitaires les formations bac + 2 intègrent les enjeux de la transition écologique d'ici à 2025<sup>159</sup>.

Les « éducateurs » que nous venons de dépeindre sont assez proches des « communicants » qui eux, pour sensibiliser et convaincre, préfèrent les échanges « *one to one* » ou la communication moderne via les réseaux sociaux.

---

<sup>159</sup> « L'urgence écologique se heurte à la culture académique des universités » Le Monde 06/01/23

### LES COMMUNICANTS

Ils sont partisans de l'échange et même du débat d'idées pour inciter les autres à réagir mais sans jamais les culpabiliser. Ils ont été sensibilisés jeunes par des parents ayant déjà une fibre écologique et/ou qui ont favorisé leur contact avec la nature.

C'est l'envie d'apprendre, de comprendre qui motive leurs actions la plupart du temps. On retrouve les plus jeunes dans ce groupe.

Figure emblématique : Salomé Saqué

La littérature sur la manière dont les jeunes s'engagent en faveur de l'environnement est assez parcellaire mais un groupe de chercheurs ayant compilé en 2015 des études internationales sur le sujet a mis en évidence le rôle de ce qu'il a appelé « les messagers de confiance ». Au sein de ces communautés de pairs physiques et virtuelles, les interactions et échanges sur le changement climatique se sont révélés particulièrement efficaces dans la prise de conscience (Corner et al., 2015).

Tout comme les « éducateurs », les « communicants » sont passionnés par le sujet environnemental et ont accumulé beaucoup d'informations qu'ils souhaitent partager pour faire évoluer les pratiques sociales. Ils ne plébiscitent pas des interventions préparées et structurées face à un public mais plutôt les échanges interpersonnels, moins formels. Ils aiment engager la discussion car ils croient à la force de l'argumentation comme Salomé qui veut devenir éco-déléguée :

*« Moi je pense que c'est avec **le pouvoir de la parole** (...) Enfin le pouvoir de la parole c'est extraordinaire, il y a toutes les émotions, les tons, le timbre de voix, les mots qu'on utilise pour bien toucher une personne pour **expliquer que c'est super important** ou que c'est dangereux...etc. Non vraiment moi je pense que c'est la parole. »* (Salomé, 17 ans)

Jude est également convaincue qu'elle peut agir à son niveau en discutant avec son entourage. Son point de départ est bien souvent lié à ses pratiques : ce qu'elle achète, comment elle consomme. En se confrontant au regard des autres dans ses pratiques quotidiennes, en partageant ses astuces, ses bonnes adresses, elle espère susciter au moins de l'intérêt et peut être des questionnements :

*« Et après c'est surtout dans **les discussions avec les autres personnes** en fait que je trouve que c'est là où j'ai le plus mon rôle, parce que dans les amis, les gens que je fréquente, il peut y avoir des fois **des petites questions ou même des débats**, et les gens vont finir par se dire peut-être je vais faire pareil ou je réfléchis et ça je vais le faire différemment. Et ça, ça passe beaucoup par **parler, échanger**. Quand je découvre une alternative, en parler avec mes*

*copines. Ne serait-ce que par le fait de parler de ces sujets, et de ne pas banaliser le fait d'acheter des choses. Je pense que déjà ça, ce n'est pas rien, rien que ça, c'est quelque chose un peu. C'est que j'ai l'impression que **je peux essayer d'aider à questionner d'autres personnes** sur comment ils agissent et juste avec le questionnement, juste en interrogeant, c'est cool quoi. Oui, ce serait déjà bien...* » (Jude, 24 ans)

Jude démarre souvent l'échange par ses propres expériences et c'est aussi ce qu'exprime Juliette pour qui l'échange n'est productif que s'il s'appuie sur un vécu personnel. Pour elle, il en est d'ailleurs l'inspiration :

*« Mais le fait de vivre comme ça aussi ça change ... par exemple le fait que je sois devenue végétarienne ça fait que j'en ai parlé avec mes parents, j'ai débattu avec mes parents, avec mes grands-parents, avec ma famille, avec plein de gens. Et **le fait de vivre l'écologie ça te permet d'amener le sujet partout**, de changer les consciences. Alors que juste parler, enfin si tu le vis pas, si tu penses juste écolo et que tu ne mets pas les actions en place, ce sera moins présent dans ta vie et t'en parleras moins. »* (Juliette, 21 ans)

Nous retrouvons ici le thème de la visibilité de la sobriété, de l'exemple qui fait réagir et parfois inspire. D'ailleurs, les jeunes éco-concernés, nous l'avons déjà vu dans le chapitre précédent, sont parfois interpellés de manière peu bienveillante et ils ont besoin d'avoir suffisamment d'arguments pour débattre.

Nous avons trouvé sur le site de Bon Pote, souvent cité par nos informants, quelques conseils et arguments pour bien communiquer (Matériau 23). Nous pouvons voir d'une part des contre-arguments à utiliser face à des propos qu'il est courant d'entendre et d'autre part les étapes d'une bonne stratégie de communication afin d'aider les personnes à parler du climat et contrer l'inaction climatique. Les rédacteurs du site insistent sur l'utilité de débattre, le plus souvent possible, pour aiguïser l'esprit critique et parfaire ses arguments. Le site fournit également une carte, issu d'un article de Lamb et *al.* (2020) répertoriant quatre familles de discours freinant l'action climatique et des propositions de réponse.

**Matériau 23 - Infographies Bon Pote : matériel de communication sur le climat<sup>160</sup>**

source : bonpote.com 2022



Les échanges peuvent également prendre la forme de communications en ligne car nos informants, bien que conscients de l'impact du numérique, utilisent les réseaux sociaux pour montrer leur engagement et tenter d'inspirer comme Edouard qui a pu mesurer la portée de ses publications :

*« Par exemple, je vais partager un article sur mon réseau qui n'est pas du tout composé que d'activistes, j'ai des anciens collègues de travail, des amis de collège et de lycée, des amis de passage. Et des gens qui ne sont pas du tout dans ces choses-là. Je suis toujours très étonné et heureux quand une amie que je n'ai pas vu depuis longtemps me dit par exemple de continuer à mettre des stories sur l'écologie comme ça, ça lui fait une piqure de rappel. Et je me dis qu'elle n'a jamais réagi à ces publications, jamais aimé, et pourtant ça lui fait quelque chose. Donc je me dis que ça fonctionne. Les médias associatifs via les réseaux sociaux ça a de l'impact. Il faut être un peu pragmatique et ça fonctionne. Il m'arrive donc régulièrement, et ce depuis quelques années, de réaliser des posts Facebook ou de partager des informations*

<sup>160</sup> <https://bonpote.com/infographie-10-bonnes-pratiques-de-communication-sur-le-climat/>  
<https://bonpote.com/10-erreurs-de-communication-sur-le-climat-a-rectifier-durgence/>



*dans mes story Instagram, afin de sensibiliser mes relations proches ou lointaines de ces problèmes. Je partage à la fois mes frustrations, mes craintes, mais également des documentaires passionnants, mes réussites personnelles, ... » (Edouard, 24 ans)*

Plusieurs de nos informants nous ont dit partager du contenu, notamment dans leur story Instagram sur les comportements écologiques ou les actualités à propos de l'environnement. Comme en face à face, ils essaient de provoquer des interrogations, des questionnements voire des remises en question. Ce n'est pas le cas de notre dernier groupe qui, tout en prônant tout de même une forme d'exemplarité, est plutôt sur une démarche personnelle, dans une forme modérée de prosélytisme.

### LES INDÉPENDANTS

Les personnes de ce type sont uniquement des femmes, non engagées dans des associations mais dont certaines rejettent fortement le consumérisme.

Elles présentent des personnalités assez introverties et ayant une propension au stress. Elles sont en fort questionnement et sont influencées par leurs pairs (amis, réseaux sociaux, frères et sœurs).

Ce sont des préoccupations pour leur santé, celle des autres ou les animaux qui sont à l'origine de leur sensibilisation. Elles souhaitent avant tout se reconnecter à des choses qui ont du sens, des choses simples.

Figure emblématique : Cindy Gomez (Bee Greener)

Nous avons regroupé dans le profil « indépendants » les informants qui n'ont pas exprimé une forte volonté de convaincre. Cela ne signifie pas qu'ils ne font pas part de leurs convictions à leur entourage mais ils ne sont pas dans une démarche active plus large de sensibilisation. Les verbatims recueillis sont moins parlants sur le sujet que ceux des groupes précédents car ces informants se sont peu exprimés sur la nécessaire sensibilisation à l'action climatique. Nos résultats suggèrent davantage une volonté de d'abord expérimenter soi-même une démarche de sobriété, d'éventuellement faire passer le message eu sein de sa famille tout en prônant tout de même une forme de cohérence et d'exemplarité.

C'est surtout un besoin de ralentir, de prendre le temps qui émerge de nos données à l'image de Capucine :

*« **Avoir le temps**, j'adore prendre le temps dans ma vie, je suis quelqu'un d'assez posée, c'est ce qu'on me reproche souvent, c'est d'être en retard. Mais j'aime bien **faire les choses à mon rythme**. Je ne sais pas si je m'engagerai dans le militantisme, parce que ça prend beaucoup de temps et d'énergie, et très souvent quand on fait ça on est déçu, on fait face à des choses... Après, je me dis que c'est nécessaire, il faut des gens comme ça. Mais **je ne sais pas si moi je le ferais**. Je ne sais pas... » (Capucine, 19 ans)*

Nous comprenons que Capucine est encore en questionnement, elle semble ne pas se sentir encore suffisamment armée pour affronter le monde militant et par conséquent ne se sent pas prête à s'engager plus avant. Les jeunes de ce groupe sont le plus souvent dans une démarche en construction, ils estiment parfois ne pas encore être suffisamment exemplaires. C'est le cas de Lou par exemple qui exprime aussi son besoin de ralentir et son caractère introverti qui la freine :

*« Je trouve que **je ne fais pas assez de choses**, alors que je pourrais très bien en faire plus, je le sais. Il y en a beaucoup qui s'engagent dans des associations, moi je n'en fais pas partie mais je pourrais aller là-dedans, et manifester aussi. Ça m'est déjà arrivé une fois, mais j'aime pas trop la foule donc c'est assez compliqué (...) Je pense que ça va trop vite et on doit réfléchir en même temps, **on n'a pas le temps de réfléchir, par exemple comment agir, c'est pour ça qu'on ne le fait pas vraiment.** » (Lou, 19 ans)*

Ce besoin de temps peut être aussi corrélé à un besoin de reconnexion avec une vie locale, dans l'esprit des plaisirs simples que nous avons évoqués au chapitre précédent. Clara, qui voit ses parents courir après le temps, pense que c'est une première étape qui peut ouvrir sur d'autres leviers de sensibilisation :

*« On ne peut pas tout changer avec ses petits bras, et je pense que... moi ça me rassure presque, parce que toute cette mondialisation, partout en même temps mais pas là où on est, **on est déconnectés, on est hors sol de nos cultures**, de ce qui nous entoure. Tout ce qui existait je suis convaincue de ça, les fêtes de villages, les endroits où on se reconnaît, où on reconnecte avec le tissu local, le social, les gens qui nous entourent, il n'y en a plus. On est avec des gens qui sont à l'autre bout du monde. C'est pas du « c'était mieux avant », c'est juste qu'il faut garder des proportions avec ce qui est là ; et moi ça ne me dérangerait pas de **revenir à quelque chose de plus local.** » (Clara, 21 ans)*

Loin de nous est l'idée d'affirmer que les informants de ce groupe en font moins que les autres car bien souvent ce sont des personnes qui ont mis déjà en œuvre un nombre significatif de modifications dans leur mode de vie mais leur engagement reste assez personnel pour le moment.

Loin des injonctions déprimantes et des imaginaires négatifs de sacrifice et d'efforts associés à la sobriété, nos informants sont persuadés que pour convaincre il faut d'abord montrer l'exemple. Ils ne se situent pas dans le registre de l'exemplarité mais dans celui des possibles. Il s'agit en effet de montrer les avantages de ce mode de vie et donner envie de les suivre dans cette démarche.

En partant des verbatims au sujet des approches plébiscitées pour sensibiliser, nous avons ensuite établi une typologie selon quatre profils. Les « militants » prônent l'engagement dans des associations et la mobilisation collective. Les « éducateurs » sont convaincus de la portée de l'éducation, de la diffusion de l'information et les « communicants » favorisent davantage les échanges et débats d'idées. Un dernier groupe, les « indépendants » est encore en questionnement et désire prendre le temps au niveau personnel avant de penser à faire du prosélytisme.

Après avoir évoqué dans cette section les actions qu'ils plébiscitent pour entraîner les non concernés dans leur sillage, nous allons à présent nous pencher sur comment nos informants envisagent leur avenir personnel.

## Section 2 : Se projeter dans l'avenir, des marges de progression et des dilemmes à résoudre

---

Nous avons débuté ce chapitre par une exploration des leviers d'actions qui se dégagent de nos résultats tant au niveau individuel que dans un registre plus collectif. Cette thématique s'inscrit dans une vision prospective dans la mesure où les éco-concernés cherchent à sensibiliser d'autres jeunes qui demain s'engageront peut-être en faveur du climat. Mais qu'en est-il d'eux-mêmes ? Dans cette section, nous nous pencherons sur ce qui émerge des données quant à la vision que nos informants ont de leur avenir personnel qu'il soit proche ou plus lointain.

### 2.1 Une imperfection assumée mais une volonté de progresser

L'analyse du corpus nous apprend que nos informants revendiquent une forme d'imperfection. Ils considèrent en effet n'être pas parfaits et qu'à l'image de leur cheminement général, leur progression vers un mode de vie plus sobre est au moins aussi importante que l'intensité des changements opérés. Ils ont bien conscience que la tâche est ardue et qu'il faut garder une forme de légèreté pour trouver la motivation à accomplir le reste. En effet, la connaissance peut s'avérer être un frein à l'action quand la tâche à accomplir paraît trop vaste (Longo et al., 2019) ou que les écarts entre les représentations, les valeurs et les utopies peuvent peser sur l'action (Desjeux, 2020).

Ainsi, Daphné, par exemple, a choisi de faire des compromis en se déculpabilisant à partir du bilan carbone :

*« Je ne prends jamais le temps de supprimer tous les mails. J'en ai tout à fait conscience, mais je sais que dans le bilan carbone c'est pas le truc le plus marquant ; je vais me pencher sur d'autres aspects qui eux le sont plus. Le fait de ne pas prendre l'avion c'est vraiment radical ; stocker 500 mails, ok, je sais qu'un jour je les supprimerai, **il faut que je le fasse petit à petit.** »*  
(Daphné, 19 ans)

Les jeunes éco-concernés ont besoin de relativiser et ainsi apporter de la consonance<sup>161</sup> pour éviter de culpabiliser à chaque geste hors cadre. C'est le cas d'Inès, qui mentionne également dans ce verbatim le rôle de l'exemple qui doit l'encourager elle-même à s'améliorer :

---

<sup>161</sup> Dans le sens de consonance cognitive par opposition à la dissonance cognitive éprouvée quand leurs actes ne sont pas en accord avec leurs convictions

« Je dirais que **j'essaie de faire le plus possible ma part**, parce que **je ne suis pas parfaite** et personne ne peut l'être. Mais **j'essaie au maximum**, peut-être d'un côté pour me déculpabiliser, mais aussi pour montrer aux autres que c'est possible et que c'est pas si dur que ça. » (Inès, 21 ans)

Ce message qui préconise de savoir accepter son imperfection, de comprendre que l'objectif n'est pas la perfection mais le mieux, ou le moins, est largement relayé sur les réseaux sociaux car les éco-concernés ont compris que pour la majeure partie d'entre eux, il n'est pas toujours facile d'être bienveillant avec soi-même. Le matériau 24 en est une illustration.

### Matériau 24 - Être écolo c'est faire de son mieux



Bee.Greener - Instagram 06/10/22

Dans cette publication et dans d'autres du même registre, l'idée véhiculée est que l'important est d'agir et qu'il vaut mieux être de nombreux imparfaits que quelques-uns exemplaires. Toutefois, nos résultats montrent aussi que nos informants veulent éviter de tomber dans les travers de l'autosatisfaction. Ils considèrent qu'il faut accepter d'être imparfaits, sans se flageller, mais continuer à provoquer des changements à son échelle, que ce soit dans son mode de vie ou en sensibilisant autour de soi. Loïc reconnaît que cette équation est compliquée :

« *Après, le truc qui est compliqué aussi c'est que là d'un coup, la bien-pensance c'est ça aussi, c'est que « ok donc c'est bon j'ai fait mon truc, ok du coup c'est bon maintenant, je fais mon truc en vélo donc je n'ai plus rien à faire, je suis écologique ».* En fait, non effectivement ça ne suffit pas. Et **en fait, ça ne s'arrête jamais** c'est un merdier énorme et il faut être conscient, **accepter que ce qu'on fait ça ne suffit pas du tout** mais que ce n'est pas grave. Juste c'est déjà très bien. En fait, **c'est déjà très bien mais ne pas du tout se contenter de ce qu'on fait** en pensant que ça suffit. » (Loïc, 25 ans)

Nous retrouvons dans ce verbatim l'idée de progression et le besoin de rester positif. C'est finalement Ismaël, l'un de nos plus jeunes informants qui, dans cet extrait sur son approche personnelle, fait le mieux la synthèse :

« *C'est vraiment le plus frustrant de découvrir que notre manière de consommer ne coïncide pas avec nos valeurs et nos éthiques. S'en rendre compte c'est assez violent. Ça peut être assez frustrant et perturbant. Mais en mettant des choses en place pour rentrer le plus possible en accord avec nos valeurs, je pense qu'on se sent beaucoup mieux, et **on se sent vraiment bien d'avoir déjà eu cette réflexion**, se rendre compte de ces problématiques, et ensuite, de mettre des choses en œuvre, c'est assez positif et juste. **Ça nous rend bien de faire ces actions.** Après, **on peut toujours aller plus loin**, ça c'est assez frustrant aussi, qu'il y a toujours des choses à mettre en œuvre. Là je faute encore dans plein de domaines je pense. Mais je pense que ça va se faire progressivement, et il n'y a rien pour lequel j'me dis « ça jamais ! ». En tout cas, **j'aimerais beaucoup, aller encore plus loin**, et consommer le moins possible, et participer le moins possible à toutes ces choses qui mettent en péril la planète. Il y a encore de l'évolution, **je compte évoluer encore.** D'un côté c'est frustrant de ne voir jamais de limites à nos efforts, mais en même temps, on peut le voir de manière positive, dans le sens où bah on peut toujours évoluer, et c'est aussi cool qu'on arrive pas à un moment où c'est bon, on a tout fait et on a plus rien à faire. On a toujours des choses à faire, **il vaut mieux le prendre du point de vue positif dans le sens où on peut toujours évoluer**, prendre conscience de nouvelles choses et mettre en place de nouvelles choses **pour être encore plus en accord avec nos valeurs.** Ça peut être positif aussi. » (Ismaël, 17 ans)*

Ce verbatim insiste sur la nécessaire cohérence entre les actes et les croyances pour éviter la dissonance cognitive –ou la schizophrénie écologique<sup>162</sup> (La Branche, 2012 ; Ochs, 2020) que nous avons déjà mentionnée. Il insiste aussi sur les bienfaits associés à l'action. Nous retrouvons également cette notion de gradualité, de cheminement et finalement le fait de procéder par étapes qui est assez emblématique de cette jeunesse (Lachance, 2022) mais aussi du cheminement individuel de la sobriété (Hémar-Nicolas et Hedegaard, 2022). Ce qui est intéressant ici est cette perception de l'absence de limites vue comme une opportunité constante d'apprentissage et de progression. Nous sommes face à une forme de challenge vu positivement, une force motrice et non comme une perspective décourageante.

---

<sup>162</sup> Chapitre 5 p.273

En revanche, ce qui provoque l'agacement chez nos informants ce sont les manifestations de pureté militante. Ce terme issu du militantisme féministe, désigne l'injonction à avoir un comportement parfait, exemplaire, pour pouvoir considérer être légitime sur un sujet militant comme l'écologie et ainsi avoir le droit de s'exprimer. Les jeunes que nous avons rencontrés sont souvent exposés à ce type de propos :

*« En fait quand tu es écolo et que tu fais une action, **il y a toujours des gens qui vont dire...** En fait quand tu es écolo il faudrait que tu sois l'écolo parfait qui fait tout bien... pour certaines personnes. Je dis ça parce que c'est des remarques qui m'ont plusieurs fois agacées. Genre des gens qui font rien pour l'écologie, tu vas leur dire « moi je fais ça et tout » et c'est des gens qui se sentent attaqués je sais pas pourquoi, qui vont te répondre « **c'est bien de faire ça mais s'il y a ça, ça sert à rien, si tu manges pas de viande mais que tu continues à prendre la voiture, tout ce que tu fais est inutile** » Je ne trouve pas. Je trouve que le mieux c'est de faire ce qu'on peut et de toujours essayer de faire de son mieux. » (Juliette, 21 ans)*

Ces situations sont apparemment assez récurrentes et notamment sur les réseaux sociaux dans les commentaires des publications de personnalités écologistes plus particulièrement. Par exemple, une photo de Greta Thunberg dans un train mangeant du pain de mie et des bananes a provoqué un emballement avec des commentaires du type : « *Tu défends l'environnement mais tu manges du pain de mie emballé de plastique et des fruits exotiques*<sup>163</sup> ». Par conséquent, depuis quelques temps les réseaux sociaux se font l'écho de ce phénomène et tentent de rassurer les internautes sur la difficulté d'être exemplaire (Matériau 25).

### Matériau 25 - Une pureté militante contre-productive



Make Sense et Koraii - Instagram 05/12/22

<sup>163</sup> <https://hushoots.eu/blogs/conseils-et-aventures/purete-ecologique-militante-5-conseils-pour-y-faire-face>

Ainsi nos informants se donnent le droit de progresser mais recherchent dans ce domaine le soutien de leurs pairs car la sphère sociale non éco-concernée est parfois demandeuse de perfection. Cela est d'autant plus difficile pour nos informants qu'ils ont le plus souvent une vision assez sombre de l'avenir et que continuer à se battre demande une forte dose de conviction. Nos informants ont d'ailleurs parfois des difficultés à envisager leur avenir personnel et sont tentés de se mettre en marge de la société.

## 2.2 Une difficile projection dans l'avenir et la tentation d'enclaves protégées

Après avoir retracé avec nos informants leurs cheminements, nous les avons questionnés sur la vision qu'ils avaient de leur avenir personnel. Nous avons relevé au chapitre précédent et dans la section précédente que nos informants souhaitaient continuer à consommer sobrement et progresser dans leur démarche. Il est cependant difficile pour eux d'avoir une réflexion à long terme, d'autant plus pour ceux qui sont encore dépendants de leurs parents comme Louise qui vit encore avec eux ou Capucine qui est étudiante :

*« Je pense que pour le moment vu que je ne suis pas totalement indépendante c'est un peu compliqué, il y a toujours des choses que j'aurais envie de faire mais qui ne sont pas forcément toujours possible. Je pense qu'une fois que je serai indépendante financièrement **je pourrai avoir une consommation qui reflète plus mon engagement mes convictions.** »*  
(Louise, 20 ans)

*« Comme je suis dans un entre deux, je suis étudiante, je dépends beaucoup de mes parents, **je ne peux pas faire exactement comme je voudrais vraiment.** J'ai comme projet, une fois que j'aurais vraiment mon indépendance, d'essayer de vraiment vivre de la manière la plus responsable possible. »* (Capucine, 19 ans)

Ces deux verbatims expriment une forme de frustration à ne pas pouvoir effectuer dès à présent leurs propres choix de consommation en toute autonomie mais aussi une conviction qu'une fois cette indépendance acquise, la progression vers davantage de sobriété sera amorcée. De leur futur se dessinent des contours flous car ils n'ont encore qu'une idée imprécise de comment ils vont évoluer avec toutefois une volonté affirmée de moins consommer :

*« Et de manière plus globale, notre confort de vie dans les sociétés occidentales entraîne une consommation excessive je pense (toilettes utilisant de l'eau potable par exemple). Mais je pense aussi que **cela pourra changer dans mon cas** en fonction de la manière dont j'évolue, les choix de vie que je ferai, les personnes que je rencontrerai, etc. »* (Jeanne, 19 ans)

Pour Paco, cette volonté s'exprime plus précisément dans son objectif d'atteindre progressivement la neutralité carbone :



*« En fait, j'aimerais idéalement **réussir à obtenir une neutralité carbone à mon échelle**, donc de 2 tonnes de CO<sub>2</sub> par an. Ça a été un peu compliqué, parce que rien qu'en vivant en France avec les institutions publiques, on en consomme une et demie. Mais c'est l'objectif de tendre vers les 2. J'essaye de voir un peu dans toutes **les catégories où je peux réduire** pour tendre progressivement, sans être trop brutal sinon le changement d'habitude sera inopérant »* (Paco, 22 ans)

Paco a déjà réduit sa consommation et il nous a confié que le plus facile pour le moment était de modifier son alimentation.

Si nos informants ont déjà acté qu'ils allaient poursuivre leur démarche de sobriété, ils éprouvent plus de difficultés à se projeter de manière globale.

En 2021, le pessimisme des jeunes à propos du climat économique, social et politique a atteint un pic historique et 40% d'entre eux s'attendaient à une détérioration<sup>164</sup>. Après la crise du Covid, qui a constitué pour les jeunes un choc d'incertitude (Gentina, 2022), 30% des jeunes se disent « désenchantés » et estiment que c'est une malchance de vivre sa jeunesse aujourd'hui (Dabi, 2021). Dans un contexte où 75% des jeunes à l'échelle mondiale jugent le futur effrayant (Hickman et al., 2021), il n'est pas très étonnant que nos résultats mettent en évidence des inquiétudes face à l'avenir qui se traduisent par une incapacité à se projeter dans le futur à long terme. Anna, par exemple n'arrive pas à inscrire ses projets personnels dans un futur globalisant :

*« Je ne sais pas, c'est bizarre parce que moi j'ai des projets personnels, mais après je me dis que **le monde va aller de plus en plus mal** et j'ai du mal à imaginer cela. »* (Anna, 20 ans)

Il ressort des données que nos informants ont de l'avenir écologique une vision assez sombre surtout si de profonds changements dans nos façons de vivre et de consommer ne sont pas opérés rapidement. Leurs états d'esprit sont variables, nous le verrons en détail dans la prochaine section, mais ils ne sont généralement pas très confiants en l'avenir et voient se profiler une dégradation des conditions climatiques et sociales. Cette vision rend le futur incertain et cela influence leur réflexion personnelle :

*« Comme **on sait qu'on court vers la catastrophe**, c'est très angoissant... même pour mes études là, je peux me projeter pour dix ans, mais après je ne sais pas. C'est ça qui est énervant, c'est **qu'on ne peut pas vraiment se projeter** pour quand on aura quarante ans. Il y aura plus d'aléas naturels, de catastrophes, et même avec les hausses de prix, la société c'est compliqué, **même d'un point de vue social c'est compliqué.** »* (Marion, 18 ans)

Cette difficulté à concevoir son propre avenir est souvent une des conséquences de l'éco-anxiété qui peut être amplifiée par des facteurs sociaux. En effet, l'interconnexion entre société et

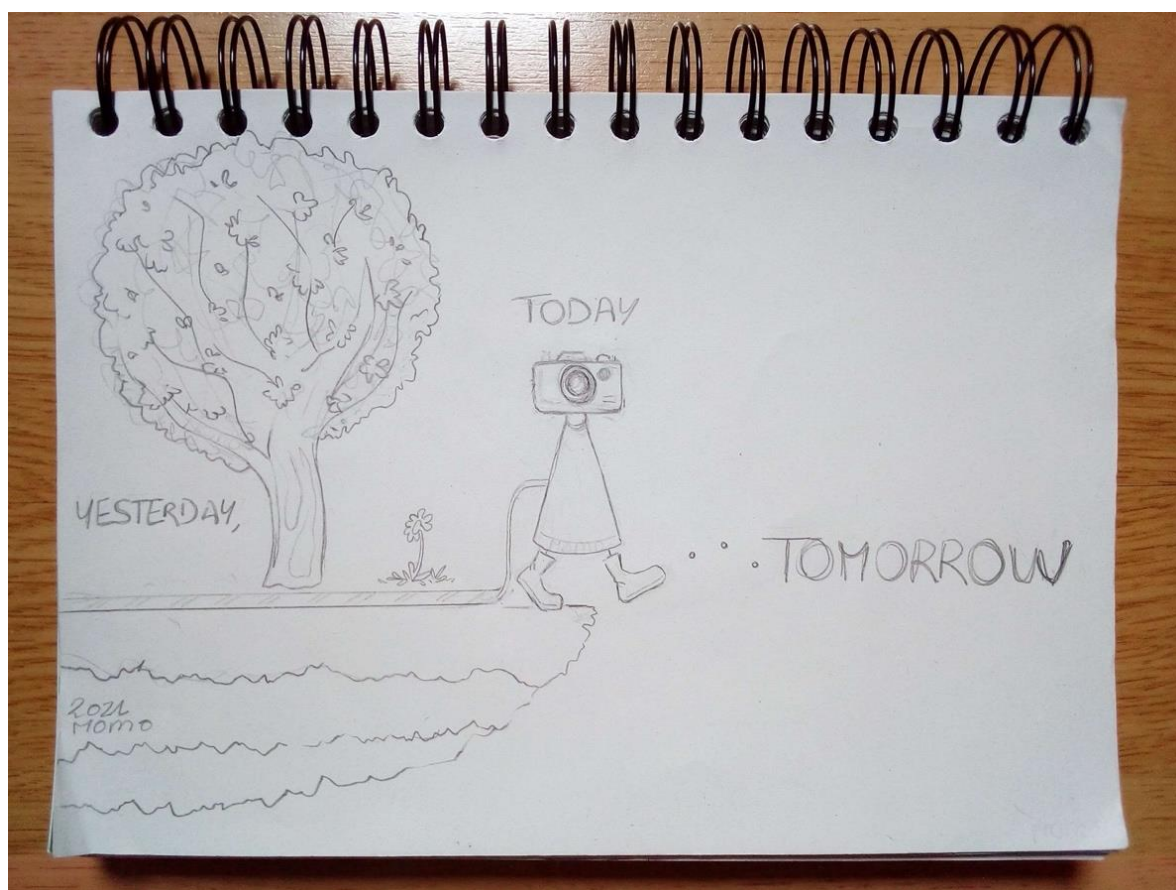
---

<sup>164</sup> Millennial and GenZ Survey Deloitte Global 2021

écologie et notamment l'influence des facteurs sociaux sur l'éco-anxiété a déjà été bien documentée dans la recherche. Il a été montré que les sujets qui souffrent d'éco-anxiété estiment qu'elle est aggravée par le climat social (Pihkala, 2022). D'autre part, le fait que le dérèglement climatique ne puisse être résolu immédiatement, mais seulement dans un avenir lointain et après une action collective mondiale, renforce le sentiment d'incertitude des jeunes qui ont une propension plus forte que leurs aînés à souhaiter des réponses rapides à leurs préoccupations (Chaney et al., 2017 ; Gentina et Delécluse, 2018).

En abordant ce sujet avec Lou, étudiante en art, elle nous a montré un de ses dessins qui exprime son angoisse face à l'avenir. Ce dessin constitue le matériau 26.

### Matériau 26 - Dessin de Lou sur sa difficulté à envisager l'avenir



*« J'ai du mal à me projeter sachant tout ce qui se passe. Quand je dis du mal à se projeter c'est qu'on ne sait pas ce qui va se passer, surtout avec tous les problèmes et tout. En fait j'avais dessiné un arbre, là il y a un bonhomme, ici au niveau de l'arbre et des fleurs on voit le bout de la terre. C'est écrit yesterday, j'ai écrit en anglais mais c'est pour dire ça c'était hier. Et un bonhomme c'est un appareil photo, c'est aujourd'hui, qui nous regarde. Il y a une petite borne qui est derrière le bonhomme, comme si on avait filmé, comme des pellicules du passé. Il a à moitié les pieds dans le vide ici. J'ai écrit demain. En fait on ne sait pas ce qui se passe demain. »*

Pourquoi il a une tête en appareil photo ? *« Il fige le moment présent. »*

Donc demain on ne sait pas... *« Demain, plus tard, je n'arrive pas à voir. »* (Lou, 19 ans)

Lou est particulièrement angoissée par le futur et l'exprime par le dessin car elle s'ouvre peu aux autres, mais nous avons pu constater au cours de l'entretien que cela ne l'empêchait pas d'agir à son niveau au quotidien.

D'une manière générale, nous avons pu observer à la lecture des résultats que nos informants ont envie d'être au cœur du changement. Tout ce que nous avons pu voir émerger du corpus jusqu'à présent concourt à mettre en lumière la nécessité pour eux d'être acteurs, qu'ils ne peuvent envisager de ne rien faire. C'est ce qui les différencie des autres jeunes qui ont aussi le plus souvent intégré les problématiques environnementales mais qui, découragés par l'ampleur de la tâche et les sacrifices qu'ils anticipent, préfèrent conserver leur mode de vie (Ojala, 2018). Ainsi, il ressort de nos données que nos jeunes éco-concernés ambitionnent de jouer un rôle et d'y consacrer beaucoup d'énergie à l'image de Guillaume qui pourtant considère qu'il n'a pas de responsabilité particulière :

*« Mon propre sort ne me fait ni chaud ni froid mais derrière j'essaierai à fond pour aider les gens, tant que c'est en mon pouvoir. »* (Guillaume, 21 ans)

Les résultats nous apprennent que bien souvent, comme dans le reste de leur vie quotidienne, nos informants recherchent de la consonance. Les verbatims montrent que leur besoin d'agir, de s'engager participe à leur estime de soi (comment ils s'évaluent) dans la construction de leur identité d'éco-concernés qui, dans leurs propos du moins, n'est pas forcément liée au regard d'autrui. Ce besoin de se réaliser et de se valoriser par la conviction d'être un acteur du changement peut être également un moyen de compenser une certaine « faiblesse identitaire » (Özçağlar-Toulouse, 2005).

*« J'aimerais vivre en accord avec mes valeurs ; mon rêve c'est de vivre à la campagne, les animaux, la forêt, je pense que vous avez compris. Mais je pense que pour aboutir mes rêves et mes envies complètement j'aimerais participer au changement de paradigme. »*

***Participer complètement à la transition écologique et sociale, et arrêter la misère dans le monde ; mais ça fait beaucoup de choses.*** » (Cécilia, 19 ans)

Cécilia est partagée entre son désir de vivre simplement, à l'écart de la société de consommation et sa détermination à participer au changement. Nous l'avons constaté dans d'autres entretiens, certains jeunes font face à ce dilemme. Pour Noé, en revanche, il est crucial de faire le maximum aujourd'hui pour assumer demain, c'est aussi apparemment une question de santé mentale :

*« Si un jour j'ai des enfants, je veux les regarder dans les yeux et leur dire voilà, on a un peu merdé, j'ai fait tout ce que j'ai pu pour éviter qu'on merde. Et j'ai besoin de ça, j'ai absolument besoin de ça. Je ne me vois pas aller contre ce sens-là, honnêtement. »* (Noé, 25 ans)

Par conséquent, comme nous avons pu le relever au chapitre précédent, une partie de nos informants a choisi ses études en fonction de son engagement ou comme Noé, son entreprise. Une grande partie de notre échantillon étant encore étudiante ou lycéenne, les choix professionnels ne sont pas encore stabilisés. Il se dessine toutefois, et cela paraît logique, une certaine aversion pour les grandes entreprises, même si, comme le reconnaît Edgar, elles représentent une forme de sécurité et de confort :

*« En étant très schématique mais forcément en travaillant dans des entreprises privées, on a plus de confort, on gagne mieux sa vie et ça permet d'avoir un confort matériel qui est meilleur mais en même temps je ne suis pas du tout adepte du modèle économique des grandes entreprises. Et je trouve que c'est quelque chose qui va à l'encontre de mes valeurs, et je n'ai pas envie de travailler pour une institution dont le but principal c'est produire du profit et exploiter l'environnement pour produire des profits. »* (Edgar, 22 ans)

Océane, en fin de formation ingénieur, quant à elle a une vision assez originale basée sur ses expériences de stage :

*« J'aimerais ne pas être embauchée dans des entreprises qui ont déjà cette sensibilité-là. J'ai fait l'expérience une fois en stage et en fait, je m'embêtais. Je n'avais pas de challenges, tout était déjà fait. Et donc du coup, c'était beau, bien, mais ça ne me convenait pas. Je suis en stage à la SNCF où il y a beaucoup de choses à faire au niveau de l'environnement. C'est ce style-là d'entreprises que j'aime et c'est dans ces entreprises là que j'aimerais travailler. Je sais qu'il y a des choses à faire, je sais que derrière, il peut y avoir des moyens. Ça peut être juste une question d'habitude ou une question de voir les choses. Et du coup pour moi c'est un challenge, et c'est ça pour moi que j'ai envie de construire dans le futur. Et c'est vraiment travailler sur les pollutions et l'aménagement quand il y a des travaux. »* (Océane, 25 ans)

Océane ne se sentira utile que si elle a des défis à relever. Elle exprime une préférence pour des entreprises où elle pourrait changer les choses « de l'intérieur ». La SNCF est toutefois un exemple particulier car publique avec des objectifs de transition écologique déjà marqués. Nous n'avons aucun informant ayant exprimé son envie de travailler chez Total ou Coca-Cola... la tâche s'avérerait trop difficile. Nos résultats montrent également que nos informants ont choisi

des cursus qui les amèneront vers des professions qui selon eux, leur permettront d'amener l'écologie au centre du débat public : journalistes (Erwan, Jude), chercheurs (Marion), conférenciers (Edouard), ...

Parallèlement, notre analyse met au jour le fait que nos informants ont déjà réfléchi à leur cadre de vie futur. Pour Baptiste, par exemple, il n'est plus question de vivre au quotidien avec des gens qui ne sont pas dans la même démarche que lui, ce qui rejoint notre analyse sur les communautés resserrées de pairs et l'appartenance à un groupe qui sous-tend des représentations communes (Saint Martin, 2013 ; Özçağlar-Toulouse, 2005) et toujours dans un besoin de consonance :

*« Je pense que si je suis amené à habiter à 2 ou plusieurs, si j'ai des enfants, j'aimerais bien évoluer dans le sens où **tout mon foyer serait un peu engagé**, que les personnes qui habitent avec moi aient conscience du problème et soient en paix avec elles-mêmes. Je me vois mal cohabiter avec des gens climato-sceptiques. Je pense que c'est ça mon évolution. »* (Baptiste, 19 ans)

Nos données expriment une certaine appétence pour la vie à la campagne et la recherche d'autonomie énergétique et alimentaire comme Gaspard, qui a des idées bien précises mais qui reconnaît aussi que ses envies sont quelques peu idéalistes :

*« Moi j'ai pas mal de projets, alors ça se bouscule beaucoup, je ne sais pas encore ce que je veux faire exactement. Mais disons on va partir du fait que quand j'aurais fini mes études, j'aimerais **ne pas m'installer en ville**, ça c'est sûr et certain. Mais je sais que ça va être compliqué pour trouver, parce qu'on dit souvent, c'est la vérité hein, qu'en ville, on trouve beaucoup plus de travail qu'à la campagne. J'habite dans une maison actuellement, mais mes parents ont un terrain en fait à côté d'un lac que je trouve magnifique. Donc ce que je voudrais m'installer sur ce terrain, avoir une maison, alors **un peu utopique hein, mais voilà, ce sont mes projets**. J'aimerais bien avoir **une maison qui soit autosuffisante** en termes énergétique, pas forcément besoin de se raccorder à telle chose, de la récupération de pluie tout ça, sur l'autosuffisance en général, à acheter le moins possible en supermarché. Même j'avais réfléchi parce ce que je pense que l'union fait la force, **pourquoi pas aller habiter dans des écovillages**. »* (Gaspard, 20 ans)

Nous avons été assez étonnée par la proportion de nos informants tentée, comme Gaspard, par les écovillages ou éco-lieux. Dans la littérature, les écovillages sont définis comme des communautés utopiques créées de manière intentionnelle en réaction au paradigme social dominant et basées sur des systèmes alternatifs de production et de consommation (Casey et al., 2020 ; Lockyer, 2017). Les différentes communautés ont des fonctionnements spécifiques mais privilégient le plus souvent la propriété commune et le partage des compétences. Leurs adeptes prônent des modes de vie proches de la nature et dans le respect de tous les êtres vivants

à l'image d'Eotopia en France étudiée par Marchais (2023). Le caractère utopique est ici envisagé dans sa dimension anticipatrice et émancipatoire du capitalisme (Casey et *al.*, 2020).

Zakaria, par exemple, plébiscite ce concept, et projette même d'en créer un lui-même :

*« J'essaierai pourquoi pas de **créer un éco lieu** pour subvenir aux besoins alimentaires et en eau potable pour tout le monde, pour une population. Parce que par la suite ça va être compliqué de vivre en ville, notamment pour l'approvisionnement alimentaire et en eau potable, et faire en sorte que **tout soit local, faire des systèmes de permaculture**. Il y a beaucoup de métiers manuels, **faire une autre société en écovillage**. »* (Zakaria, 23 ans)

Nos informants sont séduits par l'image qu'ils nous décrivent des écovillages : des endroits communautaires, sans hiérarchie, où l'on prend le temps et où l'on redécouvre des savoirs manuels et où tout est partagé dans un mode de vie très sobre, proche de la nature.

Ce n'est cependant pas le cas de tous car certains de nos informants sont très urbains et reconnaissent que la vie en ville présente des avantages en matière d'offre culturelle notamment. Jeanne, de son côté est tiraillée entre son envie de découvrir des méthodes agricoles traditionnelles et sa vie sociale :

*« Actuellement je me pose des questions. Je veux plus aller vers l'agronomie mais je ne sais pas si à terme je ne ferai pas directement du maraichage ou une activité comme ça. Dans ce scénario-là ce sont des activités qui prennent pas mal de temps au quotidien. Après, est-ce que je serai en ville, à la campagne ? **Ce n'est pas évident**, ça dépend de la situation, mais **j'aimerais bien être à la campagne, avoir un jardin où je fais pousser des choses, être proche de la nature**. J'essaie d'imaginer **par rapport aux liens sociaux, tout ça, ce n'est pas facile**... parce que pour l'instant **je n'ai pas envie de m'isoler complètement de la société**, notamment parce qu'il y a quand même des intérêts, la culture, les amis, la famille. Du coup on reste quand même dépendant du système. Et au-delà de ça la vie qu'on a fait qu'il y a plein de savoir-faire qui n'ont pas été transmis, et on ne peut pas dire du jour au lendemain je suis indépendante. Il y a ça aussi. »* (Jeanne, 19 ans)

Nous retrouvons en partie ce dilemme chez d'autres informants qui jugent que la société est incompatible avec leurs idéaux et sont tentés de se mettre en retrait pour vivre complètement en accord avec leurs valeurs - en écovillages notamment mais qui veulent aussi faire porter la voix des éco-concernés, faire bouger les choses. C'est le cas de Clémence, attirée par la désertion :

*« Je suis un peu perdue sur ce côté-là, j'essaye vraiment de voir la fin de mes études, parce que vraiment je suis très intéressée par tout ce qui est politique et **pouvoir avoir de l'impact**. Mais en même temps, **je suis très attirée par le fait d'être marginalisée un petit peu**, c'est très extrême **les deux, sont complètement à l'opposé**. Mais de tout simplement **avoir une vie simple, la plus sobre possible, et d'un côté, se battre jusqu'au bout pour des changements**. Mais en même temps ça veut dire rester dans cette société. De devoir*

*correspondre quand même à certaines normes, et peut-être que ce n'est pas complètement la personne que je suis, peut-être que je ne serai jamais complètement heureuse, alors que si je suis complètement marginalisée peut-être que je peux trouver plus de bonheur à l'être. Enfin, vraiment je suis perdue entre ces deux-là. Parfois j'ai envie de tout quitter, parce que je me dis c'est fichu, vraiment, je préfère m'adapter un maximum toute seule, et puis vivre le plus simplement possible, rejoindre des écovillages, c'est vraiment une vie qui me tente beaucoup. Et d'un autre côté, il y a le fait de, le moins risqué quoi, de continuer mes études, d'essayer d'avoir un impact, de changer les choses. Voilà, enfin, je ne sais pas comment je veux évoluer en fait, je suis perdue entre ces deux personnages là, je ne sais pas. Des personnes qui quittent tout pour aller dans un écovillage, pour moi c'est du courage, c'est vraiment quelque chose que j'admire, parce que parfois bien j'y pense à ce mode de vie là. Je ne repousse pas du tout cette idée. Peut-être qu'un jour j'irai dans un écovillage, mais pour l'instant là je suis dans mes études et je n'ai pas le courage de quitter la société on va dire. » (Clémence, 20 ans)*

Même s'ils ne le manifestent pas de façon aussi explicite et si tous ne sont pas tentés par les écovillages, nos informants ont tout de même à l'esprit cette difficulté à concilier des valeurs de sobriété, de simplicité et les exigences de la société. Nous verrons dans la section suivante que leur espoir est que de nouveaux récits voient le jour. Avant de nous y attarder, nous avons souhaité parler avec eux de la question des enfants en particulier car c'est un champ de recherche relativement nouveau dans notre discipline (e.g Collet et Gorge, 2021) et que la presse la présente comme une préoccupation grandissante de la jeunesse<sup>165</sup>.

### 2.3 Des regards divergents sur la question des enfants

En 2023, chez les jeunes, fonder une famille n'apparaît plus comme une évidence. Même si la culture française reste profondément nataliste (Dubus et Knibiehler, 2019) la question de la parentalité a évolué en particulier avec l'irruption des incertitudes environnementales dans le débat (Helm et al., 2021). Nous entendons assez souvent autour de nous que « les jeunes ne veulent pas d'enfants pour des raisons écologiques » et il nous a de ce fait semblé logique de poser la question à nos informants. De nos données se dégagent les trois cas de figure possibles (oui, non, peut-être). Nos informants sont donc divisés sur cette question mais nos résultats révèlent qu'ils se sont tous à un moment posé la question et que pour certains leur choix a évolué.

---

<sup>165</sup> Par exemple : « Ces jeunes qui refusent d'avoir des enfants, entre acte écologique et angoisse de l'avenir » Le Monde 02/09/20

Comme différentes études l'ont souligné (Dubus et Knibiehler, 2019), bien souvent la question écologique n'est pas l'unique raison du refus d'avoir des enfants mais vient renforcer une conviction déjà ancrée. C'est le cas de Maïté ou de Mathieu par exemple :

« *Après ça entraîne quand même beaucoup de questions, tout ce qui est environnement, mais non de base c'est plutôt non.* » (Maïté, 21 ans)

« *Non nous on ne veut pas du tout d'enfants.*

*On a un avis souvent mal vu, qu'on considère à l'opposé de ce qu'il faudrait faire actuellement. Déjà parce que le monde actuel d'un point de vue environnemental, politique ou autre, c'est un monde un peu difficile. Il ne faut pas non plus arrêter d'en faire, on ne pense pas ça, mais déjà limiter, et leur donner une éducation peut-être différente, plus axée sur l'autonomie et tout ça. Donc non on en voudrait pas du tout. Après on peut l'éduquer en fonction bien sûr et faire un maximum, il faut quand même le faire, mais voilà, nous, sachant que ce n'est pas vraiment notre objectif de base, on a décidé qu'on pourrait s'en passer.* » (Mathieu, 25 ans)

Le verbatim de Mathieu illustre à quel point ce choix est difficilement compris par l'entourage et la société en général (Helm et al., 2021). Mathieu et sa compagne ne sont pas prêts aujourd'hui à assumer la charge d'un enfant et les difficultés qu'ils évoquent viennent étayer leur choix. Ce passage fait également référence à l'éducation qu'il faudrait donner aux enfants, sous-entendant les valeurs environnementales à transmettre. Ce point ressort de manière assez saillante dans les verbatims des informants qui après s'être interrogés sont finalement ouverts à l'idée de devenir parents.

« *Je pense qu'avoir au moins un enfant ça peut être raisonnable. J'ai peur que s'il y a trop de personnes consciencieuses qui ne veulent pas faire d'enfants parce que justement elles sont au courant de ces choses-là, et bien la démographie va augmenter mais avec des cons j'ai envie de dire. Si j'en ai la volonté, ce serait pour en faire de quelqu'un de meilleur et positif. Faire un enfant c'est une énorme empreinte écologique, mais si on en fait une personne éduquée, épanouie, consciente et consciencieuse, si elle arrive à convaincre 2500 personnes dans toute sa vie, de changer, ben en fait ça vaut le coup/coût.* » (Edouard, 24 ans)

Pour Edouard, donc, avoir des enfants et les éduquer dans la conscience environnementale est un gage de continuité de l'engagement, une manière de lutter contre le déni et l'inaction. C'est un peu la même idée que défend Baptiste :

« *C'est lointain mais je pense que j'ai envie d'avoir des enfants, ça changera ou pas, ce n'est pas un monde dans lequel on souhaite en avoir. C'est pour ça qu'on fait aussi des efforts au quotidien, pour les générations futures. Déjà que là c'est la cata, qu'est-ce que ça va devenir... Donc oui j'imagine en avoir, mais pour le coup ils seront éduqués à la cause environnementale.* » (Baptiste, 19 ans)



Les propos de Baptiste rejoignent une des idées développées par Spinhirny et Wallenhorst (2023) selon laquelle c'est en songeant aux générations futures que les jeunes auront envie de se battre. En ayant cette perspective des enfants à venir, les jeunes générations peuvent trouver la motivation pour changer leurs comportements. C'est également pour cela que Jonas (1990) nous engage à choisir de perpétuer l'espèce humaine.

Salomé voit les choses autrement :

*« Je pense que moi pour l'instant dans mon optique je ne veux pas faire d'enfant, **je préfère en adopter ou ne pas en avoir** parce que je me dis, **les générations passées et la mienne ont fait énormément de bêtises et je veux pas que la génération suivante le subisse.** Et il y a des enfants qui ont besoin de parents »* (Salomé, 17 ans)

Salomé qui pense que les générations passées ont une forte responsabilité dans la crise écologique ne veut pas en imposer les méfaits à d'autres générations. C'est un sentiment de culpabilité finalement qui l'anime et elle envisage éventuellement d'adopter dans une manière de compenser. C'est cette même appréhension d'un monde futur peut être de plus en plus difficile à habiter qui, bien qu'elle ait changé d'avis sur le fond fait encore douter Coralie :

*« En fait, au départ je ne voulais pas avoir d'enfants, il y a un ou deux ans je ne voulais pas d'enfants. Maintenant j'aimerais bien en avoir mais **je pense que j'y réfléchirais vraiment à deux fois**, même à 6 fois avant d'en avoir ... Oui je vais y réfléchir à deux fois parce que déjà si on est dans un monde où il y a par exemple un nouveau Covid, chaque année, on reste toujours cloîtré à la maison, on doit toujours se faire vacciner, **qu'on ne puisse rien faire et qu'il y ait des épidémies, une température extrême, bah ce n'est pas un monde ultra ouf.** »* (Coralie, 17 ans)

Ces verbatims reflètent les peurs, les doutes, les espoirs et les questions de nos informants pour leur propre avenir. Le monde tel qu'ils le voient se dessiner ne leur permet pas d'avoir de certitudes sur de nombreux sujets et la pandémie est venue parfois renforcer cet état.

Nous allons dans la prochaine section élargir notre champ d'observation et explorer pour clore cette partie résultats leur vision de l'avenir de la société.

Conscients de leurs limites et des options qui leur sont actuellement accessibles, nos informants assument une certaine forme d'imperfection. Ils ont toutefois la volonté de progresser vers davantage de sobriété et d'engagement. Bien qu'ayant parfois des difficultés à se projeter dans l'avenir, les discours recueillis font apparaître une détermination à être un des moteurs du changement. Cette volonté de vivre en cohérence avec leurs valeurs et de montrer la voie en amène certains à considérer la possibilité de s'insérer dans des systèmes alternatifs tels que les écovillages.

Pour ce qui concerne la parentalité, les avis divergent mais pour ceux qui envisagent d'avoir des enfants, il sera crucial de les éduquer dans le respect de la cause écologique.

Dans la logique de ce qui précède, nous terminerons ce chapitre par une section consacrée à leur vision plus globale de l'avenir de la société et des aspirations à de nouveaux récits que cela leur inspire.

### Section 3 : Une perception sombre de l'avenir qui enjoint à de nouveaux récits

---

La littérature a montré comment les perceptions temporelles, et plus particulièrement chez les jeunes, leur futur imaginé, façonnent les comportements présents (Weinberger et *al.*, 2017). Nos informants ont de l'avenir une vision assez morose. Cette anticipation pessimiste conforte paradoxalement chez eux l'envie de se battre et renforce leur engagement. Nos résultats expriment leur conviction que faire de la sobriété une nouvelle réalité est un futur désirable qui doit rompre avec les imaginaires associés à l'hyperconsommation mais aussi que le déni et la peur sont des freins puissants au changement de paradigme. Dans un souci de bien-être et de respect de la planète, ils sont persuadés que leur génération a le devoir d'agir.

#### 3.1 Un diagnostic sombre qui renforce la nécessité d'agir

Nos données laissent transparaître que la vision de l'avenir de la planète qu'ont nos informants est plutôt sombre. Ils envisagent peu d'amélioration et sont généralement pessimistes sur cette question à l'image de Théo et de Clémence :

*« Je vis dans l'idée que **le pire scénario est beaucoup plus probable que le meilleur**, c'est une résilience que j'ai faite. »* (Théo, 22 ans)

Si le discours de Théo est assez fataliste, celui de Clémence fait ressortir davantage de peur et d'appréhension :

*« Je suis assez pessimiste par rapport à notre avenir, et on va dire que je suis un peu anxieuse en fait, et après **j'ai des discours vraiment alarmistes, de collapsologues quoi.** »* (Clémence, 20 ans)

La collapsologie ou thèse de l'effondrement des sociétés humaines a été développée en France par des auteurs comme Pablo Servigne<sup>166</sup> et connaît un écho assez important dans la population (Cassely et Fourquet, 2020). Plusieurs de nos informants ont mentionné au cours des entretiens avoir lu des écrits à ce sujet (dont Théo).

Si ces deux verbatims reflètent un état d'esprit pessimiste assez répandu chez nos informants, et révélateur de leur pensée profonde, ils ne mettent pas en lumière les manières de faire face à cette réalité difficile. Sur ce point également, une forme de consensus se dessine qui finalement reflète l'ensemble des données que ce travail doctoral a collecté. En effet, même si les façons

---

<sup>166</sup> « *Comment tout peut s'effondrer : petit manuel de collapsologie à l'usage des générations* » P. Servigne et R. Stevens (2015) Paris, Seuil

de l'exprimer peuvent différer, ce qui ressort des résultats est une volonté de continuer à s'engager et l'importance accordée à l'action « pour tenir le coup », de ne pas se décourager face à des perspectives négatives. C'est ce que nous explique Ninon :

*« Les moments où je ne fais rien, je pense que certains vont appeler ça éco-anxiété, j'ai l'impression qu'il n'y a pas de futur, qu'on ne va jamais y arriver, que les politiques ne feront jamais rien, que l'humanité est mauvaise en soi... Enfin je vais tourner dans un cycle hyper négatif et je vais me dire que du coup mon existence n'a aucun sens. Alors que si je le transforme autrement, **il y a quand même des choses à faire**, de la poésie, de l'amour, du mieux dans le mal à faire. En fait c'est super difficile, **on sait qu'on ne va pas y arriver**, objectivement on ne va pas arriver à maintenir des conditions vivables pour tout le monde, en tout cas tel que c'est aujourd'hui. **Mais on peut arriver à faire le moins pire possible**, il faut gratter le mieux. Du coup **c'est assez bizarre de se battre pour un idéal qui est un moins pire**, ce n'est pas très joyeux, mais c'est déjà mieux que de penser qu'on ne va jamais y arriver. »*  
(Ninon, 24 ans)

Le verbatim de Ninon reflète des sentiments contradictoires face aux défis environnementaux auxquels l'humanité doit faire face. Elle exprime à la fois des désillusions assez marquées mais aussi qu'il faut continuer à chercher des solutions, même marginales. Toute la complexité de l'engagement des éco-concernés est contenue dans ces propos. Pour Guillaume également, il est peu probable de pouvoir remédier aux défis climatiques de manière significative mais il est prêt à s'engager dans des actions sur un mode altruiste même s'il doute de l'impact global.

*« Pour moi **de toute façon c'est foutu**, on peut limiter la casse. **Je ne suis même pas sûr que ça change grand-chose**, enfin si, faire des efforts ça peut changer. Mais d'un autre côté je me dis s'il y a des gens qui veulent absolument se battre et tout ça je me dis c'est bien. **C'est aussi pour ça que je fais des efforts, je ne vais pas juste les regarder**. S'ils me disent fais ça, ok pas de souci je fais ça si on réussit à sauver la planète tant mieux je vais t'aider, mais pas pour moi spécialement. »* (Guillaume, 21 ans)

Guillaume se décrit lui-même comme pessimiste mais résigné et l'on note également dans cet extrait toute la complexité de l'engagement. Finalement, ce qui est ici notable est que la menace écologique, les visions alarmistes auxquelles nos informants souscrivent ne les conduisent pas à l'immobilisme. L'angoisse chez les éco-concernés n'est pas pétrificatrice.

D'autres de nos informants ont des pensées moins noires et tentent de garder une forme d'optimisme. C'est cette lueur d'espoir qui mobilise Océane par exemple :

*« Mais je ne suis pas démoralisée au point de me dire « je ne fais plus rien », **je garde cet espoir là au fond de moi**. »* (Océane, 25 ans)

Plus optimiste, mais réaliste et lucide Noé reconnaît l'ampleur du défi tout en demeurant déterminé :

« Je suis à mon avis pragmatique. C'est-à-dire que d'abord je regarde les courbes, aujourd'hui le 20 octobre où ça en est. Là, le 20 octobre, les courbes des élévations de températures, d'émission de CO<sub>2</sub>, etc, etc... **nous emmènent dans un avenir sombre.** Voilà. C'est un constat, c'est clair et net, il n'y a plus besoin de le démontrer. Mais **je mettrai toute mon énergie** en tant que citoyen et individu, pour essayer de renverser cette tendance-là. Je vais vous faire une métaphore. Pour moi, **on est dans un match de football, on en est à la mi-temps, on est en train de perdre 10 à 0, mais la seconde mi-temps elle arrive et bien on va se bouger tous ensemble pour essayer de mettre des buts.** Voilà mon état d'esprit. » (Noé, 25 ans)

Qu'ils soient fatalistes, pessimistes ou volontairement optimistes, nos informants ont la détermination de continuer à agir et progresser dans la sobriété. Si les actions individuelles prennent pour eux tout leur sens, ils n'en attendent pas moins des changements sociétaux initiés par les citoyens eux-mêmes ou les institutions.

### 3.2 Un besoin exprimé de changer les imaginaires de consommation

Les sociétés humaines existent à travers les imaginaires ou symboles qui orientent la vie quotidienne (Bouchet, 1994). Changer leur configuration aurait des conséquences sur tous les êtres vivants. Les idées de narrations, les récits et les imaginaires sont assez présents dans nos données. Ils nous orientent vers l'idée de la construction d'un nouveau régime de réalité (Martuccelli, 2014), d'un nouvel imaginaire centré sur l'écologie, une « entrée dans l'ère écologique » au sens de Morin (2020). Dans un article portant sur la sobriété numérique, Mellot et al. (2022) ont désigné ce nouveau cadre de référence moral par « l'hyperbien écologique » porté par la conscience de la crise écologique, les réflexions politiques et la constitution d'instances dédiées (COP, sommets, Convention citoyenne pour le climat...). Ce nouveau régime, nos informants l'appellent de leurs vœux comme Victoria qui préconise d'instituer de nouvelles normes sociales :

« Je pense **qu'il faut leur vendre un autre modèle de société**, parce que là on a des étoiles dans les yeux quand on pense à Dubaï parce qu'on nous vend que Dubaï c'est incroyable. **Depuis tout petits on est biberonnés à ça**, on se dit qu'on aura une vie réussie quand nos placards seront pleins et quand on aura le plus haut statut social dans l'entreprise, pour pouvoir dire dans les repas de famille qu'on a décroché tel job. Et ça c'est des schémas qu'on nous met dans la tête depuis tout petits ; donc **déjà si on change cet idéal**, naturellement on va aller vers autre chose. **Quel récit on décide de nous raconter aussi ?** parce qu'effectivement quand nos parents ne nous sensibilisent pas à ça, quand à l'école on ne nous sensibilise pas à ça, quand notre entourage n'est pas réceptif à tout ça, et que juste nos amis nous disent : « venez cet été on prend une semaine à Dubaï, » on ne va pas dire « non j'y vais pas parce que telle ou telle raison » ; on a envie d'y aller aussi, et **on a envie d'être intégré en société**, donc forcément **on a envie de coller à ce qui marche, coller à ce qui paraît bien**, pour se sentir exister.

*Et du coup, je pense que c'est tout un nouveau récit à inventer. Dire on vous a toujours vendu ça, les pubs on vous a toujours montré ça, mais **c'est pas ça le bonheur, c'est pas ça la vie, c'est pas ça qui vous épanouira.** Au contraire c'est ci, et ça, donc dessiner autre chose pour qu'on ait envie d'y aller ensemble. » (Victoria, 23 ans)*

Martuccelli (2014) s'est interrogé sur l'hégémonie de l'économie dans les modes d'interprétation du monde et des imaginaires qui en découlent et encourage ses lecteurs à s'interroger sur le possible et l'impossible des sociétés actuelles. Victoria, dans cet esprit, nous invite à remettre en question le récit dominant fondé selon elle sur des illusions, des attentes matérialistes et superficielles. Elle dénonce l'influence de la société de consommation sur les aspirations des individus. Pour Victoria, les sources d'épanouissement sont ailleurs, il faut rechercher d'autres sources d'inspiration, d'autres modèles d'appartenance, opinion que partage Zakaria :

*« En fait les gens n'arrivent pas à visualiser généralement où on pourrait **aller autrement que dans la société actuelle, et il faut donner un autre modèle souhaitable** qui donne envie, Il faut un message d'action... de leur dire aussi que **si on n'agit pas on fait partie de ce système, qu'on ne veut pas que les choses changent.** » (Zakaria, 23 ans)*

Pour nos informants il s'agit bien de repenser les valeurs et les conceptions implantées dans l'esprit des individus, de changer d'idéal. Clémence nous donne des exemples de ce qu'elle entend par ces nouveaux récits :

*« Il faudrait **essayer de faire plus rêver** peut-être d'un autre monde. D'un monde, où il n'y aurait plus de streaming intensif, mais à la place on ferait autre chose, on pourrait tous ensemble, je sais pas, se retrouver faire du foot dehors. Parfois dans des films, ça me donne vraiment envie quand je vois des maisons faites seulement, je sais pas en bois, où tout est bien organisé, tout est bien relié, transport en commun, plus de bouchons de voitures... Enfin, il faut **essayer de faire rêver à d'autres choses.** On parle **d'imaginaire collectif.** Je pense que c'est comme ça qu'on peut le plus avancer. » (Clémence, 20 ans)*

Ces verbatims illustrent le souhait de trouver une alternative à la société actuelle, une voie plus respectueuse des limites planétaires et plus cohérente de voir le monde. Nous retrouvons ici l'idée de rechercher des stratégies collectives de consommation, ce que Carfagna et al. (2014) ont appelé un « éco-habitus ». Cet *habitus* écologique traduit la manière dont les consommateurs, plutôt identifiés comme ayant un fort capital culturel, intègrent à leurs pratiques des considérations environnementales. Ainsi, il s'agit d'imaginer le futur, comme le font nos informants de manière sombre, pour tenter de revoir les comportements actuels (Weinberger et al., 2017). C'est exactement la vision de Victor :

*« Bah, je pense que l'être humain est assez égoïste. En vrai, on se rend bien compte que rien ne va. C'est un peu la goutte de trop, c'est un peu la planète qui me dit voilà quoi. Tout le monde dit on doit garder un train de vie normal, comme avant. En fait on ne veut pas se voir après, on veut se voir avant. Alors que je pense qu'on devrait se voir après. » (Victor, 18 ans)*

Les données font apparaître que l'éco-habitus tel qu'il est envisagé par nos informants est fondé sur la sobriété et que dans leur esprit ce n'est plus une alternative mais une obligation. Pour Edouard, réduire l'empreinte écologique de chacun et redéfinir le modèle économique devrait conduire au bonheur mais pour l'atteindre une dose de coercition est de mise :

*« Il va falloir décroître et avoir un visage sobre. » (Edouard, 24 ans)*

Lou partage cet avis mais elle évoque les efforts à fournir et la peur est un frein au changement chez les non-éco-concernés :

*« Je me dis que **ce n'est plus réellement une question de choix** comme si l'on pouvait choisir entre 2 matières de cours par exemple. **Savoir si on en a envie ou pas, ça n'est plus la question** à se poser car on sait tous la réponse. On décide juste de ne pas y répondre pour ne pas se confronter à la réalité des faits. Mais ils sont bien là.*

*Par exemple les changements climatiques et tout, **on sait qu'on doit changer notre mode de vie** mais on ne bouge pas le petit doigt. On nous donne tous les outils pour changer, mais on fait pas grand-chose non plus. Je pense que la plupart ont peur, ils sont bien dans leurs habitudes, du coup les changer c'est comme si c'était inimaginable. Changer la mentalité des gens c'est **sortir de sa bulle de confort** et prendre la pelle et le râteau et aller travailler. » (Lou, 19 ans)*

Nous pouvons, à l'aune de ces résultats, considérer que nos informants souhaitent que le récit capitaliste dominant laisse la place à un imaginaire soucieux des limites planétaires, que les citoyens adhèrent à un idéal de sobriété. Ils sont prêts à montrer la voie et à motiver les autres jeunes. Ninon nous propose un début de solution :

*« Je pense que le truc que je vois le plus c'est le déni d'une part mais **chez les jeunes il y a une forme d'abandon, parce que c'est pas possible, c'est infaisable**, donc autant faire en sorte nous d'être heureux. Mais le truc qui fait sortir de l'abandon en général c'est **côtoyer des gens motivés, passionnés** par ce qu'ils font. Et Camille, la militante avec qui je travaille mais qui est aussi mon amie, je la trouve hyper impressionnante sur ça parce qu'en fait ses discours c'est juste des discours de mobilisation, pour moi **c'est comme un discours d'avant match, ça donne envie de se battre, et ça marche**. Et du coup je pense qu'on a **besoin de discours d'avant match**. » (Ninon, 24 ans)*

En utilisant une métaphore sportive, dans le cas de Ninon il s'agit du rugby, ce verbatim insiste sur l'importance de l'engagement auprès des jeunes pour les convaincre de ne pas renoncer, d'essayer d'éviter le pire. Même s'ils admettent que seuls ils n'y arriveront pas, être jeune signifie pour eux avoir la responsabilité morale d'agir.

### 3.3 Être jeune et éco-concerné·e, c'est être responsable pour l'avenir

Nos données concourent à dessiner chez nos informants un sentiment de pouvoir mais aussi de devoir agir à la fois individuellement et collectivement dans un objectif de cohérence entre les valeurs et les actes. Ces éléments sont, selon Salles (2009) l'un des ressorts de la responsabilité individuelle. Pour Jonas (1990) cette responsabilité devant l'avenir, s'incarne dans un « *tu peux donc tu dois* ». Cette injonction, nos informants l'assument d'abord par ce qu'ils considèrent qu'ils sont les plus concernés comme nous le dit Louise :

*« Vu mon âge et tout ce qui se passe, cela dépend de nous, **c'est nous qui allons faire la génération suivante**, on en parle beaucoup. Je trouve que c'est très difficile d'être écouté réellement quand on est jeune. **On n'a pas forcément notre mot à dire alors que justement c'est nous que ça concerne.** Pour l'instant c'est assez compliqué de se dire qu'on a un vrai impact, c'est plus sur la consommation que je peux avoir un impact pour l'instant. C'est plus facile pour l'instant de faire des actions à l'échelle individuelle mais la réalité c'est qu'il faut aussi avoir des actions à une échelle plus grande. »* (Louise, 20 ans)

En effet, et nous l'avons vu en introduction avec le graphique du GIEC (annexe 1), les jeunes sont les populations qui auront le plus à souffrir des changements climatiques. Les personnes nées dans les années 2000 devront faire face à des températures extrêmement élevées dès 2050 si les choix effectués aujourd'hui ne vont pas dans le sens d'une réduction drastique des émissions de gaz à effet de serre<sup>167</sup>. C'est ce qu'a compris Zakaria :

*« En tant que jeune **on porte l'avenir un peu sur nos épaules** et si on agit pas, on se sent irresponsable avec une culpabilité de ne pas agir pour le bien commun et le bien de soi-même. **Je tiens à tenir cette responsabilité.** »* (Zakaria, 23 ans)

Le verbatim de Zakaria reflète une prise de conscience profonde de la responsabilité des jeunes pour façonner l'avenir. Il met également en évidence la conscience sociale et la prise en compte des intérêts communs. En utilisant une analogie avec un objet qui nous est confié, Lou exprime, comme Zakaria, sa conscience de sa responsabilité devant l'avenir :

*« **Je me sens responsable car je vis dans ce monde, sur cette planète.** Je lui emprunte une partie pour ma durée de vie comme beaucoup d'autres personnes avant, en même temps et après. Quand on emprunte un objet à quelqu'un on doit lui rendre dans le même état que lorsqu'il l'a prêté. Là c'est pareil, **cette terre n'est pas à moi donc il est normal de la respecter.** Je lui suis redevable en quelque sorte.  
En tant que jeune, la nouvelle génération comme on peut dire, avec tout ce que l'on sait à l'heure actuelle, **ne pas agir ne serait-ce qu'un peu, s'intéresser, est inconcevable pour moi.** C'est fermer les yeux sur quelque chose qui nous touche tous, **c'est être aveugle.** »* (Lou, 19 ans)

---

<sup>167</sup> Climate change 2023 Synthesis Report, Summary for Policymakers GIEC (IPCC, 2023)



Lou considère qu'en ayant accès à la connaissance, tel que nous l'avons montré au chapitre précédent, elle ne peut occulter cette responsabilité face à l'avenir et que ce sont ses actions actuelles qui seront déterminantes. Nous avons relevé sur Instagram (matériau 27), l'expression de cette idée de préserver la planète, de « bien la traiter » pour que l'humanité puisse continuer à y vivre et qu'il est aussi temps d'agir.

### Matériau 27 - Il est temps d'agir pour préserver la vie sur Terre



Time for the Planet - Instagram 19/08/22

Les jeunes que nous avons rencontrés sont à peu près tous persuadés d'avoir un rôle à jouer, une responsabilité à exercer, certains évoquent même « une obligation ». En revanche, et déjà le verbatim de Louise le mentionnait, ils ont le sentiment de n'être ni écoutés ni entendus. Les dernières élections présidentielles ont laissé un goût amer parfois et notamment chez Océane :

*« Dans les sondages la majorité des jeunes votent pour des personnes qui avaient dans leur programme des choses autour de l'écologie, et se retrouver au deuxième tour avec ces candidats-là, je ne comprends pas. Et je ne comprends pas : on vote pour l'avenir et que les jeunes n'aient pas plus de place dans ces élections. » (Océane, 25 ans)*

Ainsi c'est un sentiment de décalage avec les générations précédentes qui prévaut quelquefois. Si tous ne l'expriment pas toujours explicitement, nos données convergent vers l'idée que les générations de leurs parents et de leurs grands-parents n'ont pas toujours réagi à la hauteur des enjeux. Edgar par exemple, suggère que ces questions étaient connues depuis un moment et qu'elles arrivent sur le devant de la scène en partie grâce aux jeunes :

*« On commence à se poser énormément de questions, et qu'on se pose enfin après 50, 60, 70 années qu'on le sait déjà, on commence à se poser les bonnes questions, qui commencent à être attaquées sérieusement, et ça je pense que **c'est notamment grâce à la prise de responsabilité, et à l'activité de jeunes de ma génération.** »* (Edgar, 22 ans)

Pour Mathieu les personnes des générations précédentes n'assument pas cette responsabilité et sont un peu dans le déni :

*« C'est souvent les jeunes, principalement les jeunes, **on est forcément plus touchés, et directement.** Plus ça va, plus les jeunes générations vont devoir grandir en maturité avant leur âge. Les personnes plus âgées vont peut-être prétendre qu'elles ont fait leur rôle et que **c'est plutôt à la jeune génération de s'investir pour le futur.** Elles sont moins concernées. Elles ne se rendent pas forcément compte car elles ne vont pas forcément chercher l'information non plus, et pas forcément s'y intéresser. »* (Mathieu, 25 ans)

Coralie est plus virulente et exprime davantage un sentiment d'injustice générationnel devant l'ampleur des défis environnementaux qui, selon elle, sont dus au laxisme des générations précédentes :

*« C'est surtout notre génération qui a un énorme rôle à jouer. Mais je trouve ça un peu nul parce **qu'on récolte un peu les erreurs des anciens, des générations précédentes, on doit tout réparer.** On se prend tous les dégâts. Mais oui, on aura forcément un rôle à jouer. Je pense que **quand les jeunes d'aujourd'hui prendront le pouvoir, quand il y aura un président qui était dans cette génération, et qui sera président, ça commencera à bouger.** Parce que ce président sera de la génération qui a toujours été impactée, et qu'il aura en tête écologie et pas économie. Enfin, j'espère.... »* (Coralie, 17 ans)

Coralie place ses espoirs dans les jeunes générations et dans le fait d'assumer les responsabilités qui leur incombent. Cela est renforcé par le constat que parfois, les jeunes comme Victoria qui partagent leurs préoccupations et leurs visions, rencontrent des difficultés à communiquer avec des personnes plus âgées.

*« **Les personnes qui ont 50 ans, je le vois, elles me disent pour qui vous vous prenez à parler comme ça ? Nous on a toujours vécu comme ça, ça les dérange. Ils ne comprennent pas, ils se braquent, et ces gens-là je ne peux pas les toucher, moins facilement que des gens de 20 ans à qui je peux m'adresser avec mes mots et que je comprends, parce que je suis comme eux.** »* (Victoria, 23 ans)

Ce verbatim met en évidence l'importance du rôle des jeunes éco-concernés pour faire passer le message auprès d'autres jeunes non impliqués car il sera, selon nos informants, plus difficile de mobiliser dans d'autres tranches d'âge.

Les données font apparaître cette conviction forte que les jeunes éco-concernés ont une responsabilité à la fois pour diffuser les messages pro-environnementaux et pour répondre aux défis écologiques mais... nous laisserons le dernier mot à Erwan sur le sujet : « *Je ne suis qu'un maillon, après un maillon qui a été doté de plus ou moins de résistance, mais il ne faut pas se prendre pour Jésus !* » (Erwan, 23 ans)

Même si la majorité de nos informants ne souscrit pas aux thèses de l'effondrement véhiculées par le courant de la collapsologie, leur vision de l'avenir est plutôt sombre. Lucides et réalistes ils considèrent que préserver la des conditions habitables sur la planète relève d'une mission impossible mais n'en demeurent pas moins persuadés qu'il faut continuer à se mobiliser. Nos informants sont décidés à rester engagés pour sauver ce qui peut l'être et surtout rester en cohérence avec leurs valeurs.

Dans cette optique, ils appellent à changer les imaginaires et définir un nouveau cadre de référence écologique qui sortirait la société du consumérisme et imposerait la sobriété comme norme. Nos informants sont prêts à véhiculer ces messages car ils considèrent qu'ils seront les premiers impactés tant par les externalités négatives du changement climatique que par d'éventuelles bifurcations écologiques. Devant les hésitations et l'inaction des générations précédentes, ils sont convaincus que faire changer les choses relève de leur responsabilité morale.

## Conclusion du chapitre 7

Ce dernier chapitre de résultats focalisé sur les moyens d'action se voulait tourné vers l'avenir. Nous nous sommes ainsi intéressée à la façon dont nos informants envisageaient le futur. Les résultats ont fait apparaître une volonté de convaincre en montrant l'exemple, de rendre visible le changement. Nos informants ont compris qu'il fallait rendre la sobriété désirable et mettre en avant les avantages d'un mode de vie écologique notamment au niveau individuel. En rejetant toute forme de culpabilisation ou de discours moralisateur, les jeunes éco-concernés étudiés ont pour souhait d'inspirer les personnes non impliquées pour les amener vers le changement.

De manière complémentaire, nos informants peuvent être distingués selon quatre profils définis à partir des leviers d'actions qu'ils plébiscitent pour encourager les jeunes non éco-concernés à s'engager vers la sobriété. Les « militants » sont tentés par l'activisme et songent à s'engager dans un militantisme plus politique. Les « éducateurs » prônent une diffusion des savoirs en dehors de l'éducation formelle par des interventions auprès des jeunes au sein de structures associatives par exemple. Les « communicants » sont partisans du partage d'expériences pour faire réagir et provoquer la discussion. Enfin, les « indépendants » ne sont pas encore dans une démarche active de prosélytisme mais souhaitent expérimenter la sobriété à leur niveau et éventuellement convaincre leur entourage proche.

Même si pour eux l'exemplarité est une première étape dans la possibilité de convaincre les non éco-concernés, nos informants reconnaissent qu'ils ne sont pas parfaits dans tous les domaines. Ils ont la volonté de poursuivre leur cheminement, de faire toujours plus et cette détermination est un moteur quotidien. Ils ont d'ailleurs besoin de cette motivation car leur lucidité les amène à établir un diagnostic assez sombre de l'avenir qui rend difficile pour eux toute projection à long terme. Même s'ils ont tendance à penser que le dérèglement climatique est une bataille perdue d'avance, ils souhaitent continuer dans la voie qu'ils ont choisie et cherchent à introduire un maximum de cohérence dans leur vie. Ainsi, certains d'entre eux sont tentés par une vie en auto-suffisance et par les écovillages. Pour la question de la parentalité, ils sont divisés mais pour ceux qui envisagent d'avoir des enfants, les éduquer en concordance avec des valeurs écologiques sera une priorité.

La consonance qu'ils recherchent dans leur vie est parfois difficile à trouver car nos informants jugent que leurs valeurs sont en partie incompatibles avec la société actuelle. Nos données ont montré qu'ils aspiraient à une remise en question du récit consumériste dominant et à l'émergence de nouveaux imaginaires fondés sur la sobriété.

Enfin, notre analyse révèle que nos informants ont acquis la conviction qu'une responsabilité devant l'avenir leur échoit. Ils considèrent qu'ils seront les plus impactés par le dérèglement climatique et que devant l'inaction des générations précédentes, il est de leur devoir d'agir.

### Conclusion de la partie III

Cette partie consacrée à la présentation des résultats nous a permis de dessiner un panorama plus précis des réalités de jeunes éco-concernés. Au travers de trois niveaux d'observation, nous avons exploré différentes facettes de leur vécu.

En nous penchant dans le chapitre 5 sur les justifications à la sobriété nous avons constaté que c'est **l'urgence à agir** qui constitue la raison principale de l'engagement. Pour nos informants, le temps est compté mais ils déplorent une forme de **déni dans la société** qui suscite leur incompréhension et parfois leur colère. **L'inaction politique** est également un sujet qui les choque particulièrement. Pour eux, c'est le modèle capitaliste et consumériste qui est à l'origine des maux sociaux et environnementaux et il n'est plus compatible avec l'état de la planète. Par conséquent ils affirment vouloir lutter contre la surconsommation, et la sobriété, dans le sens d'une réduction de la consommation, est la solution la plus souvent évoquée. Dans cette optique nos informants estiment avoir une responsabilité individuelle pour compenser en partie ce que ne font pas les non-concernés mais n'occultent pas pour autant la force du collectif. Leurs convictions étant fortes, ils aspirent à vivre et consommer en accord avec leurs valeurs et réduire ainsi le plus possible la dissonance cognitive. Ils ont adopté, ou veulent adopter des pratiques de réduction de leur consommation de produits d'origine animale, de vêtements neufs ou de transport en avion, ils choisissent les transports en commun ou le vélo, achètent un peu et de seconde main et réparent ou font réparer le plus possible leurs équipements. Cependant, et ils en sont conscients, il est parfois difficile de s'extraire de certaines habitudes et ce sont le plus souvent les notions de plaisir ou de facilité qui incarnent les limites.

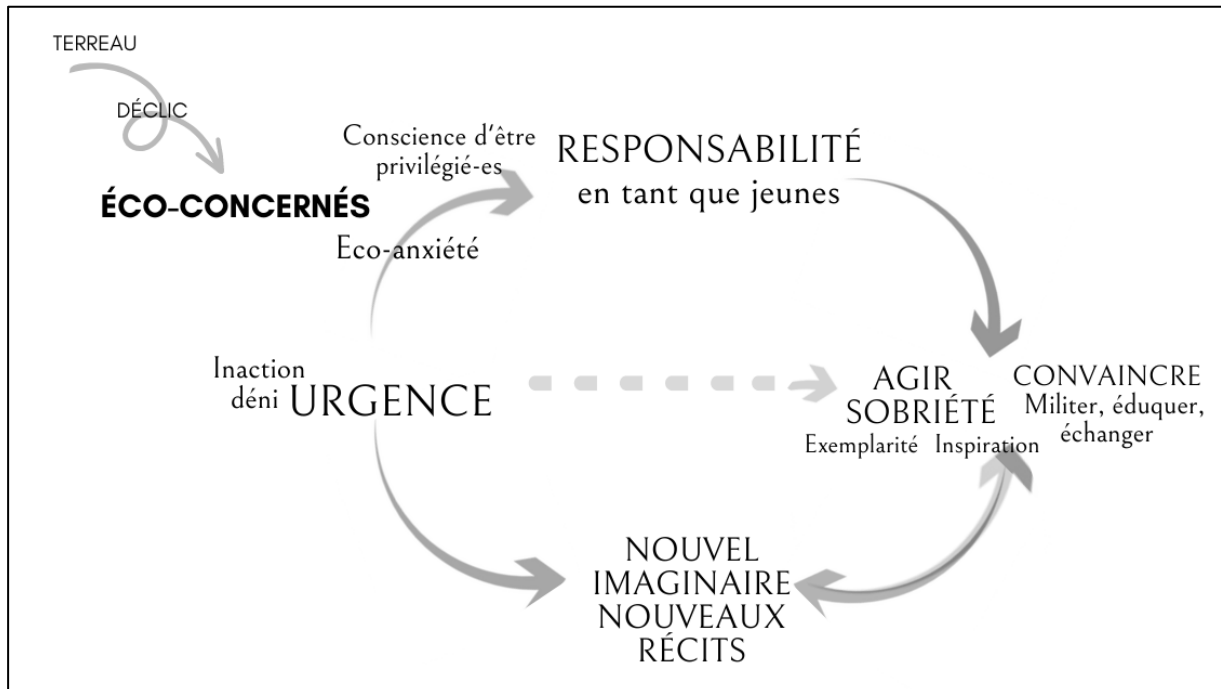
Nos informants ont évoqué assez souvent des cheminements pour décrire les dynamiques qui les ont conduits de sensibilisés à conscients puis à concernés que nous avons évoquées dans le chapitre 6. Nous avons identifié deux étapes majeures que nous avons nommées « **terreau** » et « **décllic** » dont la succession, plus ou moins éloignée temporellement, est nécessaire pour **devenir éco-concerné·e**. Les terreaux sont de six ordres et les plus souvent mentionnés sont le contact avec la nature dans l'enfance et des parents sensibilisés. Les décllics sont plus variés mais les pairs y jouent un rôle prépondérant. L'émergence de préoccupations écologiques marquées a pour effet de changer les rapports que les éco-concernés entretiennent avec le monde. De nouvelles aspirations davantage tournées vers la nature et les plaisirs simples apparaissent mais les rapports aux autres et plus particulièrement à la famille ou aux anciens amis se tendent. Même si des difficultés relationnelles sont inhérentes au changement, les effets

en sont considérés comme positifs dans la mesure où ils procurent une forme de bien-être qui vient apaiser **l'éco-anxiété** qu'une majorité ressent. Pour nos informants, une façon de lutter contre l'éco-anxiété est d'agir concrètement et la genèse de l'action se situe dans une démarche active de formation. Cet accès à la connaissance est considéré par nos informants comme **une forme de privilège** qui les responsabilise et les identifie comme éco-concernés, fondant ainsi leur appartenance à des groupes de pairs partageant une même vision du monde.

Nous avons terminé cette partie dédiée aux résultats par le chapitre 7 qui explore les visions de l'avenir de nos informants. Nous avons constaté que l'action sous différentes formes était pour eux une voie à privilégier pour tenter de convaincre les non-concernés. Il s'agit d'abord pour eux d'inscrire la sobriété au cœur de leur vie et en **montrant l'exemple, tenter d'inspirer**. À ce point de départ personnel viennent s'ajouter des **comportements plus proactifs** qui nous ont conduit à bâtir une typologie en quatre profils. Les « militants » souhaitent s'investir davantage dans des groupes activités, les « éducateurs » plébiscitent la formation des plus jeunes, les « communicants » cherchent à provoquer le dialogue et les échanges. Les indépendants, quant à eux, sont plus centrés sur leur besoin de ralentir et de ne pas cautionner la folie du monde. Cependant, tous considèrent qu'ils sont loin d'être parfaits mais veulent continuer à progresser et placer l'écologie au cœur de leur vie personnelle ou professionnelle même s'ils éprouvent parfois des difficultés à se projeter dans l'avenir. Nos résultats ont à ce sujet montré une assez forte propension à être attirés par la vie en écovillages. Les enfants sont un sujet qui divise et si pour certains il n'est pas question d'en avoir, la plupart sont en questionnement et jugent qu'avoir des enfants engage à en faire des êtres conscients. Nous avons relevé que globalement leur vision de l'avenir est assez sombre et que cela engendre chez eux un besoin d'agir encore plus fort ce qui induit une forme de **responsabilité morale**, un « devoir agir ». Ce devoir passe par la **promotion de nouveaux imaginaires, de nouveaux récits** dans lesquels consommer ne serait plus valorisé, et dont la sobriété et ses bienfaits individuels et collectifs en seraient l'épine dorsale.

Nous avons, au travers de la figure 27 ci-après schématisé l'ensemble de ces résultats :

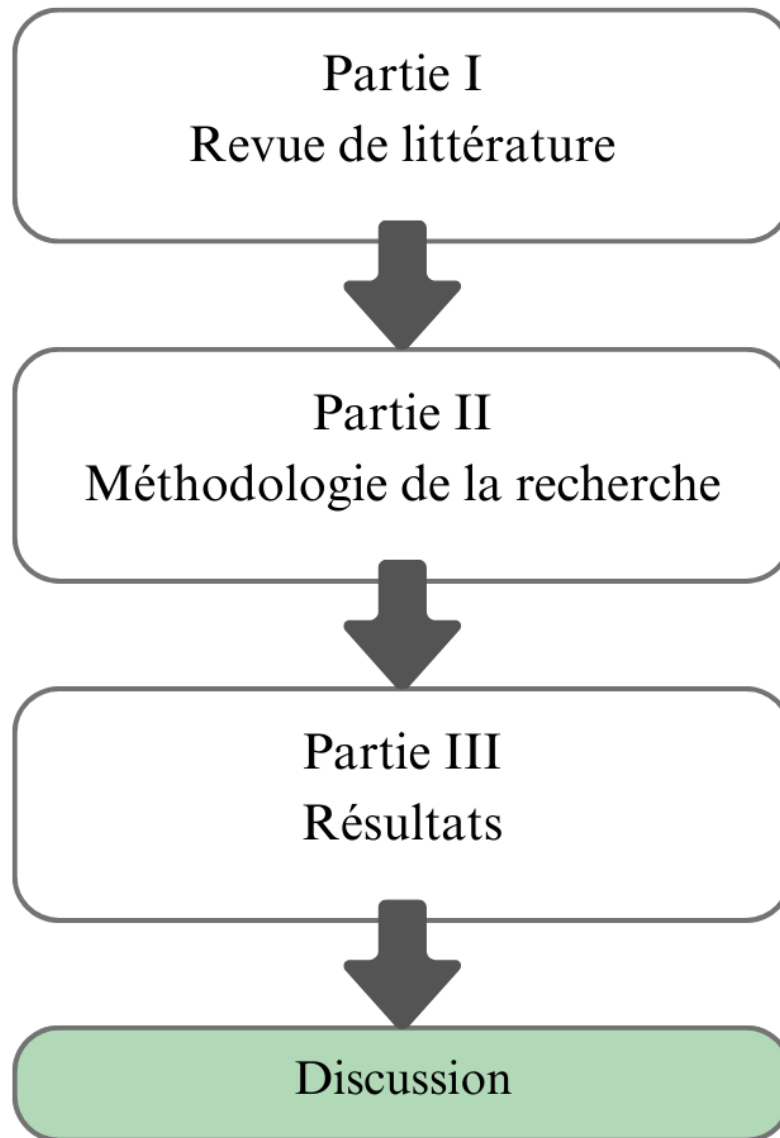
**Figure 27 - Schéma de synthèse des résultats**



L'urgence nécessite de reformuler les imaginaires et de produire de nouveaux récits. Elle induit une responsabilité, un devoir agir pour les jeunes qui en ont conscience. Selon eux, les nouveaux récits doivent reposer sur la sobriété en s'inspirant des actions déjà menées et en retour en incitant à adopter des démarches de sobriété.



**Discussion**



<b>PARTIE I</b> <b>REVUE DE</b> <b>LITTÉRATURE</b>	<b>Chapitre 1.</b> La sobriété du consommateur comme élément clé de la bifurcation écologique
	<b>Chapitre 2.</b> La socialisation, un processus de formation et de transformation : de l'individu comme entité sociale au consommateur
<b>PARTIE II</b> <b>MÉTHODOLOGIE DE</b> <b>LA RECHERCHE</b>	<b>Chapitre 3.</b> Une recherche interprétativiste ancrée dans un terrain particulier, les jeunes éco-concernés
	<b>Chapitre 4.</b> Appréhender la réalité des éco-concernés : une approche qualitative multi-méthodes
<b>PARTIE III</b> <b>RÉSULTATS</b>	<b>Chapitre 5.</b> Justifications et manifestations de la sobriété chez les éco-concernés : une volonté de réduction dans une logique qui reste néanmoins consumériste
	<b>Chapitre 6.</b> Des processus de socialisation successifs qui façonnent l'identité des éco-concernés
	<b>Chapitre 7.</b> Les imaginaires du futur : les éco-concernés et leur vision de l'avenir
<b>DISCUSSION</b>	

## Discussion

Nous avons déjà émaillé la présentation de nos résultats d'éléments de discussion qui nous semblaient pertinents dans le contexte. Par conséquent, cette discussion ne reprendra que les éléments que nous avons jugés les plus pertinents à approfondir.

L'ensemble de notre travail ayant été structuré suivant la logique de nos questions de recherche, nous poursuivons cette dernière pour organiser notre discussion. Ainsi nous discuterons dans un premier temps de la sobriété telle qu'elle est vécue par les jeunes éco-concernés puis des processus qui ont contribué à leur socialisation pour terminer par leurs aspirations pour l'avenir.

### **Section 1 : Vers une meilleure compréhension des significations et des pratiques associées à la sobriété**

---

Nous avons précisé à plusieurs reprises que la sobriété, au sens strict du terme, était un courant qui bien qu'en plein essor, faisait l'objet d'une littérature en marketing encore peu abondante. Cette littérature a encore très récemment mentionné que nous manquions d'éléments précis sur les pratiques quotidiennes privilégiées par les consommateurs ayant choisi de s'orienter vers des modes de consommation sobre (Chamaret et *al.*, 2023 ; Kropfeld, 2023). Les recherches antérieures se concentrent pour la plupart sur un secteur d'activité (Guillard, 2022) ou abordent la sobriété sous un angle plus général et théorique (*e.g.* Vaal, 2022). À notre connaissance, peu de recherches ont à ce jour tenté de lier tous ces aspects.

Par ailleurs, nous n'avons que très peu d'études s'intéressant aux significations que les consommateurs qui s'identifient eux-mêmes comme sobres associent à la sobriété et, à notre connaissance, aucune concernant spécifiquement les jeunes. Le terme de sobriété attaché à la consommation étant relativement nouveau, à la fois dans le débat public et au sein de notre discipline, il était jusqu'à présent peu utilisé par les consommateurs eux-mêmes pour se définir. Nous avons pu constater dans cette recherche qu'il est aujourd'hui davantage employé notamment par des jeunes éco-concernés qui en revendiquent l'adoption.

Cette recherche vient donc enrichir la littérature à différents niveaux que nous allons détailler ci-après.

### 1.1 Proposition d'un cadre intégrateur de différentes perspectives de recherche

Cette recherche met l'accent sur les significations rattachées à la sobriété par des jeunes éco-concernés : pourquoi adopter une consommation sobre et comment cela se traduit-il dans les faits ? Nous ne pouvons occulter la possibilité d'un écart entre les discours et les actes de nos informants et nous pouvons légitimement nous poser la question de savoir s'ils consomment ou tentent de consommer vraiment comme ils l'affirment. Nous avons fait en sorte d'éviter ce biais de désirabilité sociale en restant relativement floue sur les objectifs de cette recherche, en n'employant pas de nous-même le terme de sobriété, en adoptant une attitude bienveillante, en précisant bien que ce qui nous intéressait était leur façon personnelle de procéder et qu'il n'y avait aucun jugement de notre part. Par ailleurs, nous avons parfois en fin d'entretien abordé la question de la pression à « bien faire » pour avoir un aperçu de la façon dont nos interlocuteurs géraient cette dernière.

Nous avons dans notre échantillon différents cas de figure avec des personnes plus ou moins engagées mais cela est apparu clairement au cours de l'entretien et nous avons pu lors de l'analyse des données nuancer nos conclusions en tenant compte de ce paramètre. En outre, de manière paradoxale, notre impression est que certains de nos informants avaient parfois tendance à minimiser leurs efforts, à tenter de les rendre anodins. Enfin, le fait que nous n'ayons pas recruté d'informants dans les milieux activistes nous permet également de minimiser en partie le risque de désirabilité.

En réalité, ce que nous nous attachons à analyser est la manière dont les jeunes éco-concernés décrivent les pratiques qu'ils considèrent relever de la sobriété, ce qu'ils pensent qu'il faut faire. Ce qui nous intéresse est leur interprétation de la sobriété dans sa dimension écologique au niveau global.

Ainsi, le premier élément d'intérêt que soulève cette recherche et qui finalement pourrait constituer la clé de voute de l'ensemble de notre terrain, est la mise en lumière de la compréhension par les jeunes que nous avons rencontrés de l'obligation face à l'urgence d'avoir des **objectifs globaux de réduction** allant à l'encontre du paradigme social dominant.

Ce paradigme, nommé « stabilisation dynamique » par Rosa (2018), implique l'obligation d'accélérer en permanence, d'innover et de se développer toujours davantage pour maintenir l'équilibre de l'ensemble des sphères cardinales de la vie sociale. Rosa explique que depuis les débuts de l'ère moderne le monde était guidé par la conviction d'aller vers une amélioration croissante des conditions de vie : plus de connaissance, de liberté, de confort... Mais à présent,

sous l'effet des différentes crises énergétiques et aujourd'hui écologiques, ce modèle est vacillant et il s'agit la plupart du temps juste d'essayer ne pas reculer. Pour opérer une rupture avec ce mode de pensée dominant nous avons relevé au cours de cette recherche que les jeunes éco-concernés, en ayant pris conscience des limites planétaires et par conséquent de celles de notre modèle économique, plébiscitaient la sobriété en l'associant à une quête du « moins ».

Pour eux, **sobriété signifie réduction**, et plus particulièrement réduire sa consommation, consommer moins de tout.

Nos informants considèrent que cela ne relève pas d'un choix personnel mais d'une obligation morale et c'est à leur yeux la seule solution pour espérer infléchir le cours du dérèglement climatique. Se positionner clairement sur un modèle privilégiant la réduction n'est pas aujourd'hui totalement assumé par la littérature qui traite davantage de durabilité (Lim, 2017).

Au fil de notre terrain, nous avons vu se dessiner les pratiques de consommation que les jeunes éco-concernés associent à la sobriété. Elles confirment empiriquement la majeure partie des changements identifiés par Sandberg (2021) dans sa typologie élaborée à partir d'une revue de littérature et peuvent se décliner en quatre grandes familles de pratiques : réductions absolues, changements modaux, prolongation de la vie des produits et partage. Mais notre travail enrichit et affine plusieurs points. Tout d'abord, comme nous venons de l'évoquer, ce sont les réductions absolues qui sont privilégiées et c'est le bilan carbone qui sert d'étalon. Nous avons déjà au cours de l'analyse des résultats mis en lumière que c'est la consommation de viande et de poisson qui était la plus couramment réduite et même la plus communément arrêtée. L'adoption d'un régime végétarien est bien souvent la première pierre à l'édifice d'une consommation sobre car il est facile à mettre en œuvre (bien que cela puisse demander un effort certain) et permet de construire son identité d'éco-concerné·e et d'en afficher le statut. Il constitue un premier signe d'appartenance, une facette du projet identitaire (Schau, 2018 ; Schouten et McAlexander, 1995) de consommateur éco-concerné. D'autre part, et nous le détaillerons davantage par la suite, considérer la place des non-humains est un thème de réflexion important pour les éco-concernés. Nous sommes en effet à un niveau plus global, face à l'émergence de nouvelles structures teleoaffectives (Shatzki, 1996) qui vont venir définir ce qui est acceptable ou non comme l'ont montré Aboelenien et Arsel (2019) dans leur recherche sur les personnes qui deviennent végans.

La seconde main, récupérée ou achetée, participe également à affirmer par son style son identité d'éco-concerné·e d'autant plus facilement aujourd'hui qu'il existe de plus en plus de propositions commerciales (friperies, braderies et plateformes spécialisées). Pour les jeunes que

nous avons rencontrés s'habiller ou se meubler en seconde main, outre l'aspect économique assumé, relève surtout de la motivation à ne pas alimenter la surproduction et l'exploitation humaine plus particulièrement dans l'industrie de la *fast fashion* et dans une moindre mesure accorder de l'importance à l'histoire des objets, au vécu des choses. L'aspect relationnel lors de l'échange (discuter avec la personne à qui a appartenu le bien dans une braderie par exemple) est moins valorisé que par des populations plus âgées (Roux et Guiot, 2008). D'autre part, les plateformes de seconde main de type *Vinted* sont assez mal perçues car elles sont suspectées d'avoir un effet pervers d'incitation à consommer, ce qu'a montré la littérature par ailleurs (e.g. Juge et al., 2019).

Dans un tout autre registre de consommation, ne plus prendre l'avion est également assez emblématique. Ce mode de transport est très largement pointé du doigt pour son côté polluant mais aussi parce qu'il ne permet pas de progressivement se familiariser avec de nouveaux espaces, de ne pas prendre le temps de profiter du voyage comme pourrait donner lieu un voyage en train. Les voyages en France ou à travers l'Europe en train sont d'ailleurs de plus en plus médiatisés sur les réseaux sociaux (« le voyage fait partie du voyage »). Au quotidien, nous avons pu observer que c'était le vélo qui remportait tous les suffrages, et même parfois sur de longues distances et quand les infrastructures n'en facilitent pas forcément l'usage.

Ces quelques points précis quant à la consommation des jeunes éco-concernés que nous avons repris et l'ensemble des résultats que nous avons obtenus font émerger diverses réflexions. Différents auteurs ont pointé les limites de la consommation durable, ou responsable (e.g. Parise, 2022 ; Villalba, 2023) et les questionnements au sein de notre discipline vont dans ce sens (e.g. Rémy et Roux, 2022 ; Volle et Schouten, 2022). Les consommateurs préoccupés d'écologie se donneraient bonne conscience en achetant des produits bio, des vêtements en textile durable ou recyclé, des produits « authentiques », en se tournant vers des produits étiquetés éco-responsables. Or, ce type de consommation contribue en réalité à alimenter la machine capitaliste et ne réduit pas la tension sur les ressources. Nous avons pu noter que les jeunes éco-concernés ne rentrent pas vraiment dans ce schéma. Pour eux sobriété signifie consommer moins et si l'on consomme parce qu'on ne peut pas faire autrement, choisir les produits les plus respectueux de l'environnement (sans greenwashing). Cela se traduit par exemple par l'éviction des emballages même « recyclables » ou l'achat de vêtements d'occasion seulement si ceux que l'on possède sont trop usés.

D'un point de vue théorique, l'analyse des pratiques des jeunes éco-concernés et l'étude des différents courants de la littérature dont les racines conceptuelles sont proches nous conduisent à considérer le concept de sobriété de manière plus globale.

Nous avons effectué une synthèse de la littérature (dont les éléments sont détaillés dans le chapitre 1 de ce travail doctoral) et repris les éléments identifiés par Sandberg (2021). En nous appuyant sur ces derniers, nous avons cartographié les pratiques de sobriété selon leurs équivalents au sein des autres courants (tableau 22). Il apparaît en effet que les jeunes éco-concernés, lorsqu'ils pensent et vivent la sobriété, combinent différents types de pratiques pour parvenir à moins consommer et qu'ils adaptent leurs choix au contexte : en fonction du besoin, du type de produit ou des options disponibles<sup>168</sup>.

**Tableau 22 – Mise en perspectives des pratiques décrites par différents courants de recherche dans le cadre intégrateur de la sobriété**

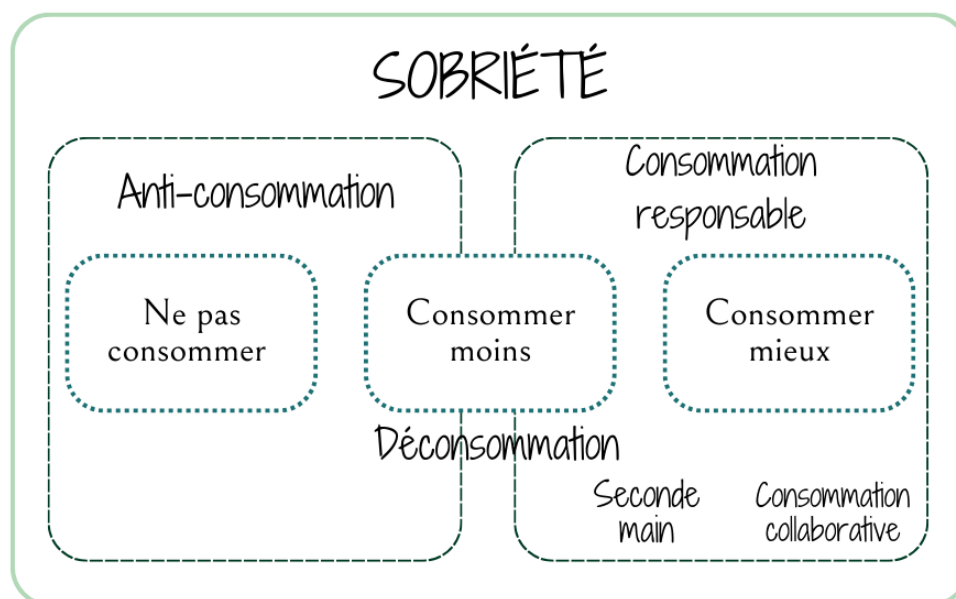
Sobriété	Anti consommation	Consommation responsable	Déconsommation	Consommation collaborative	Seconde main
<i>Réductions absolues</i>	Rejeter, restreindre,	Réduire	Supprimer, réduire		
<i>Changements modaux</i>	Récupérer	Acheter bio, local, équitable	Remplacer, auto-produire	Louer plutôt qu'acheter en C to C	Acheter d'occasion
<i>Longévité du produit</i>	(Réutiliser)	Acheter des produits de qualité			(Donner) Vendre plutôt que jeter
<i>Pratiques de partage</i>	Donner, échanger, partager	Co-voiturer		Co-voiturer, échanger, contre rémunération	

En nous basant sur ce que nous avons identifié dans notre revue de littérature et sur les pratiques effectivement adoptées par nos informants, nous pouvons constater que la sobriété permet en réalité d'associer les différentes perspectives. En suivant la même approche que Lim (2017), nous combinons différentes perspectives théoriques pouvant chacune contribuer à mieux

<sup>168</sup> Prenons l'exemple d'un sac à dos pour aller camper : si possible l'emprunter (ne pas consommer), l'acheter d'occasion (consommer moins) ou si on en peut trouver quelque chose de satisfaisant l'acheter neuf mais de bonne qualité de façon à ce qu'il dure (consommer mieux).

comprendre comment les consommateurs s'engagent dans des pratiques de sobriété. Nous proposons, en nous appuyant et en complétant les premières propositions de Guillard (2021, p.53), de concevoir la **sobriété comme un cadre intégrateur** à plusieurs courants de recherche positionnés en son sein comme l'indique la figure 28.

**Figure 28 - Positionnement des perspectives théoriques au sein du cadre fédérateur de la sobriété**



Il est à noter, comme le précise Guillard (2021) que la seconde main et la consommation collaborative ne peuvent être intégrées au schéma que sous certaines conditions (quand elles ne favorisent pas la surconsommation). L'aspect politique de l'anti-consommation (Guillard, 2021 ; Vaal, 2022) et sa dimension identitaire (Cherrier, 2009) sont en outre en adéquation avec la manière dont les jeunes éco-concernés abordent la consommation.

## 1.2 Interprétation de la sobriété comme une démarche de renoncements mais aussi de compromis

La sobriété telle qu'elle est envisagée par les éco-concernés implique une redirection des rapports aux possessions, au corps, mais aussi aux loisirs, au travail... C'est aussi une sobriété intellectuelle, dans un sens positif, qui invite à reconsidérer ce qui est vraiment nécessaire, ce qui procure vraiment du plaisir et de se détacher des valeurs consuméristes. Si l'on retrouve ces considérations dans la littérature sur la sobriété (Guillard, 2021) ou la consommation



socialement responsable (e.g. Özçağlar-Toulouse, 2005), la différence réside dans l'ambivalence qui l'habite. On distingue généralement la sobriété volontaire, voulue pour des raisons écologiques et sociales, de la sobriété subie, la pauvreté (Gorge et *al.*, 2015). Il apparaît, et certains de nos informants l'ont exprimé explicitement, qu'aujourd'hui la sobriété est pour les éco-concernés une conjonction de ces deux caractéristiques. Ils considèrent en effet qu'ils n'ont pas le choix, qu'ils doivent adopter un mode de vie sobre pour survivre (**en ce sens elle est subie**) mais ils ont également choisi d'en accepter et d'en promouvoir les principes (**en ce sens elle est volontaire**).

Cette réflexion nous amène à la question des renoncements. Pour nos informants, **le renoncement est l'essence même de la sobriété**. Renoncer c'est se défaire de ce à quoi on est attaché, habitué (Monnin, 2022) ou ce à quoi on aspire comme vivre de nouvelles expériences (Ben Kemoun, 2022). Les renoncements sont vécus comme nécessaires pour réduire la dissonance entre les valeurs et les actes. Ils s'inscrivent dans la gradualité qui caractérise l'adoption d'un mode de vie sobre, ils sont vus comme des étapes à franchir. En réalité, les renoncements sont plus faciles à assumer que l'état de la planète.

Cette recherche a montré que pour que les changements soient pérennes ils doivent avoir fait l'objet d'essais, de choix alternatifs éventuels et qu'une fois décidés, si les règles en sont claires, ils s'inscrivent dans le quotidien assez naturellement. Pour nos informants les renoncements, qui sont des fermetures à des consommations constituent autant d'ouvertures à de nouvelles expériences à la fois agréables et valorisantes (par exemple : renoncer à la viande et découvrir de nouvelles saveurs, renoncer à la voiture et être en forme grâce au vélo...). Ben Kemoun et Monnin (2022) ont développé à ce propos le concept de sobriété ou suffisance intensive pour sortir de la vision diminutive de la sobriété, qu'ils décrivent comme « *un versant complémentaire de la sobriété* », dans une optique d'« *intensification non matérielle de nos modes de vie* » (Monnin, 2022 p.148 et 149). Nos résultats s'inscrivent dans cette vision et viennent en donner des exemples concrets, décrits précisément par les jeunes. Ces auteurs évoquent la musique et la lecture comme sources d'expériences. Nous avons mis au jour qu'effectivement la lecture est souvent mentionnée mais les expériences les plus riches sont pour nos informants les expériences de nature (se promener en forêt, faire de la randonnée en montagne, observer les animaux...) et les temps passés avec les proches. Nous pouvons noter ici que ces moments privilégiés matérialisent autant d'espaces de résonance tels que décrits par Rosa (2018), des espaces de connexion aux autres et à ce qui nous entoure.

Nos informants le reconnaissent eux-mêmes, ils ne sont pas parfaits, ils revendiquent même le fait de ne pas l'être. Özçağlar-Toulouse (2005) avait déjà mis en évidence que les consommateurs socialement responsables revendiquaient cette possibilité d'évoluer en permanence pour faire perdurer leurs choix dans le temps. C'est également la constatation faite par Lachance (2022) dans sa recherche sur la jeunesse engagée : pour lui, la quête correspond plus à un besoin de renouveler le sentiment d'être engagé qu'à la recherche « *d'une forme aboutie d'engagement* » (*ibid.* p.40). Si nous souscrivons à cette analyse et la complétons en affirmant que c'est le sentiment de pouvoir agir qui est ici sous-jacent, il nous semble que les jeunes éco-concernés que nous avons rencontrés en ont aussi une vision plus encourageante et plus motivante. Le fait que les efforts paraissent ne pas avoir de limites est envisagé comme une opportunité d'enrichissement, un challenge permanent. Nous comprenons également que cette revendication procède d'un mécanisme de défense. En effet, nos données montrent que les éco-concernés étaient souvent la cible de remarques sur leurs façons d'agir, sur ce qu'ils faisaient ou ne faisaient pas, comme cela est souvent le cas quand des individus font face à des non-concernés (Cherrier et *al.*, 2012 ; Guillard, 2023). En affirmant ne pas être parfaits, ils s'émancipent de tout discours moralisateur, qu'ils récusent par ailleurs et s'autorisent à parfois faire des compromis.

La littérature a déjà montré que les consommateurs souhaitant minimiser leur impact sur l'environnement sont appelés à opérer des arbitrages (*e.g.* Özçağlar-Toulouse, 2009 ; Séré de Lanauze et Siadou-Martin, 2013) en fonction de différents critères. Pour le cas des jeunes rencontrés il apparaît que ces compromis sont corrélés de manière assez classique au développement dès l'enfance d'un *habitus* consumériste (Herbert et Collin-Lachaud, 2017) qui lie bonheur et consommation auquel il est difficile de résister (Gossen et *al.*, 2019 ; Roux, 2007) lorsque l'on est encore jeune. Nous avons cependant identifié que les arbitrages les plus courants sont également étroitement liés à des aspects relationnels. En effet, nos informants souhaitent ardemment préserver la qualité de leurs rapports avec leurs proches. Cela se manifeste différemment selon qu'il s'agisse de la famille ou des amis. Nous avons ainsi observé que parfois au sein de la famille les jeunes sont prêts à dévier de leurs convictions pour ne pas heurter leurs parents et plus encore leurs grands-parents (manger un peu de viande, accepter des vêtements neufs, prendre la voiture pour conduire ses frères et sœurs, ...) mais aussi pour passer du temps avec eux (prendre un moyen de transport plus rapide). Cela ne se manifeste pas pour tous et à chaque fois mais lorsque compromis il y a, il est souvent lié à la volonté de ménager les proches et entraîne de devoir naviguer entre différentes normes sociales, seule condition

pour préserver une partie du monde social de l'individu – comme ont pu le montrer Pereira et *al.* (2018) pour de jeunes « environnementalistes » australiens.

Pour les amis en particulier, qui bien souvent sont des éco-concernés aussi, c'est le numérique qui aide à maintenir les liens. Les messageries et réseaux sociaux sont au cœur des réseaux relationnels de la jeunesse actuelle. L'accès à la connaissance et l'échange d'informations sur l'environnement constituent un ciment nécessaire à la constitution des groupes de jeunes éco-concernés. Par conséquent, comme ils en ont le plus souvent conscience, le numérique est un des aspects les moins maîtrisés de leur consommation. Ils tentent néanmoins d'effectuer des arbitrages en limitant leur consommation de matériel en faisant réparer ce qui peut l'être ou en achetant des produits reconditionnés. Aujourd'hui les produits plus durables tels que les *fair phones* ne sont pas à leur portée financièrement et ne répondent pas forcément à leurs besoins sociaux.

Tout comme les courants qu'elle intègre la sobriété va au-delà de la consommation et permet au éco-concernés d'exprimer leurs valeurs (Cherrier et Murray, 2007 ; Cherrier et *al.*, 2011). C'est un choix de vie (Özçağlar-Toulouse, 2005) qui se justifie par des considérations écologiques d'urgence absolue et se pérennise par le constat que moins de matérialisme apporte plus de bien-être comme le rapporte la littérature à l'image de Lee et Ahn (2016) qui ont par exemple montré que le bien-être et l'anti-consommation étaient positivement corrélés.

## Section 2 : Vers une vision de la sobriété comme un effet de dynamiques de socialisation

---

Cette recherche contribue également à la littérature sur la socialisation aux comportements pro-environnementaux et vient en préciser différents mécanismes. Les dynamiques que nous avons observées sont à la fois continues (Lahire, 2013) et successives (Darmon, 2023). Elles sont continues car elles se produisent tout au long de la vie et successives car notre recherche a montré qu'au moins deux étapes étaient indispensables pour devenir éco-concerné·e.

### 2.1 Mise en évidence d'au moins deux étapes nécessaires pour devenir éco-concerné·e

Si l'on considère que le passage aux études supérieures puisse pour certains constituer un « point de bifurcation » (Darmon, 2023), nous pouvons faire un parallèle entre nos déclics et des *événements biographiques* (Özçağlar-Toulouse, 2005) ou des *moments singuliers du parcours de vie* (Guillard, 2020). Ils sont en revanche assez différents de ceux rapportés dans une partie des travaux consacrés à la sobriété (e.g. Chamaret et al., 2023 ; Devenin et Bianchi, 2022) : déménagement, mise en couple, naissance ou prise de conscience face à des pratiques sobres....

Nous sommes, comme les ont qualifiés eux-mêmes les informants, face à des cheminements et nous avons identifié qu'il était nécessaire pour devenir éco-concerné·e de passer par au moins deux étapes clés. Des cheminements assez proches ont été déjà relevés dans la littérature à l'exemple de Cherrier et Murray (2007) qui définissent quatre stades : sensibilisation, séparation, socialisation et aspiration qui correspondent comme ce que nous avons identifié à des évolutions dans leur perception du monde et à des modifications de leurs comportement de consommateurs. Les trajectoires qui ressemblent le plus à celles de nos informants sont celles décrites par Guillard (2020) dans une étude longitudinale à propos du défi « Rien de neuf ». Les personnes rencontrées sont déjà « conscientes » et le défi agit comme un déclencheur à un moment clé de leur parcours de vie.

Les événements ont parfois, dans le cas des jeunes éco-concernés rencontrés, succédé à la prise de conscience, ils sont à l'origine de choix d'études par exemple. Bien souvent nos informants attendent d'être plus autonomes pour vivre pleinement en accord avec leurs valeurs mais ils ont déjà développé leur conscience écologique et sont déjà éco-concernés dans l'âme. Ce que nous nommons « déclics » peuvent être assimilés à des événements déclencheurs mais nous avons

montré qu'ils ne peuvent agir seuls. Nous avons en effet défini **deux éléments déterminants** que nous avons labellisés « terreau » et « déclic » et ce dernier ne peut survenir sans le premier. Il faut être sensibilisé·e pour devenir conscient·e puis agir comme éco-concerné·e. Ce constat apporte un début d'éclairage pour comprendre pourquoi les jeunes qui reçoivent les mêmes informations sur l'écologie et en comprennent les enjeux, ne deviennent pas tous des éco-concernés. Ceux qui n'ont pas été sensibilisés au préalable ont peu de chance d'être réceptifs à des éléments qui les enjoignent à agir. Il vient confirmer en outre que l'ordre des expériences socialisatrices est primordial comme l'avait montré Bourdieu (1980).

Par ailleurs, ce qui caractérise les cheminements qu'évoquent nos informants est leur inscription dans des temporalités qui peuvent être très hétérogènes. Le passage du terreau au déclic peut en effet prendre plusieurs années (cas de Victoria et Zakaria) ou au contraire se faire sur un laps de temps relativement court (cas de Lila et Théo). Ces temporalités sont liées tout d'abord à ce que Lachance (2022) nomme « *l'expérience de décalage* » : décalage entre les normes instituées par les parents et les normes de comportements pro-environnementaux (*ibid.* p.23). Il nous est cependant difficile compte tenu des données disponibles d'établir une causalité entre la temporalité et le type de socialisation. En effet, si dans le cas de parents « écolos » nous pouvons entrevoir un processus de renforcement à temporalité longue, dans le cas d'un terreau reposant sur des contacts avec la nature, notre recherche ne permet pas de généraliser cela. En effet, nos informants ont été au contact de la nature dans des contextes de dispositions familiales très différentes (agriculteurs utilisant des pesticides, chasseurs ou amoureux de la nature) et nous pouvons être aussi bien face à des cas de renforcement que face à des cas de transformation. En revanche, pour ce qui concerne les socialisations d'alternation (Berger et Luckmann, 1966), c'est-à-dire de changements profonds en contradiction avec les valeurs précédemment intégrées, le processus est assez rapide.

En effet, et c'est une seconde observation, la spécificité de notre recherche étant qu'elle concerne de jeunes adultes, nous sommes face à des individus pour qui les questions de construction identitaire sont dominantes car les années considérées sont celles qui offrent le plus d'opportunités d'explorations identitaires dans le domaine des visions du monde notamment (Arnett, 2000). Dans les études sur l'engagement politique, la fin de l'adolescence et le début de l'âge adulte sont d'ailleurs qualifiés d'« années influençables » (*impressionable years* : Krosnick et Alwin, 1989). Par conséquent, un changement de la vision du monde a souvent pour origine la confrontation à d'autres visions du monde, plus variées (Arnett, 2015) ou le fait de nouer de nouvelles relations (Krosnick et Alwin, 1989). Ceci peut ainsi expliquer

la relative rapidité de la transformation mais aussi, en confirmation de ce qui est déjà bien documenté dans la littérature (*e.g.* Arnett, 2015 ; Gentina, 2008), l'influence majeure des pairs comme autrui significatifs que cette recherche met en évidence.

Nous avons détaillé dans nos résultats que le terreau était très lié à des expériences de sensibilisation au sein de la famille (cas des parents ou de frères/sœurs écolos) ou de manière plus diffuse par des expériences avec des animaux ou dans la nature. Ces résultats viennent confirmer ceux de la littérature sur le poids de la socialisation primaire, le rôle des parents et celui du contact avec la nature dans l'adoption de comportements pro-environnementaux (Hosany *et al.*, 2022). En revanche, si la littérature a montré que bien souvent les jeunes sont moins engagés dans les comportements pro-environnementaux que leurs aînés (Grønhøj et Hubert, 2022), dans le cas de nos informants, il semblerait que cela ne soit pas le cas. Quasiment tous ceux qui ont déclaré avoir été influencés en premier lieu par leurs parents ont également considéré que ces derniers étaient bien moins engagés qu'eux. Nous pouvons envisager que des éléments de contexte viennent modifier les effets de la socialisation : accès à une information très fournie mais aussi très anxiogène (via les réseaux sociaux notamment) et développement d'un sentiment d'urgence et de devoir agir (responsabilité morale) qui en découle<sup>169</sup>.

## **2.2 Confirmation du rôle très affirmé des pairs et des communautés**

Nous pouvons également pointer le poids très important dans les trajectoires de nos informants d'une socialisation secondaire exercée par les pairs (au sens large : amis, fratrie, réseaux sociaux, marches, associations...) et le pouvoir à la fois informatif et normatif qu'ils déploient (Barber, 2013). Il semblerait que les pairs viennent compenser les lacunes de la transmission intergénérationnelle liées aux transitions rapides des problématiques écologiques en partie envisagées par Guillemot (2018). Pour les mêmes raisons (Testot et Wallenhorst, 2023) l'école en revanche occupe une place très réduite dans les processus de socialisation de nos informants. Ce peu de poids est peut-être également à mettre en parallèle de l'analyse de Bourdieu et Passeron (1970) qui voyaient en elle un vecteur de reproduction de l'ordre établi, de la culture dominante dont cherchent à s'émanciper, au moins sur le plan écologique, les éco-concernés. Dans le domaine plus particulier de l'environnement, les chercheurs en éducation ont pointé ce manque d'influence de l'école dans la sensibilisation des enfants aux problématiques environnementales et appellent à revoir à la fois les modes de transmission et les contenus (*e.g.*

---

<sup>169</sup> Nous discuterons davantage de ce point dans la section 3

Hétier et Wallenhorst, 2023 ; Morin et *al.*, 2019). Pour confirmer cette analyse nous avons souligné que lorsque l'éducation se fait à travers des projets, des expérimentations où l'enfant est actif et non un sujet apprenant passif (Robert-Mazaye et *al.*, 2021) il est possible que l'école sensibilise davantage.

Si nous relient ces considérations à ce que nous avons relevé dans la littérature sur la socialisation, nous émettons la supposition que les différences sont liées au contexte d'urgence écologique qui est venu modifier les représentations du monde des jeunes appelés à devenir éco-concernés. Nous retrouvons ici l'importance accordée par le courant interactionniste au cadre situationnel et à la dynamique des échanges (Delas et Milly, 2015). En revanche, si nous pouvons considérer que la socialisation transmet bien des normes et des valeurs, ces dernières sont, en matière de comportements pro-environnementaux, plutôt transmises de manière horizontale par les pairs ou accrues dans le cas d'une sensibilité familiale préalable. Si nous ne pouvons pas généraliser sur ce qui relève d'une socialisation primaire ou d'une socialisation secondaire entre le terreau et le déclic, nous observons que dans tous les cas il y a une forme de transformation (Darmon, 2023) plus ou moins intense de ce qui a été transmis par les parents.

Nous avons ainsi ici l'illustration de l'effritement en matière de socialisation du modèle de l'identification au profit du modèle de l'expérimentation théorisé par Galland (1990) et repris par Lachance (2022). Remettant en question les théories fonctionnalistes (*e.g.* Parsons, 1951) fondées sur des schémas reproductifs de normes liées à des rôles dans la société, l'expérimentation permet de construire sa propre définition de soi en se confrontant à des modèles multiples transmis par différents agents socialisateurs et non pas en se conformant à un modèle hérité et préétabli (Galland, 2022). Nous sommes davantage en face d'individus engagés dans une démarche réflexive et interactive (Lallement, 2017) de formation de leur identité.

Nous pouvons, en nous référant à Bourdieu (1980) considérer que cette phase d'expérimentation liée à l'allongement de la jeunesse et aux transformations sociales et économiques produit de nouvelles « structures structurantes » qui permettent aux jeunes de faire face à de nouvelles situations et favorisent l'expression de nouvelles facettes de l'*habitus* (Weinberger et *al.*, 2017). Cependant, selon Bourdieu ces dispositions restent fortement imprégnées des expériences passées et de l'appartenance à une classe sociale. Des lectures post-bourdieusiennes de la consommation ont par ailleurs montré que les « adopteurs précoces<sup>170</sup> »

---

<sup>170</sup> *Early adopters*

disposaient le plus souvent d'un capital culturel élevé (Carfagna *et al.*, 2014 ; Holt, 1998) et reproduisent les trajectoires de classe dans leur consommation. Nos informants viennent de milieux sociaux différents mais ont pour la plupart un capital culturel relativement élevé, qu'ils ont développé et développent encore par une constante recherche d'informations. C'est probablement ce niveau de capital culturel, plus que l'origine sociale qui est déterminante dans leur prise de conscience.

Le constat que nous établissons que les jeunes éco-concernés sont très demandeurs d'informations vient par ailleurs appuyer le fait que l'engagement pro-environnemental étant une des facettes de l'expérimentation « *il comporte une part de doute qu'il importe de conjurer* » (Lachance, 2022 p.10). Nous pouvons en effet observer que la recherche d'informations – présentées sous des formes variées mais majoritairement en ligne – est très souvent associée aux déclics, elle les suit la plupart du temps. Elle peut aussi, sous d'autres formes faire office de déclic à elle seule. Cette boulimie informationnelle répond à un besoin de mise en cohérence entre les valeurs et les actes : l'information va venir conforter le jeune dans ses convictions (le problème écologique est réel, il est urgent), lui donner des bases pour argumenter et, de manière plus pragmatique, lui donner des pistes pour agir (autant dans sa vie quotidienne que sur les combats à mener...). Nous avons dans le chapitre 6 présenté des exemples par catégorie de publications sur les réseaux sociaux (matériau 18) qui répondent à ces mêmes besoins.

D'autre part, nous avons également au cours de nos entretiens remarqué que nos informants utilisaient un vocabulaire relativement riche, avec des expressions précises. Notre démarche méthodologique nous ayant conduit à trianguler nos données, nous avons constaté que nos informants s'approprient très souvent des éléments de langage véhiculés par les réseaux sociaux. Lors de notre terrain nous avons perçu que les jeunes partagent le sentiment de ne pas être écoutés, que leur avis n'a pas de poids. Acquérir des éléments de langage et développer des arguments propres aux adultes et aux scientifiques peut être envisagé, de notre point de vue, pour les jeunes éco-concernés comme une manière d'être pris au sérieux à la fois en tant que jeune et qu'éco-concerné.e.

Ces analyses viennent enrichir la littérature, encore peu fournie sur le rôle des réseaux sociaux dans la socialisation aux comportements pro-environnementaux (Damay *et al.*, 2021 ; Hosany *et al.*, 2022 ; Pigeon, 2023) en précisant comment les réseaux véhiculent les informations et à quels usages elles sont destinées. Nos observations viennent également ancrer ces processus de formation dans l'individuation caractéristique de la modernité tardive (Bauman, 2013 ;



Giddens, 1991). En effet, pour ce qui concerne les modes d'accès à l'information, nous avons soulevé le fait que les jeunes rencontrés se forment seuls en mobilisant les nombreuses ressources disponibles sur Internet. Ils mettent en outre en place des stratégies pour s'assurer de la fiabilité des informations qu'ils collectent. Ce mode de fonctionnement est d'autre part plus en phase avec la structure horizontale du monde digital (Soulié, 2020) plutôt qu'avec le mode traditionnel vertical de transmission des savoirs. Il se présente également comme une des facettes de l'expérimentation.

Ce mécanisme de formation très autonome mais aussi l'importance accordée aux pairs s'inscrit dans le paradoxe du « seul et ensemble » décrit par Decrop (2008). Ainsi, notre analyse des publications traitant de la jeunesse nous a appris que cette génération a développé une forte conscience générationnelle (Dabi, 2021) en raison notamment des chocs qu'elle doit encaisser et que les jeunes cherchent des repères dans des groupes, des communautés constituées autour d'intérêts communs (Gentina, 2008 ; 2014 ; Soulié, 2020). Nos résultats vont dans ce sens car nous avons relevé que nos informants au fur et à mesure de leur cheminement consolident leur identité d'éco-concernés en rejoignant la communauté des éco-concernés à travers le choix de leurs amis, l'adhésion à des associations, la fréquentation des réseaux sociaux et leur consommation de contenu en ligne. Sirieix et *al.* (2023) ont étudié, dans une recherche portant sur les végans et végétariens, le rôle des communautés dans la construction de leur identité. Nos résultats s'inscrivent dans le prolongement de leurs conclusions quant aux différents types de communautés, réelles (physiques et virtuelles) et imaginées (les éco-concernés) et sur la façon dont elles alimentent l'identité des individus. Leurs conclusions sur les différents types de communautés font écho à nos constatations sur les usages de l'information et notamment celles acquises sur les réseaux sociaux car les réseaux sont en effet des communautés virtuelles. En montrant que dans le cadre d'un engagement plus large reposant également sur des convictions et des pratiques, nous observons les mêmes phénomènes, nous venons compléter leurs résultats avec un échantillon plus important et plus jeune.

Nous avons en outre pu établir que certains jeunes recherchent encore davantage l'appui d'une communauté réelle en songeant à adopter des modes de vie alternatifs et à rejoindre des écolieux ou écovillages. Nous l'analysons comme l'expression d'un besoin de sérénité, une « *safe place* » pour vivre pleinement son engagement et ne pas avoir à subir les diktats de la société consumériste. Cette tentation de repli vient contredire ce qu'avait observé Özçağlar-Toulouse (2005) car les consommateurs socialement responsables qu'elle a étudiés affirmaient ne pas

vouloir se mettre en retrait de la société. En dix-huit ans, le contexte ayant beaucoup changé, cet écart peut s'expliquer.

Nous pouvons à l'issue de cette section conclure que nous sommes face à une remise en question des logiques d'accompagnement qui prévalent dans le système éducatif. Comme l'a exprimé l'une de nos informante nous sommes en matière d'écologie dans un modèle de rupture. Ces ruptures se manifestent à divers degrés : rupture avec les schémas traditionnels d'apprentissage, rupture avec les modes de vie jusqu'ici valorisés, rupture avec les projections futures envisageables.

### **Section 3 : Vers une vision de la sobriété comme nouveau récit au cœur d'un régime de réalité écologique**

---

Dès l'introduction de cette recherche, nous avons souligné la singularité de la situation écologique vécue par la jeunesse d'aujourd'hui. C'est en effet ces jeunes qui devront subir plus qu'aucune génération avant eux les conséquences du dérèglement climatique. Ce sont ces conditions anxiogènes qui conduisent nos informants à éprouver de l'éco-anxiété qu'ils tentent de conjurer en s'engageant pour espérer préserver l'habitabilité de la planète et envisager un futur qui soit digne de s'y projeter.

#### **3.1 Une proposition d'explication des bienfaits de l'engagement sur l'éco-anxiété**

Cette recherche contribue à la littérature sur l'éco-anxiété en apportant quelques éléments sur la manière dont les jeunes éco-anxieux arrivent à conjurer leur anxiété. Si la littérature s'intéresse depuis plusieurs années au phénomène de l'éco-anxiété, elle reste encore mal définie (Hogg *et al.*, 2021 ; Pihkala, 2020). Son traitement dans les médias est relativement récent car ce n'est qu'à partir de 2019 – à l'occasion de deux vagues de chaleurs exceptionnelles – que l'on voit émerger le terme d'éco-anxiété dans la presse écrite et il reste peu connu du grand public<sup>171</sup>. En revanche, nous avons pu constater que nos informants l'utilisent pour qualifier leur éventail d'émotions et de questionnements. En effet, dans les milieux éco-concernés le phénomène est largement vulgarisé, il existe des forums dédiés (sur Discord notamment) sur Internet et nous pouvons observer de nombreuses publications sur le sujet sur les réseaux sociaux. L'éco-anxiété y est traitée comme une réponse saine, lucide et rationnelle compte tenu de l'importance de la crise écologique et qu'il peut être utile de s'y confronter en ne n'en minimisant pas les manifestations et en évitant de la pathologiser.

Desbiolles (2020), médecin épidémiologiste, qualifie l'éco-anxiété de « nostalgie du futur », d'inquiétude anticipatoire notamment provoquée par les publications du GIEC sur la viabilité de la planète dans les décennies à venir. Notre recherche vient confirmer ce constat car nous avons relevé que nos informants se réfèrent assez souvent aux conclusions des rapports du GIEC et qu'ils ont une vision plutôt sombre de l'avenir et des difficultés à s'y projeter. Plusieurs études ont également montré l'influence des connaissances (Bernard et Colin, 2023 ; Stanley et

---

<sup>171</sup> « *Eco-anxiété : Analyse d'une angoisse contemporaine* » E. Fougier Fondation Jean Jaurès 02/11/21

*al.*, 2021) et nous avons mentionné à diverses reprises que l'accumulation d'informations étaient une des caractéristiques des éco-concernés. Nos informants se qualifient eux-mêmes d'éco-anxieux mais les réactions que certains de nos verbatims évoquent face à l'inaction et au déni peuvent être également assimilées à de l'éco-colère (Cunsolo et Ellis, 2018).

Il est rapporté dans la littérature récente que l'éco-anxiété suscite une prise de conscience susceptible de contribuer à l'engagement environnemental qui agit positivement sur le bien-être (Pihkala, 2022) et que les actions collectives peuvent avoir un effet positif sur la santé mentale (Schwartz et *al.*, 2022). Nos informants ont confirmé qu'agir concrètement leur procure du bien-être et vient apaiser leur anxiété. Nous tentons toutefois d'apporter quelques précisions sur les possibles mécanismes qui conduisent à améliorer le bien-être des jeunes éco-anxieux dans l'action en nous référant aux dimensions du bien-être psychologique (Ryff, 1989) qui découle de la mise en cohérence de ses valeurs et ses actes (Gurviez et Sirieix, 2017). La conception du bien-être psychologique est fondée sur les principes eudémonistes qui postulent que la réalisation de soi permet d'accéder au bien-être. Nous pouvons entrevoir à la lecture de nos résultats qu'agir au quotidien (en consommant moins par exemple) contribue à satisfaire une partie des besoins psychologiques fondamentaux constitutifs du bien-être psychologique : autonomie, maîtrise de l'environnement et relations positives à autrui. Nous avons déjà évoqué dans nos résultats et dans la section précédente l'importance des communautés, des groupes d'appartenance qui en donnant les clés pour agir confortent sur l'importance des gestes individuels dans l'effort collectif et permettent aux jeunes éco-concernés de ne pas se sentir isolés (relations positives). Nous avons également souligné les émotions positives rapportées par nos informants comme le réconfort, la satisfaction ou la fierté éprouvées à modifier leurs modes de vie. En décidant d'apporter de la consonance dans leur vie, de ne plus éprouver de culpabilité et en décidant de ne pas se conformer aux idéaux de la société de consommation, nos informants expriment leur libre arbitre (autonomie) et éprouvent un sentiment d'efficacité sur leur environnement (maîtrise). D'autre part, plus les significations et la portée des comportements sont compris et acceptés, affirmant un sentiment de choix personnel et volontaire, que l'action est vécue comme autonome et contrôlée plus les bénéfiques en termes de bien-être sont importants (Sarrazin et *al.*, 2011) et plus les habitudes sont appelées à perdurer (Verpanken et Whitmarsh, 2021). Nous retrouvons ici l'importance de la communauté des éco-concernés et de l'accès à l'information qui permet d'une part de se sentir légitime et d'autre part d'évaluer les choix opérés. Ces choix dérivent de l'acceptation d'une forme de responsabilité, notion très présente dans ce travail doctoral.

### 3.2 Illustration de deux niveaux de responsabilité

Si la responsabilité a été souvent évoquée au cours de cette recherche, nos résultats mettent au jour deux niveaux différents de responsabilité qui peuvent être reliés à des cadres conceptuels distincts car le principe de responsabilité recouvre en effet des acceptions très diverses. Son invocation semble être devenue une réponse récurrente face à l'adoption du néolibéralisme comme mode dominant de gestion des sociétés, la baisse de l'influence de l'État et l'accent mis sur la portée de l'action individuelle des citoyens-consommateurs (Salles, 2009 ; Veresiu et Giesler, 2018).

Nous avons évoqué dans la section précédente que c'est le sentiment de pouvoir agir, la capacité d'action (*agency*) individuelle et instantanée permettant d'établir une conformité entre les valeurs et les actes qui favorise la réalisation de soi. Or la littérature a identifié que ces dynamiques reposant sur des processus d'individualisation sont du ressort de la **responsabilisation individuelle** au cœur de la gouvernance des sociétés de la modernité tardive (Luchs et *al.*, 2015 ; Rumpala, 2009b ; Salles, 2009). En s'appuyant sur le principe de gouvernementalité développé par Foucault (1978) généralement associé à la participation volontaire de celui qui est gouverné, un individu responsable, entreprenant et autonome, Rumpala (2009b) a utilisé le terme de *gouvernementalisation* de la consommation<sup>172</sup> pour décrire les phénomènes de responsabilisation du consommateur en matière de comportements pro-environnementaux. Au sein du courant de la *Consumer Culture Theory* (CCT), différents auteurs ont théorisé la responsabilisation du consommateur et notamment dans le domaine de la consommation durable. Giesler et Veresiu (2014) ont par exemple étudié les dispositifs néolibéraux de responsabilisation individuelle en matière de consommation verte, qu'ils qualifient de « mythologie néolibérale de la responsabilité ». Ces dispositifs schématisés en quatre temps encouragent le consommateur à se sentir responsable à la fois du problème et de la façon d'y remédier. Cette responsabilisation repose sur l'espoir entretenu d'une amélioration collective qui dépasse le cadre individuel (*ibid.*) et crée un idéal de bon citoyen (Cherrier et Türe, 2023). Cependant, il apparaît que la diffusion de normes de comportements par les gouvernements, les « petits gestes » n'aient pas produit les résultats escomptés (Beji-Becheur et *al.*, 2021 ; Cherrier et Türe, 2023). Ils font par ailleurs l'objet de vives critiques qui y voient un moyen déguisé de

---

<sup>172</sup> Repris par Beji-Becheur et *al.* (2021) qui la définissent ainsi : « un processus d'action politique sur les comportements individuels s'exerçant en dehors de la coercition de sorte que l'obligation générée soit intériorisée, consentie, voulue même et donc aucunement vécue comme une obligation extérieurement imposée » (p.2)

pallier les failles systémiques (Thompson et Kumar, 2022) et renvoient les individus à leur incapacité à faire bouger le système (Dubuisson-Quellier, 2023). Nous avons toutefois constaté que nos informants ont endossé cette responsabilité comme une évidence dans l'espoir que de petits changements individuels initieraient un mouvement collectif plus large. Nos résultats sont cependant davantage dans la lignée des recommandations de Beji-Becheur et *al.* (2021) qui préconisent des démarches « *bottum-up* » initiées par des collectifs citoyens. Nos informants envisagent en effet leur responsabilité plus dans un esprit de consommation engagée (Dubuisson-Quellier, 2018). Ils considèrent que leur rôle est de montrer l'exemple (dans le sens de « comment faire ? », sur la base de l'imitation), de partager des compétences, « d'inspirer » pour initier des changements dans leur entourage. Cette responsabilité s'inscrit dans la conscience d'une forme d'*empowerment*, de pouvoir individuel (Hache, 2007). Sans occulter la responsabilité des institutions, les éco-concernés rejoignent en partie les conclusions de Thompson et Kumar (2022) qui, à partir de l'exemple du mouvement « *slow food* » considèrent que les solutions volontaires et privées sont préférables aux solutions réglementaires car elles permettent de développer des systèmes alternatifs qui, bien qu'imparfaits, sont une des pièces du puzzle vers une société plus écologique.

Nous avons déjà évoqué la forte conscience générationnelle dont font preuve les jeunes (Dabi, 2021). Cette conscience qui peut s'apparenter à une conscience de classe – dans la mesure où les jeunes d'aujourd'hui confrontés au dérèglement climatique partagent des conditions objectives d'existence – leur donne le sentiment d'appartenir à un groupe qui a le devoir d'agir. C'est cette deuxième forme de responsabilité, plus philosophique et moins pratique que la responsabilité individuelle, que cette recherche a également mise en évidence. Cette forme de responsabilité s'inscrit dans le prolongement des écrits de Jonas dans *Le Principe de Responsabilité* (1990). La responsabilité jonassienne est une **responsabilité morale**, c'est une responsabilité pour autrui et une responsabilité devant l'avenir. Jonas défend le principe d'une perpétuation de l'humanité dans l'avenir et que les conditions de sa survie résident dans l'établissement d'une nouvelle responsabilité fondée sur le principe du « pouvoir faire » : « *tu peux donc tu dois* » (*ibid.* p.177). Cette responsabilité est cependant difficile à concevoir car elle engage à l'égard d'un futur qui n'existe pas, qu'il faut l'envisager de façon anticipée sans espoir de relation de réciprocité. Jonas articule le mode opératoire de son principe de responsabilité en mobilisant l'heuristique de la peur, qui selon lui est une incitation à la connaissance, et le savoir, qui permet de connaître les risques et d'agir en conséquence, doit devenir une obligation prioritaire. Aujourd'hui cependant, et les jeunes éco-concernés l'ont

intégré, l'humanité a le pouvoir s'auto-détruire plus que n'importe quand auparavant mais les menaces n'apparaissent pas suffisamment pressantes pour inciter les sociétés humaines à modifier leurs comportements, les dangers semblent encore pour beaucoup lointains et peu tangibles. Tout au long de la formulation de nos résultats nous avons mis au jour, dans la sélection de verbatims présentés, des éléments qui confirment que nos informants ont fait ou sont en train de faire leurs ces arguments. On retrouve l'expression de l'inaction qui les choque, l'urgence qui les terrifie et l'importance dévolue aux savoirs.

Nos informants accordent une importance particulière à la connaissance et considèrent que pouvoir y accéder leur confère une forme de privilège. C'est ce privilège d'être « sachants » qui leur donne aussi la responsabilité d'agir. Ils rejoignent en cela également les convictions de Jonas dont la théorie est fondée sur le présupposé que l'être humain étant doté de la connaissance et de la possibilité d'agir, il est responsable de son action, il ne peut s'y dérober. D'ailleurs, plusieurs de nos informants ont aussi exprimé le fait que n'ayant pas d'autres contraintes qu'eux-mêmes ils ont aussi cette liberté d'agir.

Par conséquent, les jeunes éco-concernés que nous avons rencontrés considèrent que pour assumer d'une part leur responsabilité individuelle, ils doivent adopter un mode de vie sobre qui, dans l'esprit du point de bascule (*tipping point*) de Gladwell (2006) peut entraîner un mouvement collectif (« une épidémie sociale ») et d'autre part, que leur responsabilité morale peut se traduire par la mise en œuvre de différentes stratégies pour convaincre les non-concernés. La typologie des **leviers d'actions** que nous avons développée est une illustration des manières que nos informants jugent les plus pertinentes pour assumer cette responsabilité. Pour rappel il s'agit de militer, éduquer et communiquer. En dehors d'articles sur les jeunes activistes, il n'existe à notre connaissance que peu de développements dans la littérature sur les différents courants proches de la sobriété évoquant les stratégies envisagées pour inciter les non-concernés à changer leurs modes de vie. En matière de pratiques de déconsommation, nous pouvons nous référer à celles évoquées par Séré de Lanauze et Siadou-Martin (2013) en trois volets : éduquer/informer, convaincre/militer et réguler/interdire. Si nous retrouvons dans notre typologie des similitudes de terminologies, les idées sous-jacentes sont assez différentes. D'une part les leviers d'actions envisagés par nos informants vont au-delà des pratiques, ils ont pour objectif une sensibilisation plus large aux problématiques environnementales et d'autre part ils sous-entendent un investissement personnel du jeune.

Enfin, nous pouvons également relever que nos informants ont la volonté d'exprimer leurs préoccupations environnementales en paroles ou en actes et qu'ils pensent que cela peut être

une manière d'inciter les autres à changer. Le peu de recherches existantes sur les jeunes a montré au contraire qu'une grande partie d'entre eux était plutôt réticente à partager ses convictions (e.g. Lachance, 2022 ; Perera et *al.*, 2018). Guillard (2023) a de son côté mis en évidence quatre types de comportements chez des adultes de tous âges face aux non-concernés et deux d'entre eux consistent à taire son engagement.

Nous avons déjà plusieurs fois mentionné l'importance que nos informants accordent à la connaissance et la volonté qu'ils ont de la diffuser. Au sein des « *futures studies* », Bell (1997) insiste sur le fait qu'acquérir des connaissances relève de la responsabilité morale. Il s'agit en effet de pouvoir faire des choix et prendre des décisions pertinentes en vue de construire un futur envisageable. Pour Bell (1997) comme pour Jonas (1990), toute pensée éthique comporte un élément de futur et tous deux enjoignent les sociétés à accorder de la valeur à la protection des générations futures. Afin d'en garantir la viabilité, nos informants ont pour certains appelé à la construction de nouveaux imaginaires pour concevoir un futur envisageable dans lequel se projeter.

### 3.3 Une ouverture vers la définition de nouveaux imaginaires

Pour Martuccelli (2014), le mode d'interprétation du monde dans lequel nous vivons dépend de ce qu'il appelle un régime de réalité et dont les limites sont imaginaires, c'est-à-dire les représentations marquant la frontière entre le possible et l'impossible et qui sont des constructions sociales. Jusqu'à présent les sociétés ont connu trois grands régimes de réalité : le régime religieux de réalité, le régime politique de réalité et celui qui s'est imposé comme modèle dominant, le régime économique de réalité. C'est ce régime qui, puisant ses racines dans la modernité, construit à travers une lecture économique les représentations d'ensemble de la vie sociale. Pour Martuccelli cependant, un quatrième régime qui dessaisirait l'économie de son hégémonie pourrait émerger : **le régime écologique de réalité**. Tout comme Jonas, auquel il se réfère, Martuccelli évoque la peur, la possibilité imaginaire de conséquences négatives et néfastes comme base pour construire ce régime de réalité. Dans le régime économique c'était la peur de manquer qui prévalait, dans le régime écologique c'est la peur de la catastrophe. L'imaginaire de la catastrophe repose sur l'idée d'un seuil « *dont le dépassement entraîne immédiatement des conséquences inexorables* » (*ibid.* p.491). Nos informants, lorsqu'ils appellent à définir de nouveaux imaginaires ne formulent sans doute pas les choses de cette façon mais ce qui est sous-jacent dans leurs discours est bien la volonté de redéfinir des



limites qui soient en adéquation avec les limites terrestres et le respect de la biodiversité dans son ensemble.

Par conséquent, si nous voulons entrer dans une « *ère écologique* » (Morin, 2020), il est impératif pour les différents auteurs de définir une nouvelle éthique et de transformer l'éthique classique, dont l'orientation est essentiellement anthropocentrique en une éthique d'avenir. Cette éthique a pour principe une **reconceptualisation des rapports entre l'homme et la nature**. Cette idée a été très souvent exprimée lors de nos entretiens et nous avons relayé dans nos résultats que nos informants voyaient le vivant comme un tout indissociable, inscrivant l'humain dans une nature globale selon une conception animiste des rapports entre les humains et les non-humains (Arnould, 2022 ; Helkulla et Arnould, 2022 ; Marchais, 2023 ; Marchais et al., 2021).

Morin (2020) dit par exemple qu'« *il faut cesser de voir l'homme comme un être surnaturel, et abandonner le projet formulé par Descartes, puis par Marx, de conquête et possession de la nature* » (p.50). C'est en effet la modernité qui a conduit à la fin des grands récits et à une séparation ontologique entre l'homme et la nature. Ainsi, pour Jonas (1990), la technique moderne et la place centrale qu'elle occupe désormais dans la vie humaine ont élargi le champ d'action de l'être humain au-delà de l'enclave à l'intérieur des mondes non humains qu'il occupait jusqu'alors (*ibid.*). Par conséquent pour de nombreux auteurs, il s'agit de repenser le lien entre l'Homme et la biosphère. Nous supposons que lorsque nos informants évoquent de nouveaux imaginaires c'est à cela qu'ils font en partie référence, à une forme de rupture avec l'extériorité de l'homme face au vivant (Villaba, 2023) et lorsqu'ils évoquent de nouveaux récits ils appellent à « *déjouer le récit officiel dans ses variantes gestionnaires (...) et forger de nouveaux imaginaires pour l'Anthropocène* » (Bonneuil et Fressoz, 2016 p.13). Ce nouveau récit est celui de la sobriété, une sobriété désirable et pourvoyeuse de bien-être.



## CONCLUSION GÉNÉRALE

Au travers d'entretiens, une observation en ligne et l'analyse de données secondaires, nous avons rassemblé un riche corpus qui contribue à une meilleure compréhension des significations et pratiques attachées à la sobriété des jeunes éco-concernés de 17 à 25 ans. Ces derniers plébiscitent la sobriété et l'interprètent comme une réduction de la consommation, ce qui induit des renoncements mais également parfois des compromis. Ils la considèrent comme étant à la fois subie et volontaire dans la mesure où l'urgence ne leur laisse pas le choix mais aussi par conviction que cette voie est la bonne. Leur acception de la sobriété, les pratiques qu'elle induit et les aspects politiques et identitaires qu'elle revêt, nous ont conduite à proposer d'en faire un cadre intégrateur à différentes approches théoriques comme l'anti-consommation ou la déconsommation.

Notre étude à l'échelle micro-sociale des dynamiques de socialisation qui ont conduit nos informants à devenir des éco-concernés, nous a révélé une succession d'influences significatives en au moins deux étapes que nous avons qualifiées de « terreau » et « déclic ». Nous en avons conclu que sans terreau, le déclic en l'absence de prémisses d'une sensibilisation, ne pourra conduire à l'engagement. En confirmant le rôle prépondérant des pairs et des communautés de pairs dans la socialisation secondaire et en explorant le rôle des réseaux sociaux, nous avons en partie approfondi les voies de recherche préconisées en matière de comportements pro-environnementaux. Notre mise en lumière de la forte demande d'informations nourrie par des activités de recherche individuelle en dehors de tout cadre éducatif nous a conduit à envisager que la socialisation est en partie dépendante de démarches autonomes éloignées des logiques d'accompagnement qui prévalent aujourd'hui notamment dans le système éducatif.

Les réflexions de nos informants sur leur éco-anxiété et leurs ressentis positifs quant aux modes de vie adoptés nous ont également amenée à entrevoir les dimensions eudémoniques du bien-être éprouvé par la recherche au quotidien de consonance entre les valeurs et les actes et à en proposer une amorce d'explication.

Enfin, nous avons vu émerger de nos données une prévalence de la notion de responsabilité. À la fois issue d'une conscience générationnelle affirmée, de l'espoir d'un mouvement collectif et de préoccupations profondes pour le non-humain, cette responsabilité est sise à deux niveaux.

Au niveau individuel, cette responsabilité se matérialise par la capacité à agir au quotidien et repose sur l'espoir d'initier un mouvement chez les non-concernés. Nous proposons à ce sujet une typologie en quatre profils en fonction des leviers d'action plébiscités par nos informants pour convaincre. À un degré plus global, nous nous référons à l'œuvre de Jonas (1990) en considérant une facette morale de la responsabilité qui repose sur la volonté sous-jacente de nos informants de redéfinir les contours de l'éthique pour y inclure les non-humains et le devoir d'agir dans l'intérêt des générations futures.

En décryptant comment les jeunes deviennent des éco-concernés, cette recherche doctorale a pour objectif de contribuer à identifier des leviers pour encourager l'adoption de pratiques de consommation sobre. Ses différentes contributions nous conduisent à développer quelques recommandations sur les plans sociétal, managérial et éducatif.

Il s'agit dans le développement de nos implications de faire dialoguer deux types de démarches. Une première voie consiste à faciliter le quotidien des éco-concernés dans leur adoption d'un mode de vie sobre et une seconde à développer les conditions qui vont permettre de conduire l'ensemble de la société à plus de sobriété. Comme le dernier rapport du GIEC le montre, il est en effet urgent et vital que les pouvoirs publics, les politiques et l'ensemble des citoyens prennent pleinement conscience de l'irréversibilité des dommages climatiques et de l'obligation devant laquelle nous sommes de réduire les activités humaines qui bouleversent le climat à un rythme sans précédent.

### **Implications sociétales**

En nous appuyant sur notre corpus, nous considérons que nous nous devons dans la formulation des implications de toujours garder à l'esprit que pour que toute mesure en direction des individus soit efficace, elle doit reposer sur une base volontariste. Il existe une littérature importante en psychologie sur le bien-être psychologique dans laquelle est soulignée l'importance des motivations autonomes, c'est-à-dire spontanées et choisies (Sarrazin et *al.*, 2011). Dans ce sens, nous nous inscrivons dans la lignée des recommandations pour l'action publique faites par Beji-Bécheur et *al.* (2021) qui prônent une approche permaculturelle reposant sur le développement d'écosystèmes locaux et de collectifs citoyens.

Sur la base de nos résultats, nous préconisons que les pouvoirs publics libèrent, par la fiscalité et la législation, les **initiatives à petite échelle** pour que les citoyens se réapproprient leurs territoires et redynamisent leurs communautés autour de projets écologiques et sobres. Le changement de société pouvant s'incarner dans une autre manière d'habiter, nous pouvons par

exemple envisager le développement et la promotion de davantage d'éco-lieux ou « oasis écologiques ». Les collectivités territoriales les aideraient à s'insérer dans le tissu local et accompagneraient pour en assurer la viabilité, notamment financière. Leur pérennité est en effet conditionnée à une bonne insertion dans le territoire d'implantation et à l'adhésion au projet des pouvoirs locaux et des populations voisines. C'est aussi souvent la difficulté à atteindre l'auto-suffisance<sup>173</sup> ou la pérennité financière qui conduisent à l'abandon des projets. Aujourd'hui en effet, environ 80% des projets échouent à cause de mauvaises relations locales et de questions de viabilité économique.

Ces lieux pourraient également être dédiés à des activités pédagogiques, ateliers ou séjours d'immersion pour des enfants citadins peu en contact avec la nature.

Si une forte proportion de nos informants semble tentée par cette alternative, la vie en éco-lieu ou écovillage n'est pas plébiscitée par tous et n'est pas adapté à tous types de profils. Cela est souvent considéré comme trop radical notamment pour des informants qui veulent être actifs au cœur de la société comme Edgar, Faustine ou Chloé. Par conséquent, il est sans doute envisageable de favoriser des initiatives autour de projets à encore plus petite échelle comme celui de notre informant Mathias qui vit dans une maison divisée en appartements où chacun travaille à l'extérieur mais contribue par ses compétences à la vie de la maison/communauté : maraichage, boulangerie, réparation, ferme pédagogique...agissant comme un véritable écosystème écologique en partie autonome.

Il semble également indispensable de développer davantage les réseaux de ressourceries et d'encourager le développement de lieux dédiés à la maintenance et la réparation mais aussi à l'apprentissage des gestes oubliés : réparer un vélo, des appareils électro-ménagers, fabriquer une serre, un poulailler, monter un potager en permaculture, coudre une robe, réparer un pantalon...Ces lieux sont d'autant plus utiles que leur fréquentation encourage à repenser sa consommation de manière globale (Godefrey et *al.*, 2022). Notre informant Loïc par exemple qui veut se déplacer exclusivement à vélo et vit de façon très minimaliste nous a évoqué ce besoin de retrouver des savoir-faire qui nous manquent pour avancer dans la voie de la sobriété.

Nous avons au cours de cette recherche confirmé la nécessité du **contact avec la nature** dans l'enfance. Par conséquent, les pouvoirs publics en lien avec l'éducation nationale doivent favoriser ce contact dès la petite enfance. Il s'agit de développer des infrastructures selon les spécificités des territoires comme par exemple :

---

<sup>173</sup> <https://greenly.earth/fr-fr/blog/guide-entreprise/qu-est-ce-qu-un-ecolieu-eco-lieu-et-comment-fonctionne-t-il#anchor-39>

- L'accroissement des espaces naturels protégés, de sentiers de randonnées pour tous niveaux, entretenus et balisés, accessibles à tous avec des points d'information ludiques et complets, et le développement de réseaux de transports bas carbone depuis le cœur des villes pour y accéder.
- Le renforcement de l'implantation de fermes pédagogiques et de maisons de la Nature à l'image de celles implantées dans les Côtes d'Armor à l'initiative du département en partenariat avec les communes, intercommunalités et associations locales. Ces maisons proposent des expositions, animations et différentes activités au cœur de la nature.
- L'implantation systématique de jardins aromatiques, vergers, potagers, ou de poulaillers dans les crèches, les écoles maternelles et primaires pour sensibiliser les enfants à la biodiversité et aux cycles de la nature. Cela signifie transformer ces lieux en ce que Hétier et Wallenhorst (2023) appellent des « *arches de la vie* ».

Nos résultats ont mis au jour de manière récurrente l'importance de **l'accès à l'information** pour amorcer et accroître la sensibilisation aux comportements pro-environnementaux. Malheureusement, et cela est d'autant plus vrai pour ce qui concerne la question environnementale, de nombreuses fausses informations ou informations tronquées circulent. Il est de la mission des pouvoirs publics de diffuser, expliquer, vulgariser encore davantage l'information scientifique par le biais d'une institution neutre, non politique à vocation informationnelle sûre dont le rôle serait aussi de pointer les pseudos rapports scientifiques qui viennent brouiller le message (dans le prolongement des missions de l'ADEME par exemple). Il est aussi de la mission des institutions de valoriser ce qui relève de la science, des faits et non de l'opinion par la création par exemple d'un label dédié. En effet, le climato-dénialiste est en train de gangréner la société et même les propos des scientifiques sont remis en doute de manière quasi systématique sur les réseaux sociaux<sup>174</sup>. Notre informant Erwan nous a par exemple indiqué devoir consacrer beaucoup de temps à vérifier les informations, recouper les sources et tenter d'en faire une synthèse.

Notre recherche a en revanche montré que l'utilisation du numérique était un des points faibles du bilan carbone de nos informants. Cette constatation prolonge le travail de Guillard et *al.* (2023) sur la difficulté à appliquer au quotidien les recommandations portant sur l'utilisation du numérique. Nous recommandons de développer des campagnes de sensibilisation avec des messages clairs ciblant les usages précis des jeunes (du type : « La 4G consomme 23 fois plus

---

<sup>174</sup> « *Climat : les scientifiques, premières cibles de l'armée du doute sur le réchauffement* » Le Monde 05/10/23

d'énergie que le wifi », « 10h de film en streaming HD représentent plus de données que tous les articles en anglais de Wikipédia »<sup>175</sup>) et renforcer les filières de recyclage et de reconditionnement.

À un niveau beaucoup plus global et cela s'étend sans doute au-delà de nos frontières, il est temps de réfléchir au **statut des non-humains**, c'est-à-dire les animaux et autres membres de la communauté biotique naturelle (Helkkula et Arnould, 2021) en termes de droit et de législation. Cette thématique, dont nous avons discuté et qui est du ressort de l'éthique (Jonas, 1990), est très présente dans nos données mais aussi dans un nombre croissant de recherches traitant de questions environnementales (*e.g.* Arnould, 2022 ; Marchais, 2023). Cette question relève aussi de la survie humaine dans la mesure où la vie sur Terre est dépendante de nombreux équilibres et d'interdépendances entre les espèces, dont l'espèce humaine (Hétier et Wallenhorst, 2023). Notre recherche confirme la prégnance nouvelle de ces réflexions et appelle à une redéfinition de la place de l'Humain et une « *reconnaissance des droits et des contributions de diverses multiplicités d'êtres vivants à tous les processus éco-économiques dans lesquels les êtres humains s'engagent également.* » (Arnould, 2022 p.88).

Ces implications sociétales doivent trouver un écho dans les entreprises, qui agissent à la fois comme acteur économique et employeur et peuvent en renforcer les effets par des actions spécifiques.

### **Implications managériales**

La crise climatique ne pourra en effet être atténuée sans une réflexion des entreprises qui alimentent *la machine à consommer* (Morin, 2011), à la fois responsables et figures de proue de la gestion des enjeux environnementaux (Collin-Lachaud et N'Goala, 2023). En effet, la responsabilité des efforts ne peut reposer uniquement sur les consommateurs (Volle et Schouten, 2022). Pour devenir des modèles et des moteurs du changement, les entreprises, productrices et distributrices, doivent à la fois répondre aux besoins des éco-concernés et encourager la réduction en général de la consommation. En effet, les modèles d'affaires (*business models*) des entreprises et les pratiques des consommateurs sont liés, ouvrant de multiples possibilités de changement (Gossen et Kropfeld, 2021 ; Juge *et al.*, 2022).

---

<sup>175</sup> Source : « *Changement climatique, On va réussir !* » Geo Ado Printemps 2022

*Consommer autrement au quotidien*

À partir de l'identification des pratiques plébiscitées ou au contraire vilipendées par nos informants, nous pouvons définir quatre piliers sur lesquels appuyer notre réflexion concernant les implications pour les praticiens du marketing sur leur **manière de construire et de distribuer l'offre** : gaspillage/surconsommation, durabilité, bien-être animal et emballages.

Nos informants identifient la surconsommation comme étant à l'origine des problèmes environnementaux et par conséquent c'est un virage important à prendre pour de nombreuses entreprises de promouvoir la fin de l'abondance et la fin de l'incitation permanente à renouveler ses achats et ses possessions. Nous pouvons tout d'abord considérer de **réduire les gammes** et les assortiments et la fréquence de leur actualisation. Nous sommes en effet entrés ces dernières décennies dans une spirale inflationniste dans la taille des gammes et la vitesse de renouvellement des modèles dans toutes les familles de produits, du jambon à la voiture en passant par le textile et les équipements numériques (Menezes et Pinto, 2022 ; Menezes et *al.*, 2021).

En termes de quantités ensuite, il apparaît pertinent d'instaurer le principe de la « juste dose » par davantage de propositions de produits en vrac, à l'unité ou portionnables selon les besoins et d'abandonner les promotions de types « gros volumes » ou « 3 pour 2 » qui poussent à l'hyperconsommation. Il s'agit également de **réapprendre la mesure** par la mise à disposition d'outils facilement accessibles permettant de connaître quelle proportion utiliser pour les produits alimentaires, cosmétiques ou d'hygiène mais aussi pour l'entretien des textiles (à quelle fréquence les laver par exemple<sup>176</sup>).

L'ensemble des parties prenantes devrait se donner pour mission de développer massivement les solutions facilitant le don, le prêt, le partage et la location de préférence à l'achat.

Lorsque nos informants achètent des produits neufs ils recherchent des produits solides, qui vont durer le plus longtemps possible comme Victoria et ses chaussures de sport ou ses lunettes. Ils souhaitent privilégier des produits de qualité, moins polluants, si possible fabriqués en France. Ainsi, ce sont ces caractéristiques qui doivent être intégrées à la chaîne de valeur des entreprises et prévaloir dans la conception des produits. Ce sont ces **signes de qualité et de durabilité** qui doivent être mis en avant et devenir plus valorisés que par exemple les images de luxe ou d'exclusivité (Ben Kemoun, 2022).

---

<sup>176</sup> Le lavage des vêtements libère des microplastiques et nous lavons trop souvent les vêtements avant qu'ils ne soient vraiment sales (Source : Nowu, ta planète, ton média).



Afin de contribuer à accroître la longévité des produits, il convient aussi de penser des gammes de pièces de rechange, composantes et consommables en complément du déploiement d'ateliers ou de lieux dédiés à l'entretien et la réparation avec la mise à disposition d'outils notamment. Les collections de produits doivent être conçues dans une **vision temporelle plus longue** avec pour objectif la pérennité plutôt que l'effet de mode et il peut même être envisagé de ne plus proposer certains produits à la vente (nous pensons aux grandes baignoires par exemple).

Les niveaux de consommation actuels dépassent la capacité de nos écosystèmes à les soutenir. Ainsi, globalement il ne faut **plus penser jetable ni même recyclable mais durable**. C'est que préconise d'ailleurs Zéro Waste France<sup>177</sup> qui milite en faveur de la consigne pour réemploi des emballages, plus particulièrement en verre considérant que le plastique a vocation à être éradiqué. Selon cette association la grande majorité des entreprises ne mesure pas la gravité des risques inhérents au plastique et continue de l'utiliser massivement. Nos informants évitent au maximum les produits suremballés et surtout ceux dans du plastique. Guillaume par exemple a évoqué des pains au chocolat vendus par six et emballés chacun individuellement pour nous donner un exemple de ce qui l'interpelle au quotidien lorsqu'il fait ses courses. À titre d'illustration, en matière de cosmétiques et d'hygiène, nous voyons se développer les gammes de produits solides (savon, shampoing, déodorant, dentifrice) qui commencent à être étendues à d'autres familles (savons pour la vaisselle). Ces produits qui ne demandent pas de conditionnement plastique ont en outre pour avantage de ne pas contenir d'eau, leur composition est simple et sans conservateur et ils ont des durées d'utilisation plus longues que leurs équivalents solides. Ce marché reste pour le moment un marché de niche car il peine à convaincre des consommateurs encore très attachés aux produits liquides<sup>178</sup> et manque d'innovations. Il a connu cependant des taux de progression encourageants (1% d'utilisateurs en 2019 contre 7,5% en 2021) mais reste à présent stable. Nous invitons fabricants et distributeurs à faire davantage preuve de pédagogie pour promouvoir les alternatives solides et s'intéresser également aux produits en poudre qui peuvent être vendus en vrac. Pour les produits liquides nous appelons à généraliser les produits rechargeables et le vrac.

Chloé, une de nos informantes, coud des sacs en tissu pour ses achats de vrac ou de fruits et légumes et des charlottes pour remplacer le film étirable. Les sacs ont été supprimés depuis plusieurs années en caisse dans les supermarchés, on entrevoit une timide percée en non alimentaire et les consommateurs se sont adaptés, pourquoi n'en serait-il pas de même pour les

---

<sup>177</sup> <https://www.zerowasteFrance.org/projet/consigne-reemploi/>

<sup>178</sup> LSA 1<sup>er</sup> juin 2023.

contenants en rayon et au domicile ? Nous pouvons imaginer que les entreprises accompagnent les consommateurs dans leur quotidien en leur proposant des **substituts réutilisables aux produits à usage unique** ou quasi-unique à une plus grande échelle. Ces produits existent mais sont peu diffusés en dehors des magasins bio ou spécialisés dans les alternatives durables.

Nos informants sont pour la plupart devenus végétariens ou ont fortement réduit leur consommation de produits animaux. Plusieurs d'entre eux nous ont fait part de leurs différentes difficultés dans l'adoption d'un régime végétarien et encore plus végan. Ce marché est en plein essor et continue à progresser (+3% en 2022 dans un contexte de baisse générale de la consommation<sup>179</sup>), il est cependant en partie occupé par des produits industriels, très transformés et nous pensons que l'offre doit continuer à s'étoffer mais avec des produits sains et le plus naturels possible. Les difficultés d'industriels spécialisés dans les substituts végétaux comme Beyond Meat ou Impossible Food sont une illustration du besoin de réassurance des consommateurs sur la composition des produits<sup>180</sup>. Nous appelons ainsi les parties prenantes à **faciliter l'adoption d'un régime végétarien** et en particulier les restaurateurs qui ont tout intérêt à offrir un vrai choix diversifié de plats végétaux.

Le végétarisme est choisi pour des raisons environnementales d'exploitation des ressources par l'élevage mais aussi pour des questions de bien-être animal. Ces questions méritent d'être étudiées à la fois dans les produits liés aux animaux comme les produits laitiers mais aussi pour tout ce qui concerne les essais sur animaux comme dans les cosmétiques (Séré de Lanauze et Sirieix, 2021). Le développement de produits vegan (sans cuir, ni laine ni fourrure notamment) est également un axe à privilégier pour répondre aux attentes des jeunes éco-concernés dans le domaine de l'équipement de la personne.

Nous avons relevé que l'information joue un rôle prépondérant dans la vie quotidienne des jeunes éco-concernés. Nous invitons les entreprises à prendre plus profondément en compte cette donnée car une recherche précédente nous a montré que ce sont les jeunes en général qui sont très demandeurs d'informations fiables, « honnêtes » (Lechartre, 2022). Il s'agit d'être transparent sur les ingrédients les conditions de production et de transport et notamment sur le respect des écosystèmes et de la biodiversité. L'information est aussi destinée à conseiller, rassurer et orienter les consommateurs dans leurs choix et nous appuyons la généralisation de l'affichage environnemental et invitons à son accélération.

---

<sup>179</sup> Source : Points de Vente 01/02/23

<sup>180</sup> « *Le marché de l'alimentation végane et végétarienne : vers une nouvelle donne ?* » Xerfi, 28/03/23

*Travailler autrement*

Sans parler spécifiquement des éco-concernés, les jeunes qui se présentent sur le marché du travail se distinguent de leurs aînés par des aspirations et des attentes différentes. Cela se manifeste à travers le désir de trouver une forme de satisfaction dans le travail, de rechercher de l'authenticité et des relations affectives, de cultiver créativité et engagement et de partager des expériences (Gentina et Delécluse, 2018). Pour la génération Z, le travail n'est pas prioritaire mais s'insère dans une vision plus globale de l'existence et l'entreprise a perdu dans leur esprit le caractère sacré qu'elle pouvait avoir autrefois (Gentina et al., 2022). En outre, la transformation de l'entreprise la plus attendue par les nouvelles générations se situe au plan environnemental<sup>181</sup>.

Pour les jeunes éco-concernés, la quête de sens et l'équilibre entre travail et valeurs sont des aspects encore plus centraux. Nous avons par exemple rencontré Noé, jeune ingénieur qui a finalement quitté son entreprise car il ne se reconnaissait pas dans les valeurs de l'entreprise et surtout se sentait incompris. Nous pouvons, à partir de ce témoignage notamment, relever deux points clés à destination des employeurs.

En premier lieu, les valeurs écologiques mises en avant ne doivent pas être des valeurs de façade ni une simple soumission aux contraintes d'une politique RSE. De même nous enjoignons les entreprises à ne pas sacrifier ces valeurs en raison d'un contexte compliqué et à garder de la cohérence dans l'ensemble de leur activité (Collin-Lachaud et N'Goala, 2023). C'est un exercice parfois difficile, tant le « *back to basics* » est ancré dans l'ADN de la plupart des organisations lorsque le marché se tend.

En second lieu, les entreprises devraient accepter de se plier à un certain nombre de contraintes. L'une des plus emblématiques est d'intégrer le fait que les employés puissent **refuser de prendre l'avion**. L'actualité très récente nous confirme que c'est un cas de figure qui se présentera de plus en plus fréquemment à l'image de ce chercheur allemand en mission en Papouasie Nouvelle Guinée menacé de licenciement car il refuse de rentrer en Allemagne en avion pour des raisons écologiques<sup>182</sup>.

Notre informant Edouard a également évoqué sa volonté de n'avoir qu'un seul ordinateur, à la fois professionnel et personnel et pas de voiture de fonction. Il nous a aussi parlé de la

---

<sup>181</sup> « *Au travail, les jeunes diplômés demandent plus de flexibilité et un vrai engagement écologique* » Le Monde 10/04/23

<sup>182</sup> Gianluca Grimalda chercheur à l'institut de Kiel pour l'économie mondiale [https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/dans-la-peau-de-l-info/environnement-un-climatologue-se-dit-menace-de-licenciement-pour-refuser-de-prendre-l-avion\\_6074169.html](https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/dans-la-peau-de-l-info/environnement-un-climatologue-se-dit-menace-de-licenciement-pour-refuser-de-prendre-l-avion_6074169.html)

satisfaction qu'il éprouve à pouvoir profiter de demi-journées libérées pour aller explorer des projets de nature sociale et/ou environnementale. Ce type d'initiatives l'aide à assumer de travailler dans l'informatique.

Par conséquent, en nous appuyant sur le vécu d'Edouard, nous invitons les entreprises à s'ouvrir à de nouvelles propositions de contextes expérientiels à vivre en dehors de l'entreprise par des projets qui vont apporter aux jeunes de la consonance dans leur vie professionnelle.

De manière plus quotidienne, nous suggérons de promouvoir les mobilités douces, les cantines végétariennes et zéro déchet, les fournitures et appareils reconditionnés. Nous pouvons imaginer également l'implantation sur les toits des entreprises comme cela existe déjà sur celui de supermarchés et hypermarchés de jardins potagers entretenus par les employés ou les habitants du quartier avec éventuellement l'aide d'un « coach jardinier ». Il existe aujourd'hui des initiatives de ce type proposées par des prestataires extérieurs qui permettent également de promouvoir les circuits ultra-courts à l'intérieur de l'entreprise ou dans son environnement immédiat.

### **Implications pour le marketing**

À l'ère de l'Anthropocène et du dépassement de 6 des 9 limites planétaires, un certain nombre de chercheurs en marketing appellent à repenser leur discipline (*e.g.* Giannelloni, 2023 ; Rémy et Roux, 2022 ; Volle et Schouten, 2022) et à revoir les finalités et les modalités de la décision marketing (Collin-Lachaud et N'Goala, 2023). Ils font écho aux préoccupations de nos informants qui réclament **l'émergence de nouveaux récits** centrés sur la sobriété. Giannelloni (2023), Rémy et Roux (2022) ou Volle et Schouten (2022) considèrent aujourd'hui que le marketing peut faire partie de la solution mais qu'il s'agit d'une **remise en question complète** des fondamentaux de la discipline et cela ne se fera pas sans résistance. Jusqu'à présent le marketing qualifié de durable s'est surtout attelé à penser « le mieux » mais au regard de l'enjeu climatique et des aspirations des éco-concernés, il s'agit aujourd'hui peut-être de réorienter les travaux davantage vers « le moins ». Déjà en 2011, Polonsky appelait à se focaliser davantage sur la qualité de vie de l'humanité et sur l'amélioration de l'environnement naturel que sur la satisfaction des besoins humains et dénonçait l'utilisation exclusive de mesures de performance financières sans considération environnementale. Il est de la mission des chercheurs en marketing de trouver les voies pour mener cette « révolution » (Collin-Lachaud, 2022). Il s'agit de faire en sorte que pour les entreprises les problématiques environnementales ne soient plus considérées comme des contraintes mais comme faisant partie intégrante de la

fonction marketing (Papadas et *al.*, 2017) et apporter une nouvelle définition de la valeur de ce qui est créé (Polonsky, 2011).

Nous avons également souvent mentionné dans ce travail doctoral et notamment dans le volet sociétal de cette conclusion, l'importance pour nos informants d'une **transformation de l'éthique** intégrant les non humains et centrée autour de la responsabilité (Jonas, 1990). Cette voie est actuellement discutée dans la recherche en marketing notamment dans les travaux d'Arnould (2022) qui affirme qu'une construction sociale peut se changer et que le marketing doit évoluer vers des paradigmes alternatifs allant à l'encontre du déterminisme social et de l'ignorance des non humains jusqu'ici dominants. En se fondant sur une vision animiste il appelle à un **respect de la socialité des êtres** qu'ils soient humains ou non humains qui constituerait les bases d'une vision macromarketing où la figure du consommateur serait remplacée « *par celle de sujets non aliénés, parties prenantes des processus éco-économiques* » (*ibid.* p.88). La recherche récente de Marchais (2023) à partir de son étude des ontologies prévalentes dans les sociétés humaines explore de son côté la remise en question de la seule prise en considération de l'humain dans le marketing, même lorsqu'il est orienté vert ou durable.

### **Implications pour l'éducation**

Bien qu'enseignante depuis plus de 25 ans, nous ne sommes pas une spécialiste des sciences de l'éducation. Notre recherche met cependant en exergue un certain nombre de conclusions qui peuvent avoir des implications en matière éducative. En consultant le cadre européen des compétences en matière de durabilité (Bianchi et *al.*, 2022), nous avons pu constater que des avancées majeures en concordance avec nos réflexions sur les contenus envisagés étaient à l'œuvre comme la promotion de la nature (compétence 1.3), la littératie des futurs et l'adaptabilité (compétences 3.1 et 3.2). En revanche, nous déplorons que la notion de durabilité soit toujours privilégiée alors qu'elle est fortement associée au développement, que jamais ne soit évoquée la sobriété ou toute forme de « dé » (dé-croissance, dé-célération, dé-consommation ...) et que l'ensemble soit empreint d'un optimisme qui à notre sens n'est pas en phase avec une éducation dont le cadre devrait être l'Anthropocène (Point, 2022). Sans démoraliser outre mesure, ce qui peut mener à une forme d'immobilisme, c'est dans le sens de la limite et du lien retrouvé qu'il s'agit d'œuvrer et de construire les apprentissages (Hétier et Wallenhorst, 2023). Il faut en outre donner aux enfants une vraie motivation intrinsèque à agir

qui ne peut se développer dans un système fondé sur les récompenses et les sanctions (Sarrazin et al., 2011).

À partir des éléments relevés dans cette recherche nous suggérons trois orientations à suivre pour sensibiliser les enfants et les adolescents aux comportements pro-environnementaux.

#### *Des apprentissages sous forme de projets*

De notre analyse des dynamiques de socialisation est ressorti le fait l'école n'était pas considérée comme un agent majeur de socialisation. Lorsqu'elle est mentionnée c'est pour évoquer des projets menés par des enseignants très engagés. Dans ce domaine, le rapport au savoir doit sortir d'un mode trop scolaire inculqué de manière descendante, l'idée est de développer un sentiment de pouvoir agir (Morin et al., 2019) et de développer le lien entre les savoirs et les actions. Cela peut se faire au travers de l'immersion dans des projets réels, extérieurs à la classe où l'on pourrait éventuellement associer les parents (nettoyage de la nature, construction d'un refuge, plantation d'une mini forêt, organisation d'un troc de végétaux, d'un circuit de seconde main, ateliers de réparation, visites d'usines de traitement des déchets, ...).

Pour ce qui concerne les contenus, nous avons entendu les propositions du ministre de l'Éducation Nationale d'inscrire au programme des cours d'empathie pour éviter le harcèlement comme cela se fait dans certains pays scandinaves. Nous suggérons d'étendre cette vision de l'empathie à l'ensemble de la biodiversité : apprendre à respecter les humains mais aussi les non humains.

D'autre part, nous proposons de développer, en partenariat éventuellement avec les entreprises, des filières de formation pour des nouveaux métiers liés au développement de modes de consommation sobre comme c'est le cas d'une expérimentation dans la Drôme pour former des réparateurs de matériel *outdoor*<sup>183</sup>.

Enfin, il nous semble primordial que le bilan carbone fasse partie intégrante des apprentissages : quels sont les secteurs les plus émetteurs, comment calculer son empreinte, comment la faire baisser... Dans le même ordre d'idée, une éducation aux équilibres alimentaires sans produits animaux (quelles associations privilégier, quelles saisons pour quels produits) est à envisager.

---

<sup>183</sup> « Transition écologique : à Romans-sur-Isère, on forme à un métier qui n'existe pas encore » Le Monde 04/10/23

*Des actions de sensibilisation par des pairs*

Nous avons établi l'importance que revêtent les pairs et les communautés de pairs dans le développement d'une conscience environnementale. Nous invitons le monde éducatif à se saisir de cette opportunité. Dans la typologie que nous avons conçue deux profils seraient à même de servir de relais au sein des établissements scolaires : les « éducateurs » en premier lieu qui sont convaincus de l'importance de la transmission et qui pour certains d'entre eux (comme Mathias) se sont donnés pour mission de propager la connaissance, et éventuellement en second lieu les « communicants » pour les élèves plus âgés plus réceptifs aux débats d'idées. Ces jeunes éco-concernés ont deux atouts : non seulement ils ont le plus souvent de solides connaissances scientifiques mais ils ont aussi à cœur de faire partager leur enthousiasme quant à l'adoption de modes de vie sobre.

Bien que les écrans puissent être considérés comme des entraves à la restauration des liens (Hétier et Wallenhorst, 2023 ; Rosa, 2018), il peut cependant être pertinent de développer des contenus numériques, vidéos You Tube particulièrement, conçus et animés par des jeunes pour accroître l'intérêt des jeunes adultes pour les questions environnementales et favoriser l'engagement personnel.

*L'entrée de la nature au cœur des apprentissages*

Nous avons, dans les implications sociétales, appelé à l'implantation dans les écoles de lieux de mise en relation à la nature comme des jardins ou des potagers. En complément, nous suggérons que les classes vertes, classes de découverte, surtout pour les enfants de milieux très urbains, se généralisent. Elles doivent cependant inclure un programme précis de connexion à la nature propice à développer des émotions, une envie de la protéger comme l'ont mentionné certains de nos informants.

Dans un registre un peu différent, même si cela est parfois difficile à faire accepter, nous préconisons de multiplier les repas végétariens dans les cantines scolaires et de privilégier les approvisionnements en produits locaux et de saison. Une approche complémentaire pourrait également supposer l'implication des enfants dans la préparation des repas, suivie de leur participation au nettoyage, afin de les sensibiliser au gaspillage et d'établir un lien entre les produits utilisés et les déchets.

### **Limites et voies de recherche**

Cette recherche doctorale, bien que porteuse de contributions, n'est cependant pas exempte de **limites** lesquelles ouvrent des perspectives de recherche stimulantes.

Nous avons expliqué dans notre partie méthodologique le choix d'un échantillon orienté par notre souhait de concentrer notre étude sur des jeunes ayant opéré des changements de modes de vie pour des raisons écologiques. Nous voulions, par cette approche, comprendre les justifications d'un tel changement et les significations attachées à la sobriété mais, de ce fait nous occultons en partie les connotations négatives qu'elle peut véhiculer. D'autre part, les jeunes de notre échantillon sont pour la plupart étudiants et présentent donc un capital culturel relativement plus élevé que l'ensemble de la population. Par conséquent, la portée de notre étude s'en trouve limitée. Dans la suite de cette recherche doctorale, nous envisageons d'élargir l'étude à tous les jeunes pour mieux comprendre en quoi se distinguent les éco-concernés et avoir une vision plus précise des cadres et modalités de socialisation déterminants.

Nous avons adopté une approche qualitative par entretiens en profondeur mais ce travail pourrait être enrichi par une démarche longitudinale. En effet, une partie de la compréhension que nous voulons fournir repose sur l'identification de processus qu'ils soient de d'adoption de pratiques que de socialisation. Nos entretiens longs ont conduit à évoquer des épisodes marquants de la vie de nos informants (Bertaux, 2016) et nous ont ainsi permis d'avoir une vision de leurs cheminements. Même si le terrain nous a montré la difficulté à relancer les répondants, nous envisageons une prolongation de cette thèse en commençant une recherche auprès d'adolescents que nous suivrions jusqu'à l'entrée dans l'âge adulte.

Par ailleurs, nous avons privilégié la diversité des origines géographique de nos informants et les avons donc pour la plupart rencontrés en visioconférence. Cette méthode est de notre point de vue intéressante car elle induit une certaine distance qui paradoxalement encourage les informants à se livrer et à partager leurs émotions – d'autant plus que nous ne menions des entretiens que lorsque l'informant·e était seul·e et dans un endroit calme. En revanche, bien que parfois les visuels fournis contiennent des photos de fragments du cadre de vie des informants (placards, étagères), nous pensons que pouvoir observer *in situ* et avoir plus d'éléments tangibles confirmant les pratiques aurait pu permettre de mieux contrôler le biais de désirabilité sociale.

Sur le plan théorique, nous avons retenu les cadres de la sobriété et de la socialisation mais nos résultats ont mis au jour la thématique de l'identité. Cela n'est pas étonnant compte tenu de



l'âge de nos informants (Galland, 2022 ; Gentina, 2016 ; Lachance, 2022). Nous aurions ainsi pu explorer davantage la littérature portant sur la construction de l'identité en tant qu'individu mais aussi en tant que consommateur. Comme des recherches précédentes l'ont montré (*e.g.* Özçağlar-Toulouse, 2005), cette voie nous semble très intéressante à approfondir à l'avenir.

Pour ce qui concerne spécifiquement les **voies de recherche** nous avons au cours de l'analyse de nos données vu émerger trois thématiques qui nous apparaissent particulièrement intéressantes à explorer plus avant dans de futurs travaux de recherche.

Nous pourrions contribuer au développement du courant de la biosocialité (Arnould, 2021 ; Askegaard, 2021 ; Marchais et *al.*, 2021) autour d'une reconfiguration des relations entre humains et non-humains à laquelle les chercheurs en comportement de consommation sont appelés à contribuer (Arnould, 2021). Nous avons en effet observé une réelle préoccupation de nos informants sur ce sujet et de nouvelles recherches auprès de jeunes éco-concernés pourraient apporter un éclairage inédit sur les configurations qu'ils proposent et les applications pratiques qu'ils envisagent.

Nous avons également vu se manifester une appétence pour de nouveaux imaginaires et de nouveaux récits. Il nous semble intéressant d'engager une recherche mobilisant une méthodologie d'analyse de storytelling (Chautard et Collin-Lachaud, 2019) pour explorer ce que recouvrent ces imaginaires et les symboliques qui y sont rattachées. Une telle analyse peut s'avérer particulièrement utile pour le marketing afin de redéfinir sa mission dans un contexte où la discipline cherche à déterminer de nouvelles orientations intégrant le respect des limites terrestres et la prise en considération de la biodiversité (*e.g.* Rémy et Roux, 2022).

Notre recherche apporte également des précisions sur le rôle des réseaux sociaux comme agents de socialisation aux comportements pro-environnementaux. Nous avons détaillé dans nos résultats les différents types de contenus auxquels sont exposés les jeunes mais nous n'avons en revanche que peu d'indications sur la façon dont ces contenus opèrent. Il peut s'avérer instructif de caractériser plus précisément quels sont les contenus les plus percutants, sur quelles émotions ils agissent et quelles associations entre type de contenu et thématiques sont les plus influentes. Des recherches ont été menées sur les usages des réseaux sociaux par les jeunes (*e.g.* Gentina et Kratzer, 2020) mais à notre connaissance pas encore sur les contenus spécifiquement pro-environnementaux.

Nous souhaitons également pouvoir intégrer ces thématiques à une réflexion plus globale en lien avec les sciences de l'éducation. Les chercheurs dans ce domaine ont amorcé une exploration des voies qui feraient de l'éducation un acteur majeur de la bifurcation écologique (*e.g.* Garnier et *al.*, 2021 ; Hétier et Wallenhorst, 2023 ; Point, 2017). Nous avons de notre côté acquis au cours de cette recherche une certaine compréhension des jeunes éco-concernés, de leurs préoccupations et attentes qui pourrait alimenter une phase de recherche sur la façon dont l'enseignement peut les aider à construire leur engagement.

Nous avons plus généralement à cœur de poursuivre le travail entrepris car le contact de ces jeunes à la fois anxieux et déterminés nous a extrêmement enrichie tant sur le plan académique que personnel. Nous ne pouvons aujourd'hui occulter les défis auxquels nous sommes confrontés et notre nouveau rôle de chercheur est de contribuer à y répondre. A cette fin, nous suivrons avec intérêt le développement du nouveau concept d'ampleur de Rosa, « l'énergie sociale », qui explique comment une société ou un collectif trouve l'énergie pour déplacer des choses<sup>184</sup> et résonne avec ce que nous avons mis au jour, comme un écho à la citation de Margaret Mead en introduction.

---

<sup>184</sup> « Hartmut Rosa, penseur de l'accélération : « L'accélération conduit à un état d'agressivité, particulièrement sensible chez les individus des sociétés occidentales » Le Monde 10/09/23

## BIBLIOGRAPHIE

### A

- Abraham Y.M. (2015). La décroissance soutenable comme sortie du capitalisme. *Revue Possibles*, 39(2), 138-153.
- Aboelenien A. et Arsel Z. (2019). My Vegan Journey: How My New Morality Shaped My Relationship With My Family, Friends and the Market. *ACR North American Advances*.
- Ahuvia A.C. (2005). Beyond the extended self: Loved objects and consumers' identity narratives. *Journal of consumer research*, 32(1), 171-184.
- Albinsson P.A. et Yasanthi Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of consumer Behaviour*, 11(4), 303-315.
- Alexander S. et Ussher S. (2012). The voluntary simplicity movement: A multi-national survey analysis in theoretical context. *Journal of Consumer Culture*, 12(1), 66-86.
- Alfredsson E., Bengtsson M., Brown H. S., Isenhour C., Lorek S., Stevis D. et Vergragt P. (2018). Why achieving the Paris Agreement requires reduced overall consumption and production. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 14(1), 1-5.
- Allard-Poesi F. et Marechal G. (2014). Construction de l'objet de la recherche, in R.-A Thiétart et al. (Éds.), *Méthodes de recherche en management* (p. 48-76). 4<sup>ème</sup> édition. Paris, Dunod.
- Allard-Poesi F. et Perret V. (2014) Fondements épistémologiques de la recherche, in Thiétart et al., *Méthodes de Recherche en Management*, 4<sup>ème</sup> édition, (pp. 14-47). Paris, Dunod
- Alwin D.F. et McCammon R.J. (2003). Generations, cohorts, and social change (pp. 23-49). Springer US.
- Amsellem-Mainguy Y. (2016). L'accès à l'âge adulte pour les jeunes en France. *Informations sociales*, (4), 9-13.
- Anderson L. et McCabe D.B. (2012). A coconstructed world: Adolescent self-socialization on the Internet. *Journal of Public Policy et Marketing*, 31(2), 240-253.
- Ariès P. (2018). *Écologie et cultures populaires : Les modes de vie populaires au secours de la planète*. Paris, Les Éditions Utopia.
- Arnett J.J (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American psychologist*, 55(5), 469.
- Arnett J.J. (2007). Emerging adulthood: What is it, and what is it good for? *Child development perspectives*, 1(2), 68-73.
- Arnett J.J. (2015). Socialization in emerging adulthood: From the family to the wider world, from socialization to self-socialization. In J.E. Grusec et P.D. Hastings (eds.), *Handbook of socialization: Theory and research* (pp. 85–108). The Guilford Press.
- Arnould E.J. (2022). Ontology and circulation: towards an eco-economy of persons. *Journal of Marketing Management*, 38(1-2), 71-97.
- Arnould E.J. et Thompson C.J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, 31(4), 868-882.

- Arsel Z. (2017). Asking questions with reflexive focus: A tutorial on designing and conducting interviews. *Journal of Consumer Research*, 44(4), 939-948.
- Askegaard S. et Linnet J.T. (2011). Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, 11(4), 381-404.
- Autio M., Heiskanen E. et Heinonen, V. (2009). Narratives of 'green' consumers—the antihero, the environmental hero and the anarchist. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 8(1), 40-53.
- Avenier M.-J. (2011). Les paradigmes épistémologiques constructivistes : post-modernisme ou pragmatisme ? *Management et Avenir*, 43, 372–391.
- Avenier M.J. et Gavard-Perret M.L. (2018). Inscrire son projet dans un cadre épistémologique, in Gavard-Perret M.L, Gotteland D., Haon C. et Jolibert A. (2018). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion : Réussir son mémoire ou sa thèse*. 3<sup>ème</sup> édition Pearson France
- Avenier M.J. et Thomas, C. (2012). A quoi sert l'épistémologie dans la recherche en Sciences de gestion. *Le libellio d'Aegis*, 8(4), 13-27.
- Ayache M. et Dumez H. (2011). Le codage dans la recherche qualitative une nouvelle perspective ? *Le libellio d'Aegis*, 7(2-Eté), 33-46.
- Ayadi K. et Gollety M. (2021). Chapitre 6 - La famille : une instance de socialisation majeure pour apprendre à consommer, in J. Brée éd., *Kids marketing* (pp. 181-207). Caen, EMS Éditions.
- Ayadi K. et Brée J. (2010). Le rôle des interactions au sein de la famille dans la construction du répertoire alimentaire chez l'enfant. Une approche mésosystémique. *Management et Avenir*, (7), 195-214.
- Ayadi K. et Bree J. (2010). An ethnography of the transfer of food learning within the family. *Young Consumers*.
- Ayadi N. et Djelassi S. (2023). « SOS temps ! » Les paradoxes de l'expérience digitale du temps chez les adultes émergents. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 38(2), 84-108.
- Aykut S. et Dahan A. (2022). Boomerang géopolitique : peut-on encore relever le défi climatique global ? *Green*, 2, 34-42.

## B

- Balderjahn I. (1988), Personality Variables and Environmental Attitudes as Predictors of Ecologically Responsible Consumption Patterns. *Journal of Business Research*, 17, 1, 51-56.
- Balsiger P., Lorenzini J. et Sahakian M. (2019). How do ordinary Swiss people represent and engage with environmental issues? Grappling with cultural repertoires. *Sociological Perspectives*, 62(5), 794-814.
- Bandura A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review* 84 : 191-215.
- Banks S. et Gupta R. (1980). Television as a dependent variable, for a change. *Journal of Consumer Research*, 7(3), 327-330.

- Barber N.A. (2013). Investigating the potential influence of the internet as a new socialization agent in context with other traditional socialization agents. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(2), 179-194.
- Bardhi F. et Eckhardt G.M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.
- Bardhi F. et Eckhardt G.M. (2017). Liquid consumption. *Journal of Consumer Research*, 44(3), 582-597.
- Bardin L. (2013). Chapitre premier - Organisation de l'analyse, in L. Bardin, *L'analyse de contenu* (pp. 125-133). Paris, Presses Universitaires de France.
- Barnett C., Cloke P., Clarke N. et Malpass A. (2005). Consuming ethics: Articulating the subjects and spaces of ethical consumption. *Antipode*, 37(1), 23-45.
- Barr S. (2018). Personal mobility and climate change. *Climate Change*, 9(5), e542.
- Barr S., Shaw G., Coles T. et Prillwitz J. (2010). 'A holiday is a holiday': practicing sustainability, home and away. *Journal of Transport Geography*, 18(3), 474-481.
- Barrey S., Dubuisson-Quellier S., Gojard S. et Plessz M. (2012) Les effets des prescriptions sur les pratiques de consommation alimentaires : rôle des positions dans la trajectoire de vie et des ressources sociales, in *Gouverner les conduites économiques* (p. 37). Centre de Sociologie des Organisations (CSO). Paris, France.
- Barrier, C. (1963) Mead George Herbert, L'Esprit, le Soi et la Société. *Revue française de sociologie*, 4-4. Problèmes noirs. pp. 461-463.
- Baudrillard J. (1970) *La société de consommation* Paris, Denoël
- Bauman Z. (2001). Consuming life. *Journal of consumer culture*, 1(1), 9-29.
- Bauman Z. (2003). *Intimations of postmodernity*. Routledge.
- Bauman Z. (2006). *La vie liquide*. Arles, Le Rouergue/Chambon.
- Bauman Z. (2008), *S'acheter une vie*, Paris, Actes Sud, Éditions Jacqueline Chambon.
- Bauman, Z. (2013). *The individualized society*. John Wiley & Sons.
- Baumgartner A., Krysiak F.C. et Kuhlmeier F. (2022). Sufficiency without regret. *Ecological Economics*, 200, 107545.
- Baumrind D. (1971). Current patterns of parental authority. *Developmental psychology*, 4(1 p.2), 1.
- Bayon D., Flipo F., Schneider F. (2010). *La décroissance, 10 questions pour comprendre et en débattre*. Paris, La Découverte.
- Becquet V. et Bidart C. (2013). Introduction : Parcours de vie, réorientations et évolutions des normes sociales. *Agora*, (3), 51-60.
- Béji-Bécheur A., Remy E., Robert-Demontrond P., Bonnemaizon A., Chateau Terrisse P., El Karmouni H., Maignan M., Poels A., Petters L. Beaudouin V. (2021). *Synthèse résultats ESADICAS - Étude socioanthropologique des dispositifs d'acculturation à la sobriété*. NIMEC-CREM-IRG.
- Bekin C., Carrigan M. et Szmigin I. (2006). Empowerment, waste and new consumption communities. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 26(1/2), 32-47.

- Belk R.W. (1985). Materialism: Trait aspects of living in the material world. *Journal of consumer research*, 12(3), 265-280.
- Belk R.W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168.
- Belk R.W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of consumer research*, 40(3), 477-500.
- Belk R.W. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of business research*, 67(8), 1595-1600.
- Belk R.W. (2020). Resurrecting marketing. *AMS Review*, 10, 168-171.
- Bell W. (1997). The purposes of futures studies. *The Futurist*, 31(6), 42.
- Bellion A. et Robert-Demontrond P. (2018). Le rôle des imaginaires dans la construction d'un marché innovant : une étude ethnomarketing du marché des nanotechnologies. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 33(2), 27-49.
- Belmonte-Ureña L. J., Plaza-Úbeda J. A., Vazquez-Brust D. et Yakovleva N. (2021). Circular economy, degrowth and green growth as pathways for research on sustainable development goals: A global analysis and future agenda. *Ecological Economics*, 185, 107050.
- Ben Dahmane Mouelhi N., Brée J. et Muratore I. (2021). Chapitre 12 - Une génération immergée dans le numérique, in J. Brée éd., *Kids marketing* (pp. 379-418). Caen, EMS Éditions.
- Ben Kemoun, N. (2022). La dépossession matérielle comme espace de convalescence : enquête sur la restauration des corps, des rythmes et des sensibilités en Anthropocène Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université Paris sciences et lettres.
- Bengtsson M., Alfredsson E., Cohen M., Lorek S. et Schroeder P. (2018). Transforming systems of consumption and production for achieving the sustainable development goals: moving beyond efficiency. *Sustainability science*, 13, 1533-1547.
- Benmoyal-Bouzaglo S. et Moschis G.P. (2010). Effects of family structure and socialization on materialism: A life course study in France. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18(1), 53-70.
- Benoît-Moreau F., Parguel B. et Lunardo R. (2017). Des vertus écologiques de la consommation collaborative. Le cas des plateformes d'échange d'objets entre particuliers.
- Benoit L., Thomas I. et Martin A. (2022). Ecological awareness, anxiety, and actions among youth and their parents—a qualitative study of newspaper narratives. *Child and adolescent mental health*, 27(1), 47-58.
- Benoit S., Baker T.L., Bolton R.N., Gruber T. et Kandampully J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources et capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219-227.
- Berger P., Luckmann T. (2006). *La Construction sociale de la réalité*. Paris, Armand Colin.
- Berger P., Luckmann T. (1966). *The Social Construction of Reality*. Doubleday & Company inc
- Bernard Y. (2008). La netnographie: étudier les tribus virtuelles, in D. Dion (coord) *À la recherche du consommateur : nouvelles techniques pour mieux comprendre le client*. (pp. 103-121) Paris, Dunod.

- Bernard Y. et Colin C. (2023), Le rôle clé de l'éco-colère dans l'acceptabilité de mesures gouvernementales de sobriété contrainte. *Actes du 39e Congrès international de l'Association Française du Marketing*, Vannes.
- Berryman T. (2003). L'éco-ontogenèse : les relations à l'environnement dans le développement humain – d'autres rapports au monde pour d'autres développements. *Éducation relative à l'environnement – Regards, Recherches, Réflexions*, 4, 207-230.
- Bertaux D. (2016). *Le récit de vie : l'enquête et ses méthodes*. (4<sup>ème</sup> éd.) Paris, Armand Colin
- Black I.R. et Cherrier H. (2010). Anti-consumption as part of living a sustainable lifestyle: daily practices, contextual motivations and subjective values. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 437-453.
- Boelen V. (2021). L'Anthropocène et la crise environnementale : du nécessaire changement de paradigme à son opérationnalisation. Vers une nouvelle approche d'éducation relative à l'environnement. *Recherches et éducations*, (23).
- Boiral O. (2005), Concilier environnement et compétitivité, ou la quête de l'éco-efficience, *Revue française de gestion*, 2005/5 (no 158), p. 163-186.
- Boisver V., Caron A. et Rodary E. (2004). Privatiser pour conserver ? Petits arrangements de la nouvelle économie des ressources avec la réalité. *Revue Tiers Monde*, 177, 61-83.
- Bonitto C. (2010). Le self, un concept nomade. Des Lumières écossaises à l'École de Chicago en passant par le pragmatisme. *Les Cahiers philosophiques de Strasbourg*, (28), 101-126.
- Bonneuil C. (2021). Chapitre 3- Comment ne pas voir les limites de la planète : Petite histoire de la mystique de la croissance indéfinie. In A. Sinaï éd., *Politiques de l'Anthropocène : Penser la décroissance. Économie de l'après-croissance. Gouverner la décroissance* (pp 235-254) Paris, Presses de Sciences Po
- Bonneuil C. (2022). Terre, in Didier Fassin (dir.), *La Société qui vient*, 37-54. Paris, Seuil.
- Bonneuil C. et Fressoz J-B. (2016), *L'évènement Anthropocène. La Terre, l'histoire et nous*. Paris, Éditions du Seuil, Collection Histoire
- Bordage, F. (2021) *Tendre vers la sobriété numérique*. Paris, Actes Sud, coll. Je passe à l'acte.
- Bossy S. (2014). The utopias of political consumerism: The search of alternatives to mass consumption. *Journal of Consumer Culture*, 14(2), 179-198.
- Botsman R. et Rogers R. (2010). *What's mine is yours. The rise of collaborative consumption*. Harper Collins Publishers.
- Bouchet D. (1994). Rails without ties. The social imaginary and postmodern culture. Can postmodern consumption replace modern questioning? *International Journal of Research in Marketing*, 11(4), 405-422.
- Boudot-Antoine F., Roux D. et Benavent C. (2017). Plateforme de prêt d'objets et mécanismes instrumentaux : interprétation, manipulation et contournement. *Journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation* Rouen (novembre).
- Boujbel L. et d'Astous A. (2017). Marketing et bien-être des consommateurs : une approche intégrant les valeurs de la simplicité volontaire. *Revue française du marketing*, (260).
- Bourcier-Béquaert B. et de Barnier V. (2010). Pour un cadre élargi du concept de génération en marketing. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 25(3), 115-135.

- Bourdieu P. (1972) *Esquisse pour une théorie de la pratique. Précédé de Trois études d'ethnologie kabyle*. Genève – Paris, Librairie Droz.
- Bourdieu P. (1976). Le sens pratique. *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 2, n°1, février. L'État et les classes sociales. pp. 43-86.
- Bourdieu P. (1979). *La distinction : critique sociale du jugement*. Paris, Éditions de Minuit.
- Bourdieu P. (1980). *Le sens pratique*. Paris, Éditions de Minuit.
- Bourdieu P. (1986). Habitus, code et codification. *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 64, septembre. De quel droit ? pp. 40-44.
- Bourdieu P. et Passeron J-C. (1970). *La Reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris, Les éditions de Minuit.
- Bourdon S., Baril D., Desroches I. et Lessard A. (2021). Les défis de la transition à la vie adulte de jeunes en situation de handicap. *Revue jeunes et société*, 6(1), 3-26.
- Bourg D. (2012). Transition écologique, plutôt que développement durable. *Vraiment durable*, (1), 77-96.
- Bourg D. (2020). Inégalités sociales et écologiques. *Revue de l'OFCE*, 165(1), 21-34.
- Bourg D. et Roch P. (2012). *Sobriété volontaire. En quête de nouveaux modes de vie*. Genève, Labor et Fides.
- Bourguignon F. (2017). Global inequality. In *The Globalization of Inequality* (pp. 9-40). Princeton University Press.
- Bourguignon F. (2018). World changes in inequality: An overview of facts, causes, consequences, and policies. *CESifo Economic Studies*, 64(3), 345-370.
- Bourricaud F. (1975). Contre le sociologisme : Une critique et des propositions. *Revue Française de Sociologie*, 16, 583–603.
- Bozonnet J.P. (2007). De la conscience écologique aux pratiques : comment expliquer le hiatus entre attitudes environnementalistes et comportements. *Pacte IEP Grenoble-Toulouse*.
- Bozonnet J.P. (2012). La sensibilité écologique, in Barbier R., Boudes P., Bozonnet J.P., Candau J., Dobré M., Lewis N. et Rudolf F. (2012). *Manuel de sociologie de l'environnement*. (pp 147-162) Presses Universitaires de Laval.
- Bozonnet J.P. (2017). Comprendre les valeurs et les pratiques écologistes des jeunes en France. *La revue Foéven-Ressources éducatives*, (173).
- Bree J. (1990). Les enfants et la consommation : un tour d'horizon des recherches. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 5(1), 43-70.
- Brée J. (1993), *Les enfants, la consommation et le marketing*, Paris, Presses Universitaires de France.
- Brée J. (2013). De l'enfant au consommateur : un processus de socialisation aux facettes multi théoriques, in M. Gollety éd. *L'art, la gestion et l'État : voyage au cœur de l'action*. (pp. 227–242). Paris, Éditions ESKA.
- Bree J. (2015). Enjeux et mesure de l'affectif dans les réponses de l'enfant-consommateur. *Les réactions affectives du consommateur : ces raisons du cœur que la raison ignore : Mélanges en l'honneur du Professeur Christian Derbaix*, 77.



- Brickman P. et Campbell D.T. (1971). Hedonic relativism and planning the good society, in M. H. Appley (Ed.), *Adaptation level theory: A symposium* (pp. 287–302). New York: Academic Press
- Bright M.L. et Eames C. (2022). From apathy through anxiety to action: Emotions as motivators for youth climate strike leaders. *Australian Journal of Environmental Education*, 38(1), 13-25.
- Brim O.G. (1966). Socialization Through the Life Cycle, in O. Brim and S. Wheeler, eds., *Socialization After Childhood*, 3-49. New York : John Wiley et Sons, Inc.,
- Bruel P. (2018). Transition énergétique : d'où partons-nous ?
- Brugvin T. (2022) Comment réduire son stress et son éco-anxiété ? *The Conversation* 06/10/22
- Brulle R. J. et Pellow D.N. (2006). Environmental justice: human health and environmental inequalities. *Annual Review of Public Health*, 27, 103-124.
- Bugental DB. et Grusec J.E. (2007). Socialization Processes. In *Handbook of Child Psychology* eds W. Damon, R.M. Lerner and N. Eisenberg
- Burroughs J.E. et Rindfleisch A. (2002). Materialism and well-being: A conflicting values perspective. *Journal of Consumer research*, 29(3), 348-370.
- Burroughs J.E. (2012). What welfare? On the definition and domain of transformative consumer research and the foundational role of materialism, in *Transformative consumer research for personal and collective well-being* (pp. 277-294). Routledge.

## C

- Cabanas E. et Illouz E. (2018). *Happycratie. Comment l'industrie du bonheur a pris le contrôle de nos vies*. Paris, Premier Parallèle.
- Cabin P. (2009). L'essor de la sociologie interactionniste, in X. Molénat éd., *La sociologie* (pp. 76-78). Auxerre : Éditions Sciences Humaines
- Caillaud S. et Flick U. (2016). Triangulation méthodologique. Ou comment penser son plan de recherche, in G. Lo Monaco, S. Delouée et P. Rateau (eds), *Les représentations sociales*. Bruxelles, De Boeck.
- Caillé A., Chanial P., Cova B., Gauthier F. et Rémy E. (2014). Présentation. Consommer, donner, s'adonner. Les ressorts de la consommation. *Revue du MAUSS*, 44, 5-24.
- Carfagna L.B., Dubois E.A., Fitzmaurice C., Ouimette M.Y., Schor J.B., Willis M. et Laidley T. (2014). An emerging eco-habitus: The reconfiguration of high cultural capital practices among ethical consumers. *Journal of Consumer Culture*, 14(2), 158-178.
- Carlson, L. et Grossbart, S. (1988). Parental style and consumer socialization of children. *Journal of consumer research*, 15(1), 77-94.
- Carlson L., Walsh A., Laczniak R.N. et Grossbart S. (1994). Family communication patterns and marketplace motivations, attitudes, and behaviors of children and mothers. *Journal of Consumer Affairs*, 28(1), 25-53.
- Cartron F. et Fichet J-L. (2020) Vers une alimentation durable : Un enjeu sanitaire, social, territorial et environnemental majeur pour la France - Rapport d'information du Sénat

- Casaló L.V. et Escario, J.J. (2016). Intergenerational association of environmental concern: Evidence of parents' and children's concern. *Journal of Environmental Psychology*, 48, 65-74.
- Casey K., Lichrou M. et O'Malley L. (2020). Prefiguring sustainable living: An ecovillage story. *Journal of Marketing Management*, 36(17-18), 1658-1679.
- Cassely J-L. (2021). Les diplômés, bons élèves ou cancre de l'alterconsommation ? *Constructif*, (2), 35-39.
- Cassely J-L. et Fourquet J. (2020). La France : Patrie de la collapsologie. Fondation Jean-Jaurès-Ifop.
- Cézard F. et Mourad M. (2019) Panorama sur la notion de sobriété – définitions, mises en œuvre, enjeux. Rapport Ademe.
- Chalmers A.F. (1987). *Qu'est-ce que la science ?* Paris, La Découverte.
- Chamaret C., Lehiany B. et Pez V. (2023) Comportements de sobriété dans la consommation : identification de quatre trajectoires d'engagement volontaire. *Actes du 39<sup>ème</sup> congrès de l'Association Française de Marketing*, Vannes.
- Chamboredon J.-C. (2015). *Jeunesse et classes sociales*. Rue d'Ulm.
- Chancel L. et Piketty T. (2021). Global income inequality, 1820–2020: the persistence and mutation of extreme inequality. *Journal of the European Economic Association*, 19(6), 3025-3062.
- Chancellor J. et Lyubomirsky S. (2014). Money for happiness: The hedonic benefits of thrift *Consumption and Well-Being in the Material World*, 13. (pp. 13-47). Springer Netherlands.
- Chaney D., Touzani M. et Ben Slimane K. (2017). Marketing to the (new) generations: summary and perspectives. *Journal of Strategic Marketing*. 25, (3), 179–189
- Charmaz K. et Belgrave L.L. (2019). Thinking about data with grounded theory. *Qualitative Inquiry*, 25(8), 743-753.
- Chatzidakis A. et Lee M. S. (2013). Anti-consumption as the study of reasons against. *Journal of Macromarketing*, 33(3), 190-203.
- Chazel F. (1964). Réflexions sur la conception parsonienne du pouvoir et de l'influence. *Revue française de sociologie*, 387-401.
- Cherrier H. (2007). Ethical consumption practices: co-production of self-expression and social recognition. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(5), 321-335.
- Cherrier H. (2009). Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. *Journal of business research*, 62(2), 181-190.
- Cherrier H. et Murray J.B. (2007). Reflexive dispossession and the self: constructing a processual theory of identity. *Consumption Markets et Culture*, 10(1), 1-29.
- Cherrier H., Black I.R. et Lee M. (2011). Intentional non-consumption for sustainability: Consumer resistance and/or anti-consumption? *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1757-1767.
- Cherrier H., Szuba M. et Özçağlar-Toulouse N. (2012). Barriers to downward carbon emission: Exploring sustainable consumption in the face of the glass floor. *Journal of Marketing Management*, 28(3-4), 397-419.

- Cherrier H. et Türe, M. (2023). Tensions in the enactment of neoliberal consumer responsabilization for waste. *Journal of Consumer Research*, 50(1), 93-115.
- Cicchelli V. (2001). Les jeunes adultes comme objet théorique. *Revue des politiques sociales et familiales*, 65(1), 5-18.
- Cicchelli V. (2010). La jeunesse en Europe : modes d'interventions publiques, savoirs sociologiques et réalités sociales. *Revue des politiques sociales et familiales*, 102(1), 103-112.
- Cicchelli V., Martin C. et Pugeault-Cicchelli C. (2007). Les jeunes adultes en France. Un débat politique et scientifique, in P. Loncle (dir), *Les jeunes. Questions de société – questions de politique* (p. 25-44). Paris, La Documentation Française, collection « Études »,
- Clark A.E. (2000). Is utility absolute or relative? Some recent findings. *Revue Economique*, 51(3), 459-471.
- Clauzel A., Guichard N. et Riché C. (2022). Le gaspillage alimentaire dans la famille-Vers une socialisation bidirectionnelle. *Revue française de gestion*, 48(302), 61-86.
- Clayton S. (2020). Climate anxiety: Psychological responses to climate change. *Journal of anxiety disorders*, 74, 102263.
- Clayton S., Manning C., Krygsman K. et Speiser M. (2017). Mental health and our changing climate: Impacts, implications, and guidance. *American Psychological Association and ecoAmerica*.
- Cléret B. (2012), Le style comme dénominateur commun de la consommation culturelle des jeunes : regard ethnographique sur le rap en France, *Actes du 28<sup>ème</sup> congrès de l'Association Française du Marketing*, Brest.
- Colaço I. (2021). Digital Sufficiency as a Principle for Energy Transition Policies. *Ökologisches Wirtschaften-Fachzeitschrift*, 36 (01), 33-35.
- Collado S., Evans G.W., Corraliza J.A. et Sorrel M.A. (2015). The role played by age on children's pro-ecological behaviors: An exploratory analysis. *Journal of Environmental Psychology*, 44, 85-94.
- Collin-Lachaud I., Juge E., de Pechpeyrou P. et Picot-Coupey, K. (2022). Chapitre 4-Transitions vers une société post-croissance : une exploration des pratiques de consommation sobre, in I.Collin-Lachaud (coord) *Révolutions du commerce dans une société en transition* (pp. 87-105). Caen, EMS Éditions.
- Collin-Lachaud I. et N'Goala G. (2023). Décisions Marketing, 30 ans de recherche pour la prise de décisions marketing : bilan et perspectives. *Décision Marketing*, (2), 5-14.
- Collet B. et Gorge H. (2021). Appréhender la notion de culpabilité dans la transition environnementale : une étude exploratoire des mouvements "no kids". *20èmes Journées Normandes de Recherche sur la Consommation*.
- Comélieu C. (2006) *La Croissance ou le Progrès ?* Paris, Éditions du Seuil.
- Cooper-Martin E. et Holbrook M.B. (1993). Ethical consumption experiences and ethical space. *ACR North American Advances*.
- Corbin E., Mieyaa Y., Huet-Gueye M. et Beaumatin A. (2021). L'engagement politico-climatique des jeunes : une sphère de socialisation et de personnalisation en période de crise. *Tréma*, (56).

- Corner A., Roberts O., Chiari S., Völler S., Mayrhuber E. S., Mandl S. et Monson, K. (2015). How do young people engage with climate change? The role of knowledge, values, message framing, and trusted communicators. *Climate Change*, 6(5), 523-534.
- Corroy L. (2023) Pour s'informer, les jeunes ont-ils délaissé les médias traditionnels ? *The Conversation* 29/03/23
- Cosme I., Santos R. et O'Neill D.W. (2017). Assessing the degrowth discourse: A review and analysis of academic degrowth policy proposals. *Journal of cleaner production*, 149, 321-334.
- Courboulay V. (2021). *Vers un numérique responsable. Repensons notre dépendance aux technologies digitales*. Arles, Actes Sud.
- Courchesne A., d'Astous A. et Colbert F. (2021). Socialization of Cultural Consumers in the Family: A Synthesis of 50 Years of Marketing Research. *International Journal of Arts Management*, 23(3), 10-20.
- Coutant A. (2015). Les jeunes et les réseaux socionumériques : questions d'identités, in T. Stenger, (dir). *Digital natives : Culture, génération et consommation* Caen, Éditions EMS.
- Craig-Lees M. et Hill C. (2002). Understanding voluntary simplifiers. *Psychology & Marketing*, 19(2), 187-210.
- Cram F. et Ng S.H. (1999). Consumer socialisation. *Applied Psychology* 48(3), 297–312.
- Cunsolo A. et Ellis NR (2018) Ecological grief as a mental health response to climate change-related loss. *Nature Climate Change* 8(4): 275-281.
- Cunsolo A., Harper S.L., Minor K., Hayes K., Williams K.G., et Howard, C. (2020). Ecological grief and anxiety: the start of a healthy response to climate change? *The Lancet Planetary Health*, 4(7), e261-e263.

## D

- Dabi F. (2021). *La fracture*. Paris, Les arènes.
- Dahlgren P. (2012). Web et participation politique : quelles promesses et quels pièges ? *Questions de communication*, (21), 13-24.
- Damay C. et Guichard N. (2016). La place du prix dans la socialisation de l'enfant-consommateur. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 31(1), 67-86.
- Damay C., Ezan P., Hay C., Muratore I. et Schill M. (2021). Chapitre 2 - Consommation socialement responsable – L'enfant : un acteur de changement?, in J. Brée éd., *Kids marketing* (pp.49-85 ). Caen, EMS Editions.
- Daoud A. (2018). Unifying studies of scarcity, abundance, and sufficiency. *Ecological Economics*, 147, 208-217.
- Darmon M. (2023). *La socialisation*. 4<sup>ème</sup> édition. Paris, Armand Colin.
- De Closets F. (2022). *La parenthèse boomers*. Paris, Fayard.
- De La Ville V-I. et Tartas V. (2008). Transformer la participation de l'enfant aux activités de consommation alimentaire. *Enfance*, 60(3), 299-307.
- De La Ville V-I. et Tartas V. (2010). Developing as consumers. *Understanding children as consumers*, 23-40.

- De La Ville V-I. et Tartas V., (2011) De la socialisation du consommateur à la participation aux activités de consommation : apports de la psychologie socio-historique et culturelle. *Management et Avenir* (2) : 133-151.
- De Lamballerie E. et Guillard V. (2023). Vers une prise de conscience des enjeux éthiques des matières textiles par les consommateurs dans le cadre de la transition écologique. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition)
- De Singly F. (2000). Penser autrement la jeunesse. *Lien social et Politiques*, (43), 9-21.
- Decoopman I., Gentina E. et Fosse-Gomez M-H. (2010). La confusion des générations ? Les enjeux identitaires des échanges vestimentaires entre les mères et leur fille adolescente. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 25(3), 7-27.
- Decrop A. (2008). Les paradoxes du consommateur postmoderne. *Reflets et perspectives de la vie économique*, 47(2), 85-93.
- Decrop A. (2017). *La consommation collaborative : Enjeux et défis de la nouvelle société du partage*. De Boeck Supérieur.
- Defontaine G. (2020). La sobriété : indispensable à une transition réussie ? *Regards croisés sur l'économie*, 26(1), 153-160.
- Delacroix E. et Monnot É. (2021). Chapitre 2 - Concevoir et mener une enquête qualitative, in E. Delacroix, A. Jolibert, É. Monnot et P. Jourdan (dir), *Marketing Research: Méthodes de recherche et d'études en marketing* (pp. 27-55). Paris, Dunod.
- Delas J., Milly B. (2015). *Histoire des pensées sociologiques*. Collection U. Paris, Armand Colin.
- Demaria F., Schneider F., Sekulova F. et Martinez-Alier J. (2013). What is degrowth? From an activist slogan to a social movement. *Environmental values*, 22(2), 191-215.
- Demers C. (2003) dans Giordano Y., *Conduire un projet de recherche. Une perspective qualitative*, Paris, Editions EMS.
- Derbaix C. et Leheut E. (2008). Adolescents : implication envers les produits et attitude envers les marques. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 23(2), 37-66.
- Derbaix C., Leheut E. et Maesa M. (2010). La socialisation du consommateur âgé de 8 à 11 ans : influence de la fratrie et de la grand-parenté. *Actes du 26ème Congrès de l'Association Française du Marketing*, Le Mans-Angers
- Derbaix C., Leheut E., Kindt M. et Boi L. (2015). Les grands-parents : agents d'une socialisation spécifique de leurs petits-enfants consommateurs ? *Revue Française du Marketing*, (252).
- Derbaix C. et Derbaix M. (2019). Intergenerational transmissions and sharing of musical taste practices. *Journal of Marketing Management*, 35(17-18), 1600-1623.
- Désaunay C. (2021). *La société de déconsommation : la révolution du vivre mieux en consommant moins*. Paris, Alternatives
- Desbiolles A. (2020). *L'éco-anxiété : Vivre sereinement dans un monde abîmé*. Fayard.
- Desjeux D. (2004). *Les sciences sociales*, Paris, Presses Universitaires de France, Que sais-je.
- Desjeux D. (2004b). Les échelles d'observation en sciences sociales Un relativisme méthodologique bien tempéré. *Consommation et société*
- Desjeux D. (2020). Chapitre 4 - Et si l'utopie de la décroissance devenait une pratique de masse ? Une rupture dans les processus d'innovation : de la recherche de l'hédonisme à la

- contrainte de frugalité, in O. Badot éd., *Utopies et consommation* (pp. 63-76). Caen, EMS Éditions.
- Devenin V. et Bianchi C. (2023). Trajectories towards a voluntary simplicity lifestyle and inner growth. *Journal of Consumer Culture*, 23(3), 497-516.
- Devinney T.M., Auger P., Eckhardt G.M. et Birtchnell T. (2006). The other CSR: Consumer social responsibility.
- Devriese M. (1989). Approche sociologique de la génération. *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, 11-16.
- Dortier J. (2009). Entre théorie et empirisme, la sociologie de R. K. Merton, in X. Molénat éd., *La sociologie* (pp. 71-75). Auxerre, Éditions Sciences Humaines.
- Dotson M.J. et Hyatt E.M. (2000). A comparison of parents' and children's knowledge of brands and advertising slogans in the United States: implications for consumer socialization. *Journal of Marketing Communications*, Vol. 6 No. 4, pp. 219-30.
- Dotson M. J. et Hyatt E.M. (2005). Major influence factors in children's consumer socialization. *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), 35-42.
- Drapeau M. (2004). Les critères de scientificité en recherche qualitative. *Pratiques psychologiques*, 10(1), 79-86.
- Drucker-Godard C., Ehlinger S. et Grenier C. (2014). Chapitre 10 - Validité et fiabilité de la recherche, in Thietart et al., *Méthodes de recherche en Management* 4<sup>ème</sup> édition (pp 297-331). Paris, Dunod.
- Dubar C. (2022). *La socialisation : Construction des identités sociales et professionnelles*. 5<sup>ème</sup> édition. Paris, Armand Colin.
- Dubet F. (1996). Des jeunessees et des sociologies. Le cas français. *Sociologie et sociétés*, 28(1), 23-35.
- Dubet F. (2002) *Le déclin de l'institution*. Paris, Éditions du Seuil
- Dubet F. (2021). La massification scolaire a accentué la perte de confiance en soi des élèves. *Hermès*, (2), 161-167.
- Dubet F. et Martuccelli D. (1996). Théories de la socialisation et définitions sociologiques de l'école. *Revue française de sociologie*, 511-535.
- Dubuisson-Quellier S. (2018). *La consommation engagée*. 2<sup>ème</sup> édition révisée. Paris, Presses de Sciences Po.
- Dubuisson-Quellier S. (2023). Peut-on s'engager par sa consommation ? Sciencespo.hal.science
- Dubus Z., et Knibiehler Y. (2019). La non-parentalité au XXI<sup>e</sup> siècle. Étude des childfree. *Sextant. Revue de recherche interdisciplinaire sur le genre et la sexualité*, (36), 191-208.
- Duke L. (2002). Get real!: Cultural relevance and resistance to the mediated feminine ideal. *Psychology & Marketing*, 19(2), 211-233.
- Dumez H. (2008). L'ethnographie virtuelle : reconstituer le contexte des interactions en ligne. *Le Libellio d'Aegis*, 4(1), 39-43.
- Dumez H. (2012). Qu'est-ce que l'abduction et en quoi peut-elle avoir un rapport avec la recherche qualitative ? *Le Libellio d'Aegis*, 8(3), 3-9.

- Dumez H. (2021). *Méthodologie de la recherche qualitative : Toutes les questions clés de la démarche*. Paris, Vuibert.
- Dunlap R.E. et Jones R.E. (2002). Environmental concern: Conceptual and measurement issues. *Handbook of environmental sociology*, 3(6), 482-524.
- Dupont N. (2014). Jeunesse (s). *Le Télémaque*, (2), 21-34.
- Durif F., Boivin C., Rajaobelina L. et François-Lecompte A. (2011). Socially responsible consumers: profile and implications for marketing strategy. *International Review of Business Research Papers*, 7(6), 215-224.
- Durif F., Boivin C., Rajaobelina L., François-Lecompte A. et Roy J. (2013). Proposition d'une mesure revisitée de la consommation responsable. *Actes du 29ème Congrès de l'Association Française du Marketing*, La Rochelle.

## E-F

- Easterlin R.A. (1974). Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. In *Nations and households in economic growth* (pp. 89-125). Academic press.
- Easterlin R.A., McVey L.A., Switek M., Sawangfa O. et Zweig J.S. (2010). The happiness–income paradox revisited. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 107(52), 22463-22468.
- Eckhardt G.M., Belk R. et Devinney T.M. (2010). Why don't consumers consume ethically?. *Journal of consumer behaviour*, 9(6), 426-436.
- Eckhardt G.M., Houston M.B., Jiang B., Lambertson C., Rindfleisch A. et Zervas G. (2019). Marketing in the sharing economy. *Journal of Marketing*, 83(5), 5-27.
- Ek Styvén M. et Mariani M.M. (2020). Understanding the intention to buy secondhand clothing on sharing economy platforms: The influence of sustainability, distance from the consumption system, and economic motivations. *Psychology & Marketing*, 37(5), 724-739.
- Ekström K.M. (2006). Consumer socialization revisited. *Research in consumer behavior*. Volume 10, 71–98
- Ekström K.M. (2007). Parental Consumer Learning or 'Keeping up with the Children.' *Journal of Consumer Behaviour*, 6(4):203–17.
- Ekström K.M. (2015). Consumer socialization. *The Wiley Blackwell encyclopedia of consumption and consumer studies*, 1-2.
- Elgaaiied-Gambier L., Bertrandias L. et Bernard Y. (2020). Cutting the internet's environmental footprint: an analysis of consumers' self-attribution of responsibility. *Journal of Interactive Marketing*, 50(1), 120-135.
- ElHaffar G., Durif F. et Dubé L. (2020). Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions. *Journal of cleaner production*, 275, 122556.
- Epp A.M. et Price L.L. (2008). Family identity: A framework of identity interplay in consumption practices. *Journal of consumer research*, 35(1), 50-70.
- Ertz M., Durif F., François-Lecompte A. et Boivin C. (2018). Does “sharing” mean “socially responsible consuming? Exploration of the relationship between collaborative consumption and socially responsible consumption. *Journal of Consumer Marketing* 35(4), 392-402.

- Ertz M., Durif F. et Arcand M. (2019). A conceptual perspective on collaborative consumption. *AMS Review*, 9, 27-41.
- Etikan I., Musa S.A. et Alkassim R.S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American journal of theoretical and applied statistics*, 5(1), 1-4.
- Etzioni A. (2004). The post affluent society. *Review of social economy*, 62(3), 407-420.
- Evrard Y., Pras B. et Roux E. (2003). *Market : Études et recherches en marketing*. 3<sup>ème</sup> édition. Paris, Dunod.
- Ezan P. (2007). Chapitre 5- Groupe de pairs et consommation enfantine, in J. Brée éd., *Kids Marketing* (pp. 137-167). Caen : EMS Editions.
- Ezan P. (2021). Chapitre 7 - La vie sociale des enfants : du groupe de pairs aux réseaux sociaux, in J. Brée éd., *Kids Marketing* (pp. 208-245). Caen: EMS Editions.
- Falzon D., Roberts J.T. et Brulle R.J. (2021). Chapitre 10 - Sociology and climate change: A review and research agenda. In Caniglia et al. (ed) *Handbook of Environmental Sociology*, 189-217.
- Feiereisen S, Rasolofoarisonc D, De Valckd K et Schmitte J (2019) Understanding emerging adults' consumption of TV series in the digital age: a practice-theory-based approach. *Journal of Business Research* 95 (February): 253–265.
- Ferreboeuf H. (2019). Pour une sobriété numérique. *Futuribles*, (2), 15-31.
- Figge F., Young W. et Barkemeyer R. (2014). Sufficiency or efficiency to achieve lower resource consumption and emissions? The role of the rebound effect. *Journal of Cleaner Production*, 69, 216-224.
- Fiske A. P. (1992). The four elementary forms of sociality: Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99(4), 689–723.
- Fitzpatrick N., Parrique T. et Cosme I. (2022). Exploring degrowth policy proposals: A systematic mapping with thematic synthesis. *Journal of Cleaner Production*, 132764.
- Flipo F. (2017). *Décroissance, ici et maintenant ! Le passager clandestin* : Neuvy-en-Champagne.
- Flipo F. (2021). L'impératif de la sobriété numérique. *Cahiers Droit, Sciences et Technologies*, (13), 29-47.
- Florin A. (2017). Psychologie du développement : quoi de neuf depuis Piaget ? in J-F Marmion éd., *La psychologie aujourd'hui* (pp. 9-16). Auxerre, Éditions Sciences Humaines
- Florin A. (2019). La psychologie du développement, in J-F Marmion éd., *Psychologie : Une exploration* (pp. 49-67). Auxerre, Éditions Sciences Humaines.
- Fosse-Gomez M. H. (1991). L'adolescent dans la prise de décisions économiques de la famille. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 6(4), 100-118.
- Fosse-Gomez M. H. (2014) Le distributeur et l'achat familial : pour un élargissement de la perspective. *Actes du 17<sup>ème</sup> colloque Étienne Thil*, Paris 16-17 octobre
- Fraj E. et Martinez E. (2007). Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *International journal of consumer studies*, 31(1), 26-33.
- Francois-Lecompte, A (2009). La consommation socialement responsable : oui mais.... *Reflets et perspectives de la vie économique*, 48(4), 089-098.



- François-Lecompte A. et Valette-Florence P. (2004). Proposition d'une échelle de mesure de la consommation socialement responsable. *Actes du 20ème congrès de l'Association Française du Marketing*, Saint Malo
- François-Lecompte A. et Valette-Florence P. (2006). Mieux connaître le consommateur socialement responsable. *Décisions marketing*, 67-79.
- Fremstad A. et Paul M. (2022). Neoliberalism and climate change: How the free-market myth has prevented climate action. *Ecological Economics*, 197, 107353.
- Frick V., Gossen M., Santarius T. et Geiger S. (2021). When your shop says #lessismore. Online communication interventions for clothing sufficiency. *Journal of Environmental Psychology*, 75, 101595.
- Fromm E. (1978). *Avoir ou être*. Paris, Éditions Robert Laffont.
- Funches V., Markley M. et Davis L. (2009). Reprisal, retribution and requital: Investigating customer retaliation. *Journal of Business Research*, 62(2), 231-238.

## G

- Galland O. (1990). Un nouvel âge de la vie. *Revue française de sociologie*, 529-551.
- Galland O. (2001). Adolescence, post-adolescence, jeunesse : retour sur quelques interprétations. *Revue française de sociologie*, 611-640.
- Galland O. (2022). *Sociologie de la jeunesse*. 7<sup>ème</sup> édition. Paris, Armand Colin.
- Galland O. et Lazar M. (2022) Une jeunesse plurielle. Enquête auprès des 18-24 ans. *Rapport Institut Montaigne Paris*.
- Gallissot R. (1989). Serge Latouche, L'occidentalisation du monde. Essai sur la signification, la portée et les limites de l'uniformisation planétaire. Paris, La Découverte Coll. « Agalma », in *L'Homme et la société*, N. 93, 1989. La gauche contemporaine aux États-Unis : mouvements d'hier et pensée d'aujourd'hui. pp. 149-151.
- Galluzzo A. (2020), *La fabrique du consommateur. Une histoire de la société marchande*. Paris, La Découverte, Collection Zones.
- Galvagno M. (2011). The intellectual structure of the anti-consumption and consumer resistance field: an author co-citation analysis. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1688-1701.
- García-de-Frutos N., Ortega-Egea J.M. et Martínez-del-Río J. (2018). Anti-consumption for environmental sustainability: Conceptualization, review, and multilevel research directions. *Journal of Business Ethics*, 148, 411-435.
- Garnier A., Hétier R., Martinez M-L. et Wallenhorst, N. (2021). Éduquer en Anthropocène : un paradigme éducatif à construire pour le 21ème siècle. *Recherches et éducations*, (23).
- Gaspar R., Antunes D., Faria A. et Meiszner A. (2017). Sufficiency before efficiency: Consumers' profiling and barriers/facilitators of energy efficient behaviours. *Journal of Cleaner Production*, 165, 134-142.
- Gaudet S. (2001). La responsabilité dans les débuts de l'âge adulte. *Lien social et Politiques*, (46), 71-83.
- Gauthier M. (2008). Quels scénarios entrevoir lorsqu'il est question de l'avenir des jeunes ? in Pronovost, G. et Dumont, C. *Famille à l'horizon 2020*. (pp 245-268) Presses de l'Université du Québec.

- Gavard-Perret M.L, Gotteland D., Haon,C. et Jolibert A. (2018). *Méthodologie de la recherche en sciences de gestion : Réussir son mémoire ou sa thèse*. 3<sup>ème</sup> édition. Pearson France
- Gentina E. (2008). L'adolescente consommatrice à la recherche de son autonomie. Application au marché du maquillage. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Lille 2 Droit et Santé.
- Gentina E. (2014). Understanding the effects of adolescent girls' social positions within peer groups on exchange practices. *Journal of Consumer Behaviour*, 13(1), 73-80.
- Gentina E. (2020), « Génération Covid » : des jeunes avant tout mal compris ? The Conversation 11/12/ 2020
- Gentina E. (2021), Pourquoi la génération Z adore les friperies ? The Conversation 14/01/ 2021
- Gentina E. (2022). Les jeunes, acteurs de la transition énergétique ? The Conversation 19/01/22
- Gentina E. et Muratore I. (2012). Environmentalism at home: The process of ecological resocialization by teenagers. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(2), 162-169.
- Gentina E., Collin-Lachaud I. et Fosse-Gomez, M. H. (2012). «Take 1, get 5!»: La fidélisation collective des adolescentes aux magasins de prêt-à-porter. *Revue Management et Avenir*, (52).
- Gentina E. et Bonsu S.K. (2013). Peer network position and shopping behavior among adolescents. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(1), 87-93.
- Gentina E., Butori R. et Heath T.B. (2014). Unique but integrated: The role of individuation and assimilation processes in teen opinion leadership. *Journal of Business Research*, 67(2), 83-91.
- Gentina E. et Chandon J.L. (2014). Le rôle du genre sur la fréquence de shopping en groupe des adolescents : entre besoin d'individualisation et besoin d'assimilation. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 29(4), 35-64.
- Gentina E. et Singh P. (2015). How national culture and parental style affect the process of adolescents' ecological resocialization. *Sustainability*, 7(6), 7581-7603.
- Gentina E., Rose G.M. et Vitell S. J. (2016). Ethics during adolescence: A social networks perspective. *Journal of Business Ethics*, 138, 185-197.
- Gentina E. et Delecluse M.E. (2018). *Génération : Des Z consommateurs aux Z collaborateurs*. Paris, Dunod.
- Gentina E., Tang T.L.P. et Gu Q. (2018). Do parents and peers influence adolescents' monetary intelligence and consumer ethics? French and Chinese adolescents and behavioral economics. *Journal of Business Ethics*, 151, 115-140.
- Gentina E. et Kratzer J. (2020). An Integrative Model of the Influence of Self-Esteem on Adolescents' Consumer Innovativeness: The Mediating Role of Social Network Position and Need for Uniqueness. *Industry and Innovation*, 27(10), 1110-1132. (CNRS).
- Gentina E., Pauwels-Delassus,V. et Leclercq-Vandelannoitte A. (2022). Infidèles, zappeurs et slasheurs ? Les Z et l'émergence d'une nouvelle forme de fidélité employeur. *Revue de gestion des ressources humaines*, 125, 55-71
- Gentles S.J., Charles C. et Ploeg J. (2015). Sampling in qualitative research: Insights from an overview of the methods literature. *The Qualitative Report*, 20(11), 1772–1789

- Georgescu-Roegen N. (1979). *La décroissance. Entropie-Écologie-Économie*. 2<sup>ème</sup> édition 1995. Paris, Éditions Sang de la terre
- Ghosh N.K. et Blackhurst M.F. (2014). Energy savings and the rebound effect with multiple energy services and efficiency correlation. *Ecological Economics*, 105, 55-66.
- Giannelloni J.L. (1998). Les comportements liés à la protection de l'environnement et leurs déterminants: un état des recherches en marketing. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 13(2), 49-72.
- Giannelloni J.L. (2023). Changer ou disparaître ? Quel marketing pour un monde à+ 1, 5° ? *Décision Marketing*, (2), 15-20.
- Giddens A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge, Polity Press.
- Giesler M. et Veresiu E. (2014). Creating the responsible consumer: Moralistic governance regimes and consumer subjectivity. *Journal of Consumer Research*, 41(3), 840-857.
- Giordano Y. (2003). *Conduire un projet de recherche. Une perspective qualitative*. EMS Editions
- Giordano Y. et Jolibert A. (2018). Spécifier l'objet de la recherche, in M-L Gavrad-Perret, D. Gotteland, C. Haon et A. Jolibert, *Méthodologie de la recherche : Réussir son mémoire ou sa thèse en sciences de gestion*. 3<sup>ème</sup> édition. Pearson France
- Giraud C. (2004). *Histoire de la sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Gladwell M. (2006). *The tipping point: How little things can make a big difference*. Little, Brown.
- Glaser B.G. et Strauss A.L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Transaction.
- Glaser B.G. et Strauss A.L. (2010). *La découverte de la théorie ancrée : stratégies pour la recherche qualitative*. Paris, Armand Colin.
- Godefroit-Winkel D., Schill M. et Hogg M.K. (2019). The interplay of emotions and consumption in the relational identity trajectories of grandmothers with their grandchildren. *European Journal of Marketing*, 53(2), 164-194.
- Godfrey D.M., Price L.L. et Lusch R.F. (2022). Repair, consumption, and sustainability: Fixing fragile objects and maintaining consumer practices. *Journal of Consumer Research*, 49(2), 229-251.
- Gollety M. (1999). Lorsque parents et enfants s'apprennent mutuellement à consommer... *Décisions Marketing*, 69-80.
- Gollety M. (2007). Chapitre 4 - La famille : un lieu d'échanges privilégiés pour apprendre à consommer, in J. Brée éd, *Kids Marketing* (pp. 110-135). Caen, Éditions EMS.
- Gollety M. (2011). Quelle rationalité pour l'enfant-consommateur ? Prise en compte et incidence de la rationalité des enfants dans les recherches sur l'enfant consommateur. *Management et Avenir*, 48, 135-157.
- Gonzalez C., Korchia M., Menuet L. et Urbain C. (2009). Comment les consommateurs socialement responsables se représentent-ils la consommation ? Une approche par les associations libres. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 24(3), 25-41.

- Gorge H. (2014) Appartenir à la société de consommation en étant travailleur pauvre : une approche socio-historique de la construction de la figure du consommateur pauvre. Thèse de doctorat en sciences de gestion. Université de Lille 2.
- Gorge H., Herbert M., Özçağlar-Toulouse N. et Robert I. (2015). What do we really need? Questioning consumption through sufficiency. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 11-22.
- Gorn G.J. et Goldberg M.E. (1977). The impact of television advertising on children from low income families. *Journal of consumer research*, 4(2), 86-88.
- Gossen M., Ziesemer F. et Schrader U. (2019). Why and how commercial marketing should promote sufficient consumption: A systematic literature review. *Journal of Macromarketing*, 39(3), 252-269.
- Goudarzi K. et Eiglier P. (2006). La socialisation organisationnelle du client dans les entreprises de service: concept et dimensions. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 21(3), 65-90.
- Gram-Hanssen K. (2021). Conceptualising ethical consumption within theories of practice. *Journal of consumer culture*, 21(3), 432-449.
- Greening L.A., Greene D.L. et Difiglio C. (2000). Energy efficiency and consumption—the rebound effect—a survey. *Energy policy*, 28(6-7), 389-401.
- Gregory-Smith D., Manika D. et Demire P. (2017). Green intentions under the blue flag: Exploring differences in EU consumers' willingness to pay more for environmentally-friendly products. *Business Ethics*, 26(3), 205-222.
- Grønhoj A. et Hubert M. (2022). Are we a growing a green generation? Exploring young people's pro-environmental orientation over time. *Journal of Marketing Management*, 38(9-10), 844-865.
- Grossbart S., Carlson L. et Walsh A. (1991). Consumer socialization and frequency of shopping with children. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 19, 155-163.
- Grossbart S., Hughes S.M., Pryor S. et Yost A. (2002). Socialization aspects of parents, children, and the Internet. *ACR North American Advances*.
- Grusec J.E. (2002). Parental socialization and children's acquisition of values. *Handbook of parenting*, 5, 143-167.
- Grusec J.E. et Davidov M. (2010). Integrating different perspectives on socialization theory and research: A domain-specific approach. *Child development*, 81(3), 687-709.
- Guhin J., Calarco J. M. et Miller-Idriss C. (2021). Whatever happened to socialization? *Annual Review of Sociology*, 47, 109-129.
- Guichard N. et Pecheux C. (2007), Chapitre 8 - Les enfants et la publicité, in J. Brée éd, *Kids Marketing* (pp. 233-273). Caen, Éditions EMS.
- Guillard V. (2018). Anticonsumption consciousness in pursuit of sustainability. *Journal of Public Policy et Marketing*, 37(2), 274-290.
- Guillard V. (2019). *Du gaspillage à la sobriété : Avoir moins et vivre mieux ?* De Boeck Supérieur.
- Guillard V. (2020). Cheminer dans l'anti-consommation : une analyse des trajectoires par une étude longitudinale, *Actes du 36ème Congrès de l'Association Française de Marketing*, Biarritz.

- Guillard V. (2021). *Comment consommer avec sobriété : Vers une vie mieux remplie*. De Boeck Supérieur.
- Guillard V. (2023). Comment déconsommer et faire face à sa sphère sociale : Une analyse du défi « Rien de neuf » par la théorie de Goffman. *Revue française de gestion*, 49(3), 39-61.
- Guillard V. et Ben Kemoun N. (2019). *Penser la sobriété matérielle*. Synthèse ADEME.
- Guillard V., Monjon S., Beuscart J.S. et Josset J.M. (2023). Savoir, vouloir et faire : quelles pratiques de sobriété numérique ? *L'état du management 2023*, 128.
- Guillemette F. (2006). L'approche de la Grounded Theory pour innover ? *Recherches qualitatives*, 26(1), 32-50.
- Guillemot S. (2018). La transmission intergénérationnelle en comportement du consommateur : cadre conceptuel intégrateur et perspectives de recherche. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 33(2), 99-121.
- Guiot D. et Roux D. (2010). A second-hand shoppers' motivation scale: Antecedents, consequences, and implications for retailers. *Journal of retailing*, 86(4), 355-371.
- Gullstrand Edbring E., Lehner M. et Mont O. (2016). Exploring consumer attitudes to alternative models of consumption: motivations and barriers. *Journal of Cleaner Production*, 123, 5-15.
- Gurviez P. et Sirieix, L. (2017). Marketing et bien-être : un objectif complexe. *Décision Marketing*, (3), 5-13.

## H-I

- Hache É. (2007). La responsabilité, une technique de gouvernementalité néolibérale ? *Raisons politiques*, 28, 49-65.
- Hamari J., Sjöklint M. et Ukkonen A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.
- Hamilton K. (2009). Consumer decision making in low-income families: The case of conflict avoidance. *Journal of Consumer Behaviour*, 8(5), 252-267.
- Hanaček K., Roy B., Avila S. et Kallis G. (2020). Ecological economics and degrowth: Proposing a future research agenda from the margins. *Ecological Economics*, 169, 106495.
- Harribey J. (2007). Les théories de la décroissance : enjeux et limites. *Cahiers Français*, N°337, 20-26.
- Hartog F. (2018). Patrimoine, histoire et présentisme. *Vingtième siècle*, (1), 22-32.
- Hauck W. E. et Stanforth N. (2007). Cohort perception of luxury goods and services. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11(2), 175-188.
- Hay C. (2019). Modélisation du processus de socialisation à la consommation socialement responsable : une approche par les récits de vie. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Normandie Université.
- Hay C. et Brée J. (2017). « J'y pense et puis j'oublie » : La consommation socialement responsable : une étude exploratoire sur les perspectives nouvelles de socialisation dès l'enfance. *33ème Congrès International de l'Association Française du Marketing*, Tours

- Hay C. et Brée J. (2018). Life Stories and Marketing: Application on Child Socialization of Socially Responsible Consumption. *46th AMS Annual Conference*.
- Hayden A. (2019). Sufficiency, in *Routledge Handbook of Global Sustainability Governance* (pp. 151-163). Routledge.
- Helkkula A. et Arnould E. (2022). Using neo-animism to revisit actors for Sustainable Development Goals (SDGs) in S-D logic, *Journal of Business Research*, 149, 860–868,
- Helm S., Kemper J. A. et White S. K. (2021). No future, no kids–no kids, no future? An exploration of motivations to remain childfree in times of climate change. *Population and Environment*, 43, 108-129.
- Hémar-Nicolas V. et Hedegaard L. (2023). La sobriété alimentaire, une démarche ancrée dans l'éthique d'Epicure : Cadre d'analyse et agenda de recherche. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 38(2), 3-27.
- Herbert M. et Collin-Lachaud I. (2017). Pratiques collaboratives et habitus consumériste : une analyse des mécanismes transformatifs de la consommation collaborative. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 32(1), 42-62.
- Hétier R. et Wallenhorst N. (2023). Penser l'éducation à l'heure de l'Anthropocène. Lormont, Le Bord de l'Eau.
- Hickel J. et Kallis G. (2020). Is green growth possible?. *New political economy*, 25(4), 469-486.
- Hickman C., Marks E., Pihkala P., Clayton S., Lewandowski R.E., Mayall E. et Van Susteren, L. (2021). Climate anxiety in children and young people and their beliefs about government responses to climate change: a global survey. *The Lancet Planetary Health*, 5(12) : 863-873.
- Hoffman A.J. (2018). The next phase of business sustainability. *Stanford Social Innovation Review*, 16(2), 34-39.
- Hoffmann S. (2011). Anti-consumption as a means to save jobs. *European Journal of Marketing*, 45(11/12), 1702-1714.
- Hoffmann S. et Hutter K. (2012). Carrotmob as a new form of ethical consumption. The nature of the concept and avenues for future research. *Journal of Consumer Policy*, 35, 215-236.
- Hogg T.L., Stanley S.K., O'Brien L.V., Wilson M.S. et Watsford C.R. (2021). The Hogg Eco-Anxiety Scale: Development and validation of a multidimensional scale. *Global Environmental Change*, 71, 102391.
- Holbrook M.B. et Schindler R.M. (1994). Age, sex, and attitude toward the past as predictors of consumers' aesthetic tastes for cultural products. *Journal of Marketing research*, 31(3), 412-422.
- Hollenbeck C.R. et Zinkhan G.M. (2010). Anti-brand communities, negotiation of brand meaning, and the learning process: The case of Wal-Mart. *Consumption, Markets and Culture*, 13(3), 325-345.
- Holt D.B. (1998). Does cultural capital structure American consumption?. *Journal of consumer Research*, 25(1), 1-25.
- Hosany A.S., Hosany S. et He H. (2022). Children sustainable behaviour: A review and research agenda. *Journal of Business Research*, 147, 236-257.
- Hota M. et Bartsch F. (2019). Consumer socialization in childhood and adolescence: Impact of psychological development and family structure. *Journal of Business Research*, 105, 11-20.

- Houdé O. (2020). *La Psychologie de l'enfant*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Howe N. et Strauss W. (2007). The next 20 years: how customer and workforce attitudes will evolve. *Harvard business review*, 85(7-8), 41-52.
- Huitt W. et Hummel J. (2003). Piaget's theory of cognitive development. *Educational psychology interactive*, 3(2), 1-5.
- Husu H.M. (2022). Rethinking incumbency: Utilising Bourdieu's field, capital, and habitus to explain energy transitions. *Energy Research et Social Science*, 93, 102825.
- Hüttel A., Ziesemer F., Peyer M. et Balderjahn I. (2018). To purchase or not? Why consumers make economically (non-) sustainable consumption choices. *Journal of Cleaner Production*, 174, 827-836.
- Illich I.(1973). *La convivialité*. Paris, Éditions du Seuil.
- Innocent M., et François-Lecompte A. (2020). La valeur retirée d'une pratique : une application au cas des économies d'électricité. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 35(2), 78-99.
- IPCC (2022), Working Group III contribution to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, Cambridge, UK and New York: Cambridge University Press.
- IPCC (2022). Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (H.-O. Pörtner, D.C. Roberts, M. Tignor, E.S. Poloczanska, K. Mintenbeck, A. Alegría, M. Craig, S. Langsdorf, S. Löschke, V. Möller, A. Okem, B. Rama). Cambridge University Press. Cambridge University Press, Cambridge, UK and New York, NY, USA,
- Ivanova O., Flores-Zamora,J., Khelladi I. et Ivanaj S. (2019). The generational cohort effect in the context of responsible consumption. *Management Decision*, 57(5), 1162-1183.
- Ivanova D., Barrett J., Wiedenhofer D., Macura B., Callaghan M. et Creutzig F. (2020). Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options. *Environmental Research Letters*, 15(9), 093001.
- Ivic I. (1994) Perspectives : revue trimestrielle d'éducation comparée (Paris, UNESCO : Bureau international d'éducation), vol. XXIV, n° 3/4, 1994 (91/92), p. 793-820.
- Iyer R. et Muncy J.A. (2009). Purpose and object of anti-consumption. *Journal of business research*, 62(2), 160-168.

## J-K

- Jackson T. (2005). Motivating sustainable consumption: A review of evidence on consumer behaviour and behavioural change. *Sustainable development research network* 29.1 : 30-40.
- Jackson T. (2016). *Prosperity without growth: Foundations for the economy of tomorrow*. Routledge.
- Jackson T. (2019). The post-growth challenge: secular stagnation, inequality and the limits to growth. *Ecological economics*, 156, 236-246.
- Jaoul-Grammare M. et Stenger A. (2022). Quel rôle joue l'éducation dans les préoccupations environnementales ? *Le BREF*, (1), 1-4.

- Jarrige F. (2017). Technocritique et écologie (année 1970) lapenseeecologique.com. *Dictionnaire de la pensée écologique*.
- Jarrige F. et Le Roux T. (2020). L'invention du gaspillage : métabolisme, déchets et histoire. *Écologie et politique*, 60, 31-45.
- Jonas H. (1990). *Le Principe Responsabilité : Une Éthique Pour la Civilisation Technologique*. édition 1995 Flammarion
- Jourdain A. et Naulin S. (2011). Héritage et transmission dans la sociologie de Pierre Bourdieu. *Idées économiques et sociales*, (4), 6-14.
- Joyeau A., Robert-Demontrond P. et Schmidt C. (2010). Les récits de vie en Gestion des Ressources Humaines : principes, portée, limites. *Revue Management et Avenir*, (4), 14-39.
- Joyner Armstrong C.M., Connell K.Y.H., Lang C., Ruppert-Stroescu M. et LeHew M.L. (2016). Educating for sustainable fashion: Using clothing acquisition abstinence to explore sustainable consumption and life beyond growth. *Journal of Consumer Policy*, 39, 417-439.
- Juge E., Collin-Lachaud I. et Roux D. (2019). Extension du domaine de l'entrepreneuriabilité dans la pratique du vide-dressing. *Revue française de gestion*, 45(284), 31-49.
- Juge E., Chautard-Dardé T., Collin-Lachud I. et Do Vale G. (2022). Chapitre 2 – Une exploration des pratiques des distributeurs pour se légitimer sur le marché de la seconde vie, in I.Collin-Lachaud (coord) *Révolutions du commerce dans une société en transition* (pp. 139-157). Caen, EMS Editions.
- Juge E., Pomiès A. et Collin-Lachaud I. (2022). Plateformes digitales et concurrence par la rapidité. Le cas des vêtements d'occasion. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 37(1), 37-60.
- Jungell-Michelsson J. et Heikkurinen P. (2022). Sufficiency: A systematic literature review. *Ecological Economics*, 195, 107380.
- Juskenaite A., Becquet C., Eustache F. et Quinette P. (2016). L'identité : une représentation de soi qui accommode la réalité. *Revue de Neuropsychologie* 8 (4) : 261-8
- Kallis G., Kostakis V., Lange S., Muraca B., Paulson,S., et Schmelzer M. (2018). Research on degrowth. *Annual Review of Environment and Resources*, 43, 291-316.
- Kallis G., Demaria F. et d'Alisa G. (2023). Introduction : Décroissance, in *Décroissance. Vocabulaire pour une nouvelle ère*. Le passager clandestin.
- Kaur P. et Singh R. (2006). Children in family purchase decision making in India and the West: A review. *Academy of marketing science review*, 2006, 1.
- Kemp S.J. (2012). Constructivist criteria for organising and designing educational research: How might an educational research inquiry be judged from a constructivist perspective? *Constructivist Foundations*, 8(1), 118-125.
- Khamis S. (2019). The aestheticization of restraint: The popular appeal of de-cluttering after the global financial crisis. *Journal of Consumer Culture*, 19(4), 513-531.
- Khmara Y. et Kronenberg J. (2020). Degrowth in the context of sustainability transitions: in search of a common ground. *Journal of Cleaner Production*, 267, 122072.
- Kilbourne W., McDonagh,P. et Prothero A. (1997). Sustainable consumption and the quality of life: A macromarketing challenge to the dominant social paradigm. *Journal of Macromarketing*, 17(1), 4-24.



- Kjeldgaard D. et Askegaard S. (2006). The glocalization of youth culture: The global youth segment as structures of common difference. *Journal of consumer research*, 33(2), 231-247.
- Knight R., Jauffret-Roustide M., Bolduc N. et Coulaud P.-J. (2020), Irresponsables, égoïstes, négligents... En finir avec les stéréotypes sur les jeunes et la Covid-19, *The Conversation France* 16/12 /2020
- Knoblauch H. (2011). Relativism, meaning and the new sociology of knowledge. *The problem of relativism in the sociology of (scientific) knowledge*, 131-156.
- Kolli I. (2022). Le sacrifice perçu pour l'environnement : conceptualisation, antécédents et impacts sur l'adoption des pratiques de zéro-déchet et de déconsommation. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Montpellier.
- Kozinets R.V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of marketing research*, 39(1), 61-72.
- Kozinets R. V. (2015). *Netnography: redefined*. Sage.
- Kozinets R.V., Handelman J.M. et Lee M.S. (2010). Don't read this; or, who cares what the hell anti-consumption is, anyways?. *Consumption, Markets and Culture*, 13(3), 225-233.
- Kozinets R.V., Belz F.M. et McDonagh P. (2012). Social media for social change: A transformative consumer research perspective, in *Transformative consumer research for personal and collective well-being* (pp. 233-252). Routledge.
- Kozluk T. et Zipperer V. (2014), Environmental policies and productivity growth : a critical review of empirical findings, *OECD Journal: Economic Studies*, vol. 2014/1,
- Kropfeld M.I. (2023). Lifestyles of enough exploring sufficiency-oriented consumption behavior from a social practice theory perspective. *Journal of Consumer Culture*, 23(2), 369-390.
- Krosnick J.A. et Alwin D.F. (1989). Aging and susceptibility to attitude change. *Journal of personality and social psychology*, 57(3), 416.
- Kuvavic I. (1972). Marxisme et fonctionnalisme. *L'Homme et la Société*, 23(1), 95-109.

## L

- La Branche S. (2012). La schizophrénie écologique : le cas des déplacements quotidiens à Lyon. *Vertigo-la revue électronique en sciences de l'environnement* (hors-série 11).
- Lachance J. (2022). *Les paradoxes de l'engagement : Construire son avenir dans un monde qui s'effondre*. Presses de l'Université Laval.
- Lachance J. et Mane I. (2022), Le rapport des jeunes aux enjeux environnementaux en France : Les 15-24 ans sont-ils différents de l'ensemble de la population ? Laboratoire TREE, Rapport de recherche.
- Lachance M.J., Legault F. et Bujold N. (2000). Family structure, parent-child communication, and adolescent participation in family consumer tasks and decisions. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 29(2), 125-152.
- Lachance M.J., Beaudoin P. et Robitaille J. (2003). Adolescents' brand sensitivity in apparel: influence of three socialization agents. *International Journal of consumer studies*, 27(1), 47-57.

- Lachance M.J. et Legault F. (2007). College students' consumer competence: Identifying the socialization sources. *Journal of Research for Consumers*, (13), 1.
- Lahire B. (1998). *L'Homme pluriel. Les ressorts de l'action*. Paris, Nathan, Essais et Recherches.
- Lahire B. (2002). *Portraits sociologiques : dispositions et variations individuelles*. Paris, Armand Colin.
- Lahire B. (2004). *La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris, La Découverte, Laboratoire des sciences sociales.
- Lahire B. (2005). Sociologie, psychologie et sociologie psychologique. *Hermès*, (1), 151-157.
- Lahire B. (2013). *Dans les plis singuliers du social. Individus, institutions, socialisations*. Paris, La Découverte.
- Laible D., Thompson R.A. et Froimson J. (2015). Early socialization: The influence of close relationships, in J. E. Grusec et P. D. Hastings (Eds.), *Handbook of socialization: Theory and research* (pp. 85–108). The Guilford Press.
- Lallement M. (2017). *Histoire des idées sociologiques : De Parsons aux contemporains*. 5<sup>ème</sup> édition. Collection Cursus Paris, Armand Colin.
- Lallement M. (2019). 50 ans de sociologie : Éléments pour un panorama. *Idées économiques et sociales*, (1), 19-27.
- Lama A. et Deleplancque J. (2021) Les jeunes et la science Crédibilité des scientifiques et conditions d'optimisation de la confiance dans la parole des chercheurs - Rapport d'étude IPSOS Fondation Collège de France.
- Lamb W. F., Mattioli G., Levi S., Roberts J.T., Capstick S., Creutzig F. et Steinberger J.K. (2020). Discourses of climate delay. *Global Sustainability*, 3, e17.
- Lange S., Pohl J. et Santarius T. (2020). Digitalization and energy consumption. Does ICT reduce energy demand?. *Ecological economics*, 176, 106760.
- Larrère C. (2018). Chapitre 29 - Anthropocène : le nouveau grand récit ?, in R. Beau éd., *Penser l'Anthropocène* (pp. 487-497). Paris, Presses de Sciences Po.
- Latouche S. (2007). *Petit traité de la décroissance sereine*. Paris, Mille et une nuits.
- Latouche S. (2010). La décroissance est-elle la solution de la crise ? *Écologie politique*, 40(2), 51-61.
- Latouche S. (2019). *La décroissance. Que sais-je ?* Paris, Presses Universitaires de France.
- Laurent E. (2019a). Justice climatique et transition sociale-écologique. *OFCE Le Blog*.
- Laurent E. (2019b) *Sortir de la croissance : mode d'emploi*. Les liens qui libèrent
- Laville E. (2014). *Vers une consommation heureuse*. Allary.
- Lechartre, S. (2022). Chapitre 7 - Quel magasin demain pour une génération Z en quête de bien-être ?, in I.Collin-Lachaud (coord) *Révolutions du commerce dans une société en transition* (pp. 139-157). Caen, EMS Editions.
- Lee M.S. (2022). Anti-consumption research: A foundational and contemporary overview. *Current Opinion in Psychology*, 101319.
- Lee M.S., Fernandez K.V. et Hyman M.R. (2009). Anti-consumption: An overview and research agenda. *Journal of Business Research*, 62(2), 145-147.

- Lee M.S., Motion J. et Conroy D. (2009). Anti-consumption and brand avoidance. *Journal of Business Research*, 62(2), 169-180.
- Lee M.S. et Ahn C.S.Y. (2016). Anti-consumption, materialism, and consumer well-being. *Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 18-47.
- Lee M.S., Ortega Egea J.M. et Garcia de Frutos N. (2020). Anti-consumption beyond boundaries: From niche topic to global phenomena. *Psychology & Marketing*, 37(2), 171-176.
- Lee M., Roux D., Cherrier H. et Cova B. (2011). Anti-consumption and consumer resistance: concepts, concerns, conflicts and convergence. *European Journal of Marketing*, 45(11/12).
- Léger M. T. et Pruneau D. (2015). Vers l'adoption de comportements environnementaux dans la famille – Perspectives théoriques. *Éducation relative à l'environnement*, 12, 153-168.
- Leiserowitz A., Maibach E., Rosenthal S., Kotcher J., Ballew M., Marlon J., Carman J., Verner M., Lee S., Myers T. et Goldberg M. (2023). Global Warming's Six Americas, December 2022. Yale University and George Mason University. New Haven, CT: *Yale Program on Climate Change Communication*
- Lejeune C. (2013). Entre mémoire, écriture, publication et documentation du processus de recherche. Vertus et limites du journal de bord, in *La logique de la découverte en recherche qualitative*.
- Lepesant M. (2018). *Politique (s) de la décroissance : propositions pour penser et faire la transition*. Les Éditions Utopia.
- Lesèche D. (2000) La construction sociale de la réalité. Les fiches de lecture de la chaire DSO Paris, CNAM
- Leung F. F., Gu F. F. et Palmatier R.W. (2022). Online influencer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1-26.
- Li M. (2020). Anthropocene, Emissions Budget, and the Structural Crisis of the Capitalist World-System. *Journal of World-Systems Research*, 26(2), 288-317.
- Lim W.M. (2017). Inside the sustainable consumption theoretical toolbox: Critical concepts for sustainability, consumption, and marketing. *Journal of business Research*, 78, 69-80.
- Liegey V. (2021a). *Décroissance : Fake or not ?* Tana Éditions
- Liegey V. (2021b). Le grand ralentissement ? *Revue Projet*, 385(6), 78-81.
- Lipovetsky G. (2003). La société d'hyperconsommation. *Le Débat*, 124, 74-98.
- Liu H., Liu W., Yoganathan V. et Osburg V.S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120600.
- Lockyer J. (2017). Community, commons, and degrowth at Dancing Rabbit Ecovillage. *Journal of Political Ecology*, 24(1), 519-542.
- Longo C., Shankar A. et Nuttall P. (2019). “It’s not easy living a sustainable lifestyle”: How greater knowledge leads to dilemmas, tensions and paralysis. *Journal of Business Ethics*, 154, 759-779.
- Luchs M.G., Phipps M. et Hill T. (2015). Exploring consumer responsibility for sustainable consumption. *Journal of Marketing Management*, 31(13-14), 1449-1471.

- Luchs M.G. et Mick D.G. (2018). Consumer wisdom: A theoretical framework of five integrated facets. *Journal of Consumer Psychology*, 28(3), 365-392.
- Lueg J.E. et Finney R.Z. (2007). Interpersonal communication in the consumer socialization process: scale development and validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1), 25-39.
- Lyotard J-F. (2004). Phénoménologie et sociologie, in J-F. Lyotard éd., *La phénoménologie* (pp. 71-90). Paris Presses Universitaires de France.

## M

- Maccoby E.E. (1988). Gender as a social category. *Developmental psychology*, 24(6), 755.
- Maccoby E.E. (2007). Historical overview of socialization research and theory. Handbook of socialization: *Theory and research*, 1, 13-41.
- Maccoby E.E. et Martin J.A. (1983) Socialization in the Context of the Family: Parent-Child Interaction. *Handbook of Child Psychology*, 1–101.
- Maciel A.F. et Wallendorf M. (2021). Space as a Resource in the Politics of Consumer Identity. *Journal of Consumer Research*, 48(2), 309-332.
- Madon J. (2022). Free repair against the consumer society: How repair cafés socialize people to a new relationship to objects. *Journal of Consumer Culture*, 22(2), 534-550.
- Makri K., Schlegelmilch B.B., Mai R. et Dinhof K. (2020). What we know about anticonsumption: An attempt to nail jelly to the wall. *Psychology & Marketing*, 37(2), 177-215.
- Małecka A., Mitreğa M., Mróz-Gorgoń B. et Pfajfar, G. (2022). Adoption of collaborative consumption as sustainable social innovation: Sociability and novelty seeking perspective. *Journal of Business Research*, 144, 163-179.
- Maresca B. (2017). Mode de vie: de quoi parle-t-on ? Peut-on le transformer ? *La pensée écologique*, 3(3), 233-251.
- Marchais D. (2023). Penser la durabilité au-delà des relations d'opposition entre homme et nature : un éclairage par le mode de vie des écovillages. *Actes du 39<sup>ème</sup> congrès de l'Association Française de Marketing*, Vannes.
- Marchais D., Roux D. et Schill M. (2021). Ontological hybridities in consumption practices, special session «Biosociality in consumer research». In *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research (October).
- Marion G. (2003). Apparence et identité : une approche sémiotique du discours des adolescentes à propos de leur expérience de la mode. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 18(2), 1-29.
- Marshall M.N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family practice*, 13(6), 522-526.
- Martin C.J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological economics*, 121, 149-159.
- Martinez-Alier J. (2011). Justice environnementale et décroissance économique : l'alliance de deux mouvements. *Écologie politique*, 41(1), 125-141.
- Martuccelli D. (2014). *Les sociétés et l'impossible : les limites imaginaires de la réalité*. Paris, Armand Colin.

- Mastini R., Kallis G. et Hickel J. (2021). A green new deal without growth?. *Ecological Economics*, 179, 106832.
- Maury L. (2008). *Le développement de l'enfant*. Paris, Presses Universitaires de France.
- McCracken G. (1988). *The long interview* (Vol. 13). Sage.
- McDonagh P. et Prothero A. (2014). Sustainability marketing research: Past, present and future. *Journal of Marketing Management*, 30(11-12), 1186-1219.
- McLeod J.M. et O'Keefe G.J. (1972). The socialization perspective and communication behavior. *Current perspectives in mass communication research*, 121, 168.
- McMullin J. A., Duerden Comeau T. et Jovic E. (2007). Generational affinities and discourses of difference: a case study of highly skilled information technology workers 1. *The British journal of sociology*, 58(2), 297-316.
- Meadows D., Meadows D., Randers J., Behrens W.W. (1972) *The limits to growth*, Universe books.
- Méda D. (2016). Stratégies de croissance et environnement : quelle conciliation ? *Revue française des affaires sociales*, 279-296.
- Méda D. (2021a). Une société post-croissance est-elle possible ? *Revue du MAUSS*, 57(1), 69-73.
- Méda D. (2021b). Chapitre 1- En finir avec la croissance ? in A. Sinäi éd., *Politiques de l'Anthropocène : Penser la décroissance. Économie de l'après-croissance. Gouverner la décroissance* (pp. 197-213). Paris, Presses de Sciences Po.
- Mellot S., Prodhomme M. et Hoang A.N. (2022). Le numérique à l'épreuve de l'écologie : La fabrique de la «sobriété numérique» comme nouvelle norme ? *Interfaces numériques*, 11(1).
- Menezes M.B., Jalali H. et Lamas A. (2021). One too many: Product proliferation and the financial performance in manufacturing. *International Journal of Production Economics*, 242, 108285.
- Menezes, M. B., & Pinto, R. (2022). Product proliferation, cannibalisation, and substitution: A first look into entailed risk and complexity. *International Journal of Production Economics*, 243, 108327.
- Merritt A.C., Effron D.A. et Monin B. (2010). Moral self-licensing: When being good frees us to be bad. *Social and personality psychology compass*, 4(5), 344-357.
- Meslé F., Toulemon L. et Véron J., (2011). *Dictionnaire de démographie et des sciences de la population*, Paris, Armand Colin.
- Mick D.G. (2006), Presidential address: Meaning and mattering through Transformative Consumer Research, *Advances in Consumer Research*, 33, 1-4.
- Mick D.G., Pettigrew S., Pechmann C. et Ozanne J.L. (2011), *Transformative Consumer Research for personal and collective well-being*, USA, Routledge.
- Mick D.G. et Schwartz B. (2012). Can Consumers Be Wise?: Aristotle Speaks to the 21st Century, in *Transformative consumer research for personal and collective well-being* (pp. 663-680). Routledge.
- Miles M.B. et Huberman M.A. (2003). *Analyse des données qualitatives*. (2e éd.). Bruxelles, De Boeck.

- Mishra A., Maheswarappa S.S., Maity M. et Samu S. (2018). Adolescent's eWOM intentions: An investigation into the roles of peers, the Internet and gender. *Journal of Business Research*, 86, 394-405.
- Moati P. (2017). Société d'hyperconsommation : promesses non tenues. *Revue Projet*, 358, 82-87.
- Moati P. (2020). Chapitre 1 - L'utopie écologique comme nouvel horizon de la consommation, in O. Badot éd. *Utopies et consommation* (pp. 15-32). Caen, EMS Éditions.
- Mocellin P. (2022) *Introduction à la sociologie*. Paris, Ellipses
- Mohr L.A., Webb D.J. et Harris K.E. (2001). Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 35(1), 45-72.
- Molénat X. (2009). La construction sociale de la réalité, in X. Molénat éd., *La sociologie* (pp. 96-102). Auxerre, Éditions Sciences Humaines
- Monnin A. (2023) *Politiser le renoncement*. Éditions divergences
- Morin E. (2011). *La Voie : Pour l'avenir de l'humanité*. Paris, Fayard.
- Morin E. (2020). *L'entrée dans l'ère écologique*. Éditions de l'Aube. Édition originale : Lemieuxéditeur, 2016.
- Morin É., Therriault G. et Bader B. (2019). Le développement du pouvoir agir, l'agentivité et le sentiment d'efficacité personnelle des jeunes face aux problématiques sociales et environnementales : apports conceptuels pour un agir ensemble. *Éducation et socialisation*. Les Cahiers du CERFEE, (51).
- Morrisette J., Guignon S. et Demazière D. (2011). De l'usage des perspectives interactionnistes en recherche. *Recherches qualitatives*, 30(1), 1-9.
- Moschis G.P. (1987). *Consumer socialization: A life-cycle perspective*. Lexington, Mass.: Lexington Books.
- Moschis G.P. et Churchill Jr G.A. (1978). Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research*, 15(4), 599-609.
- Moschis G.P. et Moore R.L. (1978). An analysis of the acquisition of some consumer competencies among adolescents. *Journal of Consumer Affairs*, 12(2), 277-291.
- Moschis G.P. et Moore R.L. (1979). Decision making among the young: A socialization perspective. *Journal of Consumer Research*, 6(September), 101-112.
- Moschis G.P. et Moore R.L. (1983). A Longitudinal Study of Consumer Socialization, 66<sup>th</sup> *Annual meeting of the association for Education in Journalism and Mass communication*, Corvallis.
- Moschis G.P. et Smith R.B. (1985). Consumer socialization: origins, trends and directions for future research. *ACR Special Volumes*.
- Moser S.J. et Weil-Dubuc P.L. (2017). La sécurité ontologique : un enjeu de justice: Réflexions sur le handicap cognitif. *Gérontologie et société*, 39(3), 95-108.
- Mourad M., Cezard,F. et Joncoux S. (2019). Bien manger sans gaspiller : simplicité volontaire dans les pratiques alimentaires. *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 54(2), 81-91.

- Mourlon-Druol Emmanuel. (2017). L'usage des réseaux sociaux pour chercheurs, in É. Cavalié, C. Frédéric, L. Olivieret M. Dana, *Expérimenter les humanités numériques*. Collection Des outils individuels aux projets collectifs. Les Presses de l'Université de Montréal.
- Mucchielli A. (2015). L'Identité individuelle et les contextualisations de soi. *Le Philosophoire*, (1), 101-114.
- Mucchielli A. (2021). *L'identité*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Muncy J. A. et Vitell, S. J. (1992). Consumer ethics: An investigation of the ethical beliefs of the final consumer. *Journal of business Research*.
- Muratore I. (2002). Implication, âge et socialisation : trois antécédents de la sensibilité de l'enfant au cadeau et aux marques. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 17(4), 3-21.
- Muratore I. (2008). L'adolescent, les pairs et la socialisation : éthographie d'une cour de récréation. *Revue française du marketing*, (216) 43-60
- Muratore I. (2022). L'enfant et la consommation de viande : enjeux sociétaux. *Revue Management et Avenir*, (3), 81-103.
- Mutz D.C. (2002). The consequences of cross-cutting networks for political participation. *American Journal of Political Science*, 838-855.
- Muxel A. (2018). La politique dans la chaîne des générations : Quelle place et quelle transmission ? *Revue de l'OFCE*, (2), 29-41.

## N-O

- Neas S., Ward A. et Bowman B. (2022). Young people's climate activism: A review of the literature. *Frontiers in Political Science*, 4, 940876.
- Neeley S. (2005). Influences on consumer socialisation. *Young Consumers*, 6(2), 63-69.
- Nelson M.R., Rademacher M. A. et Paek H. J. (2007). Downshifting consumer = upshifting citizen? An examination of a local freecycle community. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 141-156.
- Noble S. M. et Schewe C.D. (2003). Cohort segmentation: An exploration of its validity. *Journal of business research*, 56(12), 979-987.
- Obadia L. (2021). Urgence de la recherche, recherche en urgence. Covid-19 et au-delà... *Questions de communication*, (40), 213-232.
- O'Neill D. W., Fanning A.L., Lamb W.F. et Steinberger J. K. (2018). A good life for all within planetary boundaries. *Nature sustainability*, 1(2), 88-95.
- Ochs A. (2020). Chapitre 5 - Des utopies aux comportements de consommation : le green gap. In O. Badot éd., *Utopies et consommation* (pp. 77-92). Caen, EMS Éditions.
- Octobre S. (2010). La socialisation culturelle sexuée des enfants au sein de la famille. *Cahiers du genre*, 49(2).
- Odou P., Darke P. et Voisin D. (2019). Promouvoir les comportements pro-environnementaux grâce à l'hypocrisie induite. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 34(1), 78-94.
- Ojala M. (2018). Eco-anxiety. *Rsa Journal*, 164(4 (5576), 10-15.

- Okros A. (2020). Generational theory and cohort analysis. *Harnessing the potential of digital post-Millennials in the future workplace*, 33-51.
- Ozanne L.K. et Ballantine P.W. (2010). Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users. *Journal of Consumer Behaviour*, 9(6), 485-498.
- Özçağlar-Toulouse N. (2005). Apport du concept d'identité à la compréhension du comportement du consommateur responsable : une application à la consommation des produits issus du commerce équitable. Thèse de Doctorat en sciences de gestion, Université de Lille 2 Droit et Santé.
- Özçağlar-Toulouse N. (2008) Les récits de vie, in Dion, D. (coord) *À la recherche du consommateur: nouvelles techniques pour mieux comprendre le client*. (pp. 123-144) Paris, Dunod.
- Özçağlar-Toulouse N. (2009). Quel sens les consommateurs responsables donnent-ils à leur consommation ? Une approche par les récits de vie. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 24(3), 3-23.
- Özçağlar-Toulouse N. et Cova B. (2010). Une histoire de la CCT française : parcours et concepts clés. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 25(2), 69-91.

## P

- Paillé P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, (23), 147-181.
- Paillé P. (2009) Analyse qualitative par théorisation, in A. Mucchielli, *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines* (pp 206-212). Armand Colin.
- Paillé P. et Mucchielli A. (2016). *L'analyse qualitative*. 4<sup>ème</sup> édition. Paris, Armand Colin
- Palan K.M., Gentina E. et Muratore I. (2010). Adolescent consumption autonomy: A cross-cultural examination. *Journal of Business Research*, 63(12), 1342-1348.
- Pancer E. et Handelman J. (2012). The evolution of consumer well-being. *Journal of Historical Research in Marketing*, 4(1), 177-189.
- Papadas K.K., Avlonitis G.J. et Carrigan M. (2017). Green marketing orientation: Conceptualization, scale development and validation. *Journal of Business Research*, 80, 236-246.
- Parise F. (2022). *Les enfants gâtés : anthropologie du mythe du capitalisme responsable*. Paris, Payot et Rivages.
- Parment A. (2013). Generation Y vs. Baby Boomers: Shopping behavior, buyer involvement and implications for retailing. *Journal of retailing and consumer services*, 20(2), 189-199.
- Parmentier G. et Rolland S. (2009). Les consommateurs des mondes virtuels : construction identitaire et expérience de consommation dans Second Life. *Recherche et Applications en Marketing (French Edition)*, 24(3), 43-56.
- Parrique T. (2019). The political economy of degrowth. Thèse de doctorat en sciences économiques, Université Clermont Auvergne.
- Parrique,T. (2021). From green growth to degrowth. *Global Policy*.
- Parrique T. (2022). *Ralentir ou périr : l'économie de la décroissance*. Paris, Seuil.



- Parsons T. (1937). *The structure of social action* (2<sup>ème</sup> édition 1949 Vol. 491). New York: Free press.
- Parsons T. (1951). *The social system*. New York: Free press.
- Parsons T. (1972). Culture and Social System revisited. *Social Science Quarterly*, 53(2), 253–266.
- Paschen J., Wilson M. et Robson K. (2020). #BuyNothingDay: investigating consumer restraint using hybrid content analysis of Twitter data. *European Journal of Marketing*, 54(2), 327–350.
- Patton M.Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury Park, CA: Sage.
- Paugam S. (2018). *Les 100 mots de la sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Pellizzoni L. (2011). Governing through disorder: Neoliberal environmental governance and social theory. *Global Environmental Change*, 21(3), 795-803.
- Pelt J-M., Papin S. et Rouden C.(2009). *Consommer moins, consommer mieux*. Paris: Éd. Autrement La Croix.
- Perera C., Auger P. et Klein J. (2018). Green consumption practices among young environmentalists: A practice theory perspective. *Journal of business ethics*, 152, 843-864.
- Perren R. et Kozinets R.V. (2018). Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20-36.
- Perret B. (2018). Sortir du consumérisme est devenu vital. *Revue Projet*, 367, 14-19.
- Persson O. et Klintman M. (2022). Framing sufficiency: Strategies of environmental non-governmental organisations towards reduced material consumption. *Journal of Consumer Culture*, 22(2), 515-533.
- Petit O. (2004). La nouvelle économie des ressources et les marchés de l'eau : une perspective idéologique ? *Vertigo-la revue électronique en sciences de l'environnement*, 5(2).
- Phipps M., Ozanne L.K., Luchs M.G., Subrahmanyam S., Kapitan,S., Catlin J.R., Gau R., Walker Naylor R., Rose R.L., Simpson B. et Weaver T. (2013). Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework. *Journal of Business Research*, 66(8), 1227-1234.
- Piaget J. (1951). Pensée égocentrique et pensée sociocentrique. *Cahiers internationaux de sociologie*, 10, 34-49.
- Piau R et Bigot C. (2003). Peut-on parler d'une opinion de la jeunesse ? *Cahier de recherche NC181*.
- Pichler S., Kohli C. et Granitz N. (2021). DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. *Business Horizons*, 64(5), 599–610.
- Pigeon M. (2023). *Les jeunes et les changements climatiques : quels choix de société ?* Presses de l'Université Laval.
- Pihkala P. (2020). Anxiety and the ecological crisis: An analysis of eco-anxiety and climate anxiety. *Sustainability* 12(19): 7836.
- Pihkala P. (2022). The process of eco-anxiety and ecological grief: A narrative review and a new proposal. *Sustainability*, 14(24), 16628.
- Piketty T. (2021). *Une brève histoire de l'égalité*. Paris, Éditions du Seuil.

- Piketty T. et Saez E. (2014). Inequality in the long run. *Science*, 344(6186), 838-843.
- Point C. (2022). L'université à l'ère de l'anthropocène : repenser l'éducation au politique par l'écologie. *Éducation et socialisation. Les Cahiers du CERFEE*, (63).
- Point S. (2018). Chapitre 15 - L'analyse des données qualitatives : voyage au centre du codage, in F. Chevalier, L.M. Cloutier, N. Mitevvet et S. Point *Les méthodes de recherche du DBA* (pp. 262–282) EMS Éditions.
- Point S. et Voynnet-Fourboul C. (2006). Le codage a visée théorique. *Recherche et Applications en Marketing*, 21(4), 61–78.
- Polonsky M.J. (2011). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. *Journal of Business Research*, 64(12), 1311-1319.
- Pommier É. (2016). De la communauté biotique à la Terre : fonder le devoir écologique dans un horizon jonassien. *Revue de métaphysique et de morale*, 89(1), 7-22.
- Porter M. et Van der Linde C. (1995). Green and competitive: ending the stalemate. *The Dynamics of the eco-efficient economy: environmental regulation and competitive advantage*, 33, 120-134.
- Prendergast G.P. et Tsang A.S. (2019). Explaining socially responsible consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 36(1), 146-154.
- Princen T. (1997). Toward a theory of restraint. *Population and Environment*, 233-254.
- Princen T. (2005). *The logic of sufficiency*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Proulx J. (2019). Recherches qualitatives et validités scientifiques. *Recherches qualitatives*, 38(1), 53-70.

## R

- Rabhi P. (2010) *Vers la sobriété heureuse*. Paris, Actes Sud
- Rappin B. (2011). De l'unité ontologique des épistémologies gestionnaires et de ses conséquences. *Management et Avenir*, 43(3), 476.
- Rebouças R. et Soares A.M. (2021). Voluntary simplicity: A literature review and research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(3), 303-319.
- Reisenwitz T. et Iyer R. (2007). A comparison of younger and older baby boomers: investigating the viability of cohort segmentation. *Journal of Consumer Marketing*.
- Rémy E., Garcia-Bardidia R. et Trizzulla C. (2015). IV. La sociologie de Pierre Bourdieu : la consommation par les pratiques sociales et la domination, in E. Rémy éd., *Regards croisés sur la consommation : Tome 2 – Des structures au retour de l'acteur* (pp. 79-124). Caen, EMS Éditions.
- Rémy E. et Roux D. (2022). Est-ce qu'il y aura encore du marketing dans un monde à + 3° ? *Carnets De La Consommation*.
- Rindfleisch A. (1994). Cohort generational influences on consumer socialization. *ACR North American Advances*.
- Riutort P. (2013). *Premières leçons de sociologie*. Paris, Presses Universitaires de France.

- Robert-Demontrond P. et Özçağlar-Toulouse N. (2011). Les ambiguïtés sémantiques du commerce équitable : micro-mythanalyse des imaginaires de consommation. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 26(4), 53-70.
- Robert-Mazaye C., Goulet F., Turcotte S., Demers S., Belleau É. et Barroca-Paccard, M. (2021). Comprendre les composantes de l'écocitoyenneté chez les enfants et les jeunes : une réflexion théorique. *Tréma*, (56).
- Roberts J.A. (1995). Profiling levels of socially responsible consumer behavior: a cluster analytic approach and its implications for marketing. *Journal of marketing Theory and practice*, 3(4), 97-117.
- Rocher G. (1971). La sociologie parsonienne : influence et controverses. *Sociologie et sociétés*, 3(2), 135–150
- Rocher G. (1972). *Talcott Parsons et la sociologie américaine*. Collection SUP le sociologue, no 29. Paris, Les Presses universitaires de France.
- Rodhain A. (2008). En France, la publicité est interdite dans l'enceinte de l'école . In Critique et Management (CriM) éd., *Petit bréviaire des idées reçues en management* (pp. 268-276). Paris: La Découverte.
- Roedder-John D. (2001). 25 ans de recherche sur la socialisation de l'enfant-consommateur. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 16(1), 87-129.
- Roedder D.L., Didow, N.M. et Calder, B.J. (1978). A review of formal theories of consumer socialization. *ACR North American Advances*.
- Roques P. et Roux D. (2018). Consommation d'énergie et théorie des pratiques : vers des pistes d'action pour la transition énergétique. *Décision Marketing*, (2), 35-54.
- Rosa H. (2010). *Aliénation. Une critique sociale du temps*. Paris, La Découverte.
- Rosa H. (2012). *Aliénation et accélération : vers une théorie critique de la modernité tardive*. Paris, La Découverte.
- Rosa H. (2018). *Résonance : Une sociologie de la relation au monde*. Paris, La Découverte.
- Rosa H. (2020). *Rendre le monde indisponible*. Paris, La Découverte.
- Rose G.M. (1999). Consumer socialization, parental style, and developmental timetables in the United States and Japan. *Journal of Marketing*, 63(3), 105–118.
- Rose G.M., Dalakas V. et Kropp F. (2002). A five-nation study of developmental timetables, reciprocal communication and consumer socialization. *Journal of Business Research*, 55(11), 943-949.
- Rose G.M., Dalakas V. et Kropp F. (2003). Consumer socialization and parental style across cultures: findings from Australia, Greece, and India. *Journal of Consumer Psychology*, 13(4), 366-376.
- Rouet G. (2019). Les stéréotypes générationnels : fondements, limites et dangers. *Hermès, La Revue*, 83(1), 125-133.
- Roux D. (2007). La résistance du consommateur : proposition d'un cadre d'analyse. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 22(4), 59-80.
- Roux D. (2012). Pourquoi parler de résistance ? *Décisions Marketing*, 5-10.

- Roux D. et Guiot D. (2008). Une mesure des motivations envers l'achat d'occasion, leurs antécédents et leurs conséquences. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 23(4), 63-95.
- Roux D. et Guillard V. (2016). Circulations d'objets entre étrangers dans l'espace public : une analyse des formes de socialité entre déposers et glaneurs. *Recherche et Applications en Marketing* (French Edition), 31(4), 30-49.
- Royer C. et Py-Cayol A. (2022). L'importance et la signification de l'environnement chez de jeunes adultes français. *Vertigo-la revue électronique en sciences de l'environnement*, 22(3).
- Rue P. (2018). Make Way, Millennials, Here Comes Gen Z. *About Campus* 3(3), 5-12.
- Rumpala Y. (2009a). La décroissance soutenable face à la question du «comment ?» Une remise en perspective par les processus de transition et leurs conditions de réalisation. *Mouvements*, (3), 157-167.
- Rumpala Y. (2009b). La «consommation durable» comme nouvelle phase d'une gouvernementalisation de la consommation. *Revue française de science politique*, 59(5), 967-996.
- Rumpala Y. (2011). "Sustainable consumption" as a new phase in a governmentalization of consumption. *Theory and Society*, 40, 669-699.
- Rumpala Y. (2018). Quelle place pour une «sobriété heureuse» ou un «hédonisme de la modération» dans un monde de consommateurs ? Entre (re) construction d'un ethos et tensions non résolues. *L'Homme et la Société*, (3), 223-248.
- 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.
- Ryder N. B. (1985). *The cohort as a concept in the study of social change* (pp. 9-44). Springer New York.
- Ryff C.D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 57(6), 1069.

## S

- Saint-Martin, A. (2013). *La sociologie de Robert K. Merton*. Paris, La Découverte.
- Sakar S. (2019). *Customer Driven Disruption : Five Strategies to Stay Ahead of the Curve*. Oakland, CA Berrett-Koehler Publishers
- Salles D. (2009). Environnement : la gouvernance par la responsabilité ? *Vertigo-la revue électronique en sciences de l'environnement*, (6) 1-7.
- Sandberg M. (2021). Sufficiency transitions: A review of consumption changes for environmental sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 293, 126097.
- Sandikci Ö. et Ekici A. (2009). Politically motivated brand rejection. *Journal of Business Research*, 62(2), 208-217.
- Sarrazin P., Pelletier L., Deci E.L. et Ryan, R.M. (2011). Nourrir une motivation autonome et des conséquences positives dans différents milieux de vie : les apports de la théorie de l'autodétermination. *Traité de psychologie positive*, 273-312.
- Sawyer S.M., Azzopardi, P.S., Wickremarathne D. et Patton G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child et Adolescent Health*, 2(3), 223-228.

- Schau H.J. (2018). Identity projects and the marketplace. *Consumer Culture Theory*, 19-39.
- Schau H.J., Gilly M.C. et Wolfenbarger M. (2009). Consumer identity renaissance: the resurgence of identity-inspired consumption in retirement. *Journal of Consumer Research*, 36(2), 255-276.
- Schehr S. (2000). Processus de singularisation et formes de socialisation de la jeunesse. *Lien social et Politiques*, (43), 49-58.
- Schewe C.D. et Meredith, G. (2004). Segmenting global markets by generational cohorts: Determining motivations by age. *Journal of Consumer Behaviour* 4(1), 51-63.
- Schill M., Godefroit-Winkel D. et Hogg M.K. (2020). Young children's consumer agency: The case of French children and recycling. *Journal of Business Research*, 110, 292–305.
- Schill M., Muratore I. et Hogg M.K. (2022). Children's engagement with environmental issues. *Journal of Marketing Management*, 38(9-10), 866-902.
- Schmelzer M. (2015). The growth paradigm: History, hegemony, and the contested making of economic growthmanship. *Ecological Economics*, 118, 262-271.
- Schneider F., Kallis G. et Martinez-Alier J. (2010). Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. Introduction to this special issue. *Journal of cleaner production*, 18(6), 511-518.
- Scholz J. (2021). How consumers consume social media influence. *Journal of Advertising*, 50(5), 510-527.
- Schouten J.W. et McAlexander J.H. (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 43-61.
- Schrader U. (2007). The moral responsibility of consumers as citizens. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 2(1), 79–96.
- Schwartz S.E., Benoit L., Clayton S., Parnes M.F., Swenson L. et Lowe S.R. (2022). Climate change anxiety and mental health: Environmental activism as buffer. *Current Psychology*, 1-14.
- Schwartzman D. (2012): A Critique of Degrowth and its Politics, *Capitalism Nature Socialism*, 23:1, 119-125
- Schwartzman D. et Engel-Di Mauro S. (2019). A Response to Giorgios Kallis' Notions of Socialism and Growth. *Capitalism Nature Socialism*, 30(3), 40-51.
- Schwieger D. et Ladwig C. (2018). Reaching and retaining the next generation: Adapting to the expectations of Gen Z in the classroom. *Information Systems Education Journal*, 16(3), 45.
- Scott K.A. et Weaver S.T. (2018). The intersection of sustainable consumption and anticonsumption: Repurposing to extend product life spans. *Journal of Public Policy et Marketing*, 37(2), 291-305.
- Seegebarth B., Peyer M., Balderjahn I. et Wiedmann K.P. (2016). The sustainability roots of anticonsumption lifestyles and initial insights regarding their effects on consumers' well-being. *Journal of Consumer Affairs*, 50(1), 68-99.
- Seemiller C. et Grace M. (2017), Generation Z: Educating and Engaging the Next Generation of Students. *About Campus*. 2017, 22(3), 21-26.

- Sekhon T.S. et Armstrong Soule C.A. (2020). Conspicuous anticonsumption: When green demarketing brands restore symbolic benefits to anticonsumers. *Psychology & Marketing*, 37(2), 278-290.
- Sekulova F., Kallis G., Rodríguez-Labajos B. et Schneider, F. (2013). Degrowth: from theory to practice. *Journal of cleaner Production*, 38, 1-6.
- Semal L., Szuba M. et Villalba B. (2014). «Sobriétés» (2010-2013) : une recherche interdisciplinaire sur l'institutionnalisation de politiques locales de sobriété énergétique.
- Séré de Lanauze G. et Siadou-Martin B. (2013). Pratiques et motivations de déconsommation : une approche par la théorie de la valeur. *Revue française de gestion*, (1), 55-73.
- Séré de Lanauze G. et Lallement J. (2018). Mieux comprendre l'image du consommateur responsable : de la personne idéale aux stéréotypes négatifs. *Décisions Marketing*, 90(2), 15-34.
- Séré de Lanauze G. et Sirieix L. (2021). Influences sociales et dissonance normative: le cas du végétarisme. *Décision Marketing*, (3), 33-54.
- Schatzki T-R. (1996), *Social practices - a wittgensteinian approach to human activity and the social*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Shaw D. et Newholm T. (2002). Voluntary simplicity and the ethics of consumption. *Psychology & Marketing*, 19(2), 167-185.
- Shove E. et Pantzar M. (2005). Consumers, producers and practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking. *Journal of consumer culture*, 5(1), 43-64.
- Sinaï A. (2021). *Politiques de l'Anthropocène : Penser la décroissance. Économie de l'après-croissance*. Paris, Presses de Sciences Po
- Singh P., Sahadev S., Oates C.J. et Alevizou P. (2020). Pro-environmental behavior in families: A reverse socialization perspective. *Journal of Business Research*, 115, 110-121.
- Sirieix L., Séré de Lanauze G., Dyen M., Balbo L. et Suarez E. (2023). The role of communities in vegetarian and vegan identity construction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103470.
- Soper K. (2007). Re-thinking the Good Life: The citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. *Journal of Consumer Culture*, 7(2), 205-229.
- Soper K. (2014). Alternative hedonism, cultural theory and the role of aesthetic revisioning. In *Cultural Studies and Anti-Consumerism* (pp. 49-69). Routledge.
- Sorrell S., Gatersleben B. et Druckman A. (2018). Energy sufficiency and rebound effects. ECEEE's energy
- Soulié É. (2020). *La génération Z aux rayons X*. Paris, Les éditions du Cerf.
- Spach M. (2016). L'influence du groupe de pairs sur la consommation de substances psychoactives licites et illicites à l'adolescence. *Revue Jeunes et Société*, 1(1), 57-82.
- Spangenberg J.H. et Lorek S. (2019). Sufficiency and consumer behaviour: From theory to policy. *Energy Policy*, 129, 1070-1079.
- Speck M. et Hasselkuss M. (2015). Sufficiency in social practice: searching potentials for sufficient behavior in a consumerist culture. *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 11(2), 14-32.

- Spinhirny F. et Wallenhorst, N. (2023). *Vous voulez sauver la planète ? Faites des gosses !* Paris, Le Pommier.
- Stanley SK, Hogg TL, Leviston Z and Walker I (2021) From anger to action: Differential impacts of eco-anxiety, eco-depression, and eco-anger on climate action and wellbeing. *The Journal of Climate Change and Health*, 1: 100003.
- Stern P.C. (2000). New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of social issues*, 56(3), 407-424.
- Stiglitz J.E. (2009). GDP fetishism. *The Economists' Voice*, 6(8).
- Stiglitz J.E. (2012). *Le prix de l'inégalité*. Éditions Les liens qui libèrent.
- Strauss A. et Corbin J. (1998). Chapter 7 - Grounded Theory Methodology: An Overview. *Strategies of qualitative inquiry*. Sage Publications, 158-83.
- Sudbury-Riley L. et Kohlbacher F. (2018). Moral avoidance for people and planet: Anti-consumption drivers. *Management Decision*, 56(3), 677-691.

## T-U

- Tanner C. et Wölfing Kast S. (2003). Promoting sustainable consumption: Determinants of green purchases by Swiss consumers. *Psychology and marketing*, 20(10), 883-902.
- Tabboni S. (2003). Robert K. Merton (1910-2003) Le sociologue de l'ironie. *Hermès*, (3), 261-265.
- Teinturier B., Petit G. et Chandèze E. (2022) Mobilisation, inquiétude ou indifférence : où en sont les citoyens de 30 pays avec le changement climatique ? Obs'COP 2022
- Testot L. et Wallenhorst N. (2023). *Vortex : faire face à l'Anthropocène*. Paris, Payot.
- Thiétart R.-A. et al. (2014). *Méthodes de recherche en management*. 4<sup>ème</sup> édition ,Paris, Dunod
- Thompson C.J. (1997). Interpreting consumers: A hermeneutical framework for deriving marketing insights from the texts of consumers' consumption stories. *Journal of marketing Research*, 34(4), 438-455.
- Thompson C.J., Rindfleisch A. et Arsel Z. (2006). Emotional branding and the strategic value of the doppelgänger brand image. *Journal of marketing*, 70(1), 50-64.
- Thompson C.J et Kumar A. (2022). Socially Responsible Consumers—A Trojan Horse of Neoliberalism?. *NIM Marketing Intelligence Review*, 14(1), 19-23.
- Thorson A.R. et Horstman H.K. (2017). Family communication patterns and emerging adult consumer outcomes: Revisiting the consumer socialization model. *Western Journal of Communication*, 81(4), 483-506.
- Tignol F. (2020) Repenser notre rapport à la sobriété. *La Fabrique écologique*, Décryptage N°30.
- Tosun P. et Gurce M.Y. (2018). Consumer comments about meat anti- consumption. *British Food Journal*, 120(10), 2439–2453.
- Toulouse E. (2020). La sobriété énergétique, une notion disruptive de plus en plus étudiée. *La Revue de l'Énergie* mars-avril, 649, 21-32.

- Trizzulla C. (2018). Appréhender la variété des modes de consommation culturelle en contextes présents et passés : le cas de la bande dessinée. Thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Lorraine.
- Trzesniewski K. H. et Donnellan M.B. (2010). Rethinking “Generation Me”: A study of cohort effects from 1976-2006. *Perspectives on psychological science*, 5(1), 58-75.
- Twenge J.M. (2008). Generation Me: The origins of birth cohort differences in personality traits, and cross-temporal meta- analysis. *Social and Personality Psychology Compass*, 2/3, 1440–1454.
- Twenge J.M (2018). Génération Internet : Comment les écrans rendent nos ados immatures et déprimés. Mardaga.
- Udovyk O. et Hedren, J. (2014). Utopian ideas about sustainability? The case of chemical management in the EU. *The International Journal of Sustainability Policy and Practice* , 9(3), 47-56.
- Ulusoy E. (2016). Experiential responsible consumption. *Journal of Business Research*, 69(1), 284-297.

## V-W

- Vaal A. (2022). Chapitre 6 - Sobriété dans la consommation : de l’apanage d’une minorité à un projet de société, in E. Couzineau-Zegwaard éd. *Minorités en mode majeur* (pp. 155-193). Caen, EMS Éditions.
- Valkenburg P. M. et Cantor J. (2001). The development of a child into a consumer. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 22(1), 61-72.
- Van den Bergh J.C. (2011). Environment versus growth—A criticism of “degrowth” and a plea for “a-growth”. *Ecological economics*, 70(5), 881-890.
- Van Tilbeurgh V. et Atlan, A. (2022). Pluralité des valeurs attribuées à la nature: le rôle des instances de socialisation primaire. *Vertigo-la revue électronique en sciences de l'environnement*, 22(3).
- Veresiu E. et Giesler M. (2018). Beyond acculturation: Multiculturalism and the institutional shaping of an ethnic consumer subject. *Journal of Consumer Research*, 45(3), 553-570.
- Verplanken B. et Roy D. (2015). Consumer habits and sustainable consumption. In *Handbook of research on sustainable consumption* (pp. 243-253). Edward Elgar Publishing.
- Verplanken B., Marks E. et Dobromir A.I. (2020). On the nature of eco-anxiety: How constructive or unconstructive is habitual worry about global warming? *Journal of Environmental Psychology* 72, 101528
- Verplanken B. et Whitmarsh L. (2021). Habit and climate change. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 42, 42-46.
- Villalba B. (2016). Sobriété : ce que les pauvres ont à nous dire. *Projets*, (1), 39-49.
- Villalba B. (2022). *L'écologie politique en France*. Collection Repères, Paris, La Découverte.
- Villalba B. (2023). *Politiques de sobriété*. Paris, Le Pommier
- Villalba B. et Semal L. (2018). Sobriété énergétique : contraintes matérielles, équité sociale et perspectives institutionnelles. *Quae*.



- Vinegar R., Parker P. et McCourt G. (2016). More than a response to food insecurity: demographics and social networks of urban dumpster divers. *Local Environment*, 21(2), 241-253.
- Volle P. et Schouten J. (2022). *Marketing (plus) durable*. Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur.
- Wallendorf M. et Belk R. W. (1989). Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research. *ACR special volumes*.
- Wallenhorst N. (2019). *L'Anthropocène décodé pour les humains*. Paris, Le Pommier.
- Wallenhorst N. (2022). *Qui sauvera la planète ? : les technocrates, les autocrates ou les démocrates...* Paris, Actes Sud.
- Wallenhorst N. et Theviot A. (2020). Les récits politiques de l'Anthropocène. *Raisons politiques*, 77(1), 5-34.
- Wallis H. et Loy L.S. (2021). What drives pro-environmental activism of young people? A survey study on the Fridays For Future movement. *Journal of Environmental Psychology*, 74, 101581.
- Wallnoefer L.M. et Riefler P. (2022). Concepts describing and assessing individuals' environmental sustainability: An integrative review and taxonomy. *Frontiers in Psychology*, 12, 770470.
- Walsh I. (2015). *Découvrir de nouvelles théories : Une approche mixte et enracinée dans les données*. Caen, EMS Éditions.
- Walsh I., Holton J. A., Bailyn L., Fernandez, W., Levina, N. et Glaser, B. (2015). What grounded theory is... a critically reflective conversation among scholars. *Organizational Research Methods*, 18(4), 581-599.
- Ward S. (1974). Consumer Socialization, *Journal of Consumer Research*, 1, 2, 1-14
- Ward S. et Wackman D.B. (1973) Effects of television advertising on consumer socialization. Cambridge, MA : Marketing Science institute, September
- Ward S., Wackman D. et Wartella, E. (1977). *How children learn to buy: The development of consumer information processing skills*. Beverly Hills: Sage Publishing, Inc.
- Warde A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of consumer culture*, 5(2), 131-153.
- Waterman A.S. (1993). Two Conceptions of Happiness: Contrasts of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678-691.
- Watne T., Lobo A. et Brennan L. (2011). Children as agents of secondary socialisation for their parents. *Young Consumers*, 12(4), 285-294.
- Webb D.J., Mohr L.A. et Harris K.E. (2008). A re-examination of socially responsible consumption and its measurement. *Journal of business research*, 61(2), 91-98.
- Weber T.A. (2016). Product pricing in a peer-to-peer economy. *Journal of Management Information Systems*, 33(2), 573-596.
- Webster Jr F.E. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *Journal of consumer research*, 2(3), 188-196.

- Wei X., Lo C.K., Jung S. et Choi T.M. (2021). From co-consumption to co-production: A systematic review and research synthesis of collaborative consumption practices. *Journal of Business Research*, 129, 282-294.
- Weinberger M.F., Zavisca J.R. et Silva J.M. (2017). Consuming for an imagined future: Middle-class consumer lifestyle and exploratory experiences in the transition to adulthood. *Journal of Consumer Research*, 44(2), 332-360.
- Weiss M. et Cattaneo C. (2017). Degrowth–taking stock and reviewing an emerging academic paradigm. *Ecological economics*, 137, 220-230.
- White K., Habib R. et Hardisty D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. *Journal of Marketing*, 83(3), 22-49.
- Willett W., Rockström J., Loken B., Springmann M., Lang T., Vermeulen S., ... et Murray C.J. (2019). Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447-492.
- Wilson M., Robson K. et Pitt, L. (2022). Consumer subversion and its relationship to anti-consumption, deviant and dysfunctional behaviors, and consumer revenge. *Psychology & Marketing*, 39(3), 598-611.
- Winkin Y. (2019). *Interactionnisme symbolique*. Encyclopædia Universalis.

## Z

- Zaiem I. (2005). Le comportement écologique du consommateur : Modélisation des relations et déterminants. *La revue des sciences de gestion*, (4), 75-88.
- Zalewska J. et Cobel-Tokarska M. (2016). Rationalization of pleasure and emotions: The analysis of the blogs of Polish minimalists. *Polish Sociological Review*, 196(4), 495-412.
- Zavestoski S. (2002a). Guest editorial: Anticonsumption attitudes. *Psychology & Marketing*, 19(2), 121-126.
- Zavestoski S. (2002b). The social–psychological bases of anticonsumption attitudes. *Psychology & Marketing*, 19(2), 149-165.
- Zélem M. (2018). Économies d'énergie : le bâtiment confronté à ses occupants. *Annales des Mines - Responsabilité et environnement*, 90, 26-34.

## ANNEXES

Annexe 1 : Graphique du GIEC

Annexe 2 : Différentes définitions de la socialisation

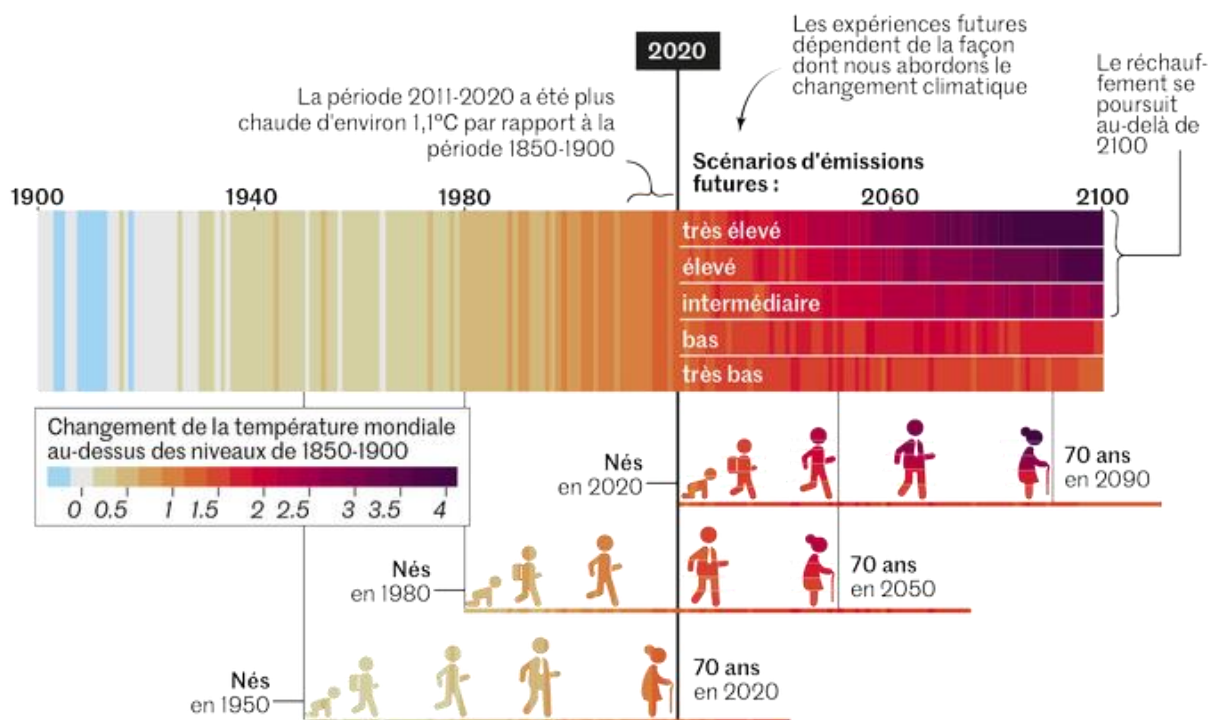
Annexe 3 : Sources du tableau portant sur les caractéristiques des Z

Annexe 4 : Liste des informants

Annexe 5 : Cadres de la socialisation à la conscience environnementale

Annexe 6 : Figures emblématiques de notre typologie

## Annexe 1 – Graphique adapté du rapport de synthèse du GIEC (IPCC, 2023)

**Le monde que connaîtront les générations actuelles et futures dépend des choix effectués aujourd'hui et à court terme**

Source : Le Monde Planète 20/03/23

Ce graphique nous donne à voir les différences entre les générations sur les hausses de températures qu'elles auront à subir.

La hausse des températures s'intensifie et le seuil de dépassement de 1,5°C de réchauffement sera probablement atteint au cours du siècle. Les prévisions basées sur la croissance actuelle nous conduisent à un réchauffement de 3,2°C en 2100.

Le GIEC réaffirme que la décennie 2020 est cruciale.

## Annexe 2 - Différentes définitions de la socialisation

La socialisation au plan psychologique
« Les processus de socialisation comprennent tous ceux par lesquels <b>la culture est transmise de génération en génération</b> , y compris la formation à des rôles spécifiques dans des professions spécifiques. » (Maccoby, 2015, p.3).
« La socialisation implique l'acceptation des valeurs, des normes et des coutumes de la société, ainsi que <b>la capacité de fonctionner de manière adaptée</b> dans un contexte social plus large » (Grusec et Davidov, 2015 p. 158).
« La socialisation désigne <b>le processus par lequel les individus intègrent les normes</b> , les codes de conduite, la culture de la société à laquelle ils appartiennent. La socialisation peut être vue sous l'angle du conditionnement (un individu ne fait qu'intégrer passivement les règles de son milieu), mais aussi dans une relation plus interactive entre individu et société ». (Molénat, 2009, p.239).
La socialisation au plan sociologique
« La socialisation désigne les <b>mécanismes de transmission de la culture</b> ainsi que la manière dont les individus reçoivent cette transmission et intériorisent les valeurs, les normes et les rôles qui régissent le fonctionnement de la vie sociale » (Paugam, 2018, p.146).
« En sociologie, la socialisation possède un sens spécifique, désignant le <b>mouvement par lequel la société façonne les individus</b> vivant en son sein. (...) La socialisation se définit comme le processus par lequel un être biologique est transformé en un être social propre à une société déterminée. » (Lahire, 2015).
« La socialisation désigne le double mouvement par lequel <b>une société se dote d'acteurs capables d'assurer son intégration</b> , et d'individus, de sujets, susceptibles de produire une action autonome. » (Dubet et Martuccelli, 1996, p.511).
Processus par lequel « les individus acquièrent les connaissances, compétences et dispositions qui leur permettent de <b>participer comme membre plus ou moins compétent d'une société</b> » (Brim, 1966, p. 3)
La socialisation est un « <b>processus par lequel l'individu apprend les manières d'une société</b> ou d'un groupe social donné, de manière suffisamment approfondie pour pouvoir y fonctionner » (Elkin, 1960, p.4).
Sur la socialisation primaire et la socialisation secondaire
« La socialisation, qui peut être ainsi définie, comme <b>l'installation consistante et complète d'un individu à l'intérieur du monde objectif d'une société</b> ou d'un secteur de celle-ci. La socialisation primaire est la première socialisation que l'individu subit dans son enfance, et grâce à laquelle il devient un membre de la société. La socialisation secondaire consiste en tout processus postérieur qui permet d'incorporer un individu déjà

socialisé dans des nouveaux secteurs du monde objectif de sa société » (Berger et Luckmann, 1966/2006, p.225)

« Si l'on suppose souvent qu'une socialisation profonde et durable se produit principalement pendant l'enfance, **la socialisation se poursuit, bien entendu, tout au long de la vie**, à mesure que les individus entrent dans de nouveaux contextes sociaux où de nouveaux modèles de comportement social peuvent être nécessaires. » (Maccoby, 2015, p.4)

La socialisation est incomplète à la fin de l'adolescence et se poursuit jusqu'à l'âge adulte émergent. Plus particulièrement, dans les sociétés occidentales, une norme culturelle centrale veut que **pour atteindre le statut d'adulte, les jeunes doivent apprendre à devenir autonomes**, à accepter la responsabilité d'eux-mêmes (Arnett, 1998).

### La socialisation en marketing

« les processus par lesquels les enfants acquièrent les connaissances, les compétences et les attitudes pertinentes pour **leur rôle de consommateur sur le marché** » (Ward, 1974 p.2).

### Annexe 3 – Sources utilisées pour construire le tableau des caractéristiques de la génération Z

**Études :**

Étude O & C 24 janvier 2019

Étude Epsilon LAbZ : La GenZ post Covid (juin 2020)

Rapport Spotify sur la génération Y et Z (octobre 2020)

Étude Teens BETC Fullsix : Ce que le confinement a chamboulé pour les 15-25 ans (novembre 2020)

The Deloitte Global 2021 Millennial and Gen Z Survey

**Blogs :**

<https://theconversation.com/fr/topics/generation-z>

<https://www.e-marketing.fr/Thematique/hub-dedie-1262/breve/replay-rencontre-avec-la-gen-z>

<https://www.criteo.com/fr/blog/millennials-vs-gen-z-le-jeu-des-4-differences/>

<https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/pascal-blanchard-nouvelle-generation-histoire-france/>

<https://www.airofmelty.fr/engagement-digital-realisme-qu-est-ce-qui-caracterise-les-centennials>

**Ouvrages :**

Marketing et Génération Z (Gentina, 2016)

Comprendre et séduire la génération Z (Batat, 2017)

Génération Z mode d'emploi (Lewi, 2018)

Customer Driven Disruption (Sakar, 2019)

La génération Z aux rayons X (Soulié, 2020)

Le choc Z : une révolution pour le luxe, la mode et la beauté (Briones et André, 2020)

## Annexe 4 – Liste des informants

<b>Anna</b>	20 ans	Étudiante en philosophie/ biologie	Paris
<b>Baptiste</b>	19 ans	Étudiant ingénieur en environnement	Rennes
<b>Camille</b>	20 ans	Étudiante en relations internationales	Versailles
<b>Capucine</b>	19 ans	Étudiante en sciences politiques	Lille
<b>Cécilia</b>	19 ans	Étudiante en transition écologique	Tours
<b>Chloé</b>	24 ans	Étudiante en médecine	Lille
<b>Clara</b>	21 ans	Étudiante en design	La Souterraine
<b>Clémence</b>	20 ans	Étudiante ingénieure	Brive
<b>Coralie</b>	17 ans	Lycéenne en 1ère	Roubaix
<b>Damien</b>	19 ans	Lycéen en bac professionnel	Roubaix
<b>Daphné</b>	19 ans	Étudiante en sciences politiques	Lille
<b>Edgar</b>	22 ans	Étudiant en psychologie	Marseille
<b>Edouard</b>	24 ans	Développeur web	Lille
<b>Elodie</b>	25 ans	Infirmière puéricultrice	Lille
<b>Erwan</b>	23 ans	Étudiant en information et communication	Nantes
<b>Faustine</b>	25 ans	Doctorante en droit de la santé	Aix en Provence
<b>Gaspard</b>	20 ans	Étudiant IUT HSE	Tulles
<b>Guillaume</b>	21 ans	Étudiant ingénieur	Toulouse
<b>Inès</b>	21 ans	Étudiante en géographie	Marseille
<b>Ismaël</b>	17 ans	Lycéen en terminale	Étampes
<b>Jeanne</b>	19 ans	Étudiante en biologie	Roscoff
<b>Jude</b>	24 ans	Étudiante en économie/philosophie	Paris
<b>Juliette</b>	21 ans	Étudiante en biologie	Roscoff
<b>Lila</b>	23 ans	Étudiante en design	La Souterraine
<b>Loïc</b>	25 ans	Acousticien	Lyon
<b>Lou</b>	19 ans	Étudiante en art	Amiens
<b>Louise</b>	20 ans	Étudiante biologie/allemand	Paris
<b>Maïté</b>	21 ans	Étudiante ingénieure	Paris
<b>Marion</b>	18 ans	Étudiante IUT informatique	Nantes
<b>Mathias</b>	25 ans	Responsable informatique dans une PME	Béthune
<b>Mathieu</b>	25 ans	Sans emploi	Orléans
<b>Mathilde</b>	17 ans	Lycéenne en terminale	Paris
<b>Ninon</b>	24 ans	Étudiante en sciences politiques	Paris
<b>Noé</b>	25 ans	Ingénieur	Lille
<b>Océane</b>	25 ans	Étudiante ingénieure en environnement	Lille
<b>Paco</b>	22 ans	Étudiant en économie comportementale	Paris
<b>Redouane</b>	20 ans	Étudiant IUT techniques de commercialisation	Lille
<b>Salomé</b>	17 ans	Lycéenne en terminale	Cavaillon
<b>Solène</b>	22 ans	En formation en soins animaux	Lille
<b>Suzanne</b>	20 ans	Étudiante en droit	Lille
<b>Théo</b>	22 ans	Étudiant en design	Rennes
<b>Victor</b>	18 ans	Étudiant BTS hôtellerie-restauration	Lille
<b>Victoria</b>	23 ans	Podcasteuse	Toulouse
<b>Yona</b>	18 ans	Étudiante IUT Techniques de commercialisation	Roubaix
<b>Zakaria</b>	23 ans	Étudiant en environnement	Angers



## Annexe 5 - Cadres de la socialisation à la conscience environnementale

	Âge	Niveau d'études	Genre	Terreau	Déclic
<b>Théo</b>	22	Licence	Homme	Amis écolos	Assos/ Politique
<b>Camille</b>	20	Licence	Femme	Amis écolos	Assos/ Politique
<b>Océane</b>	25	Master et plus	Femme	Amis écolos	Assos/ Politique
<b>Loïc</b>	25	Licence	Homme	Amis écolos	Reportages/docus
<b>Maité</b>	21	Master et plus	Femme	Amis écolos	Réseaux sociaux
<b>Edouard</b>	25	Master et plus	Homme	Amis écolos	Film
<b>Yona</b>	18	Licence	Femme	Cause animale	Amis
<b>Anna</b>	20	Licence	Femme	Cause animale	Film
<b>Faustine</b>	25	Master et plus	Femme	Cause animale	Frères/sœurs
<b>Ismaël</b>	17	Bac ou moins	Homme	Cause animale	Marches pour le climat
<b>Solène</b>	22	Bac ou moins	Femme	Cause animale	Réseaux sociaux
<b>Ninon</b>	24	Master et plus	Femme	Contact campagne/nature	Amis
<b>Gaspard</b>	20	Licence	Homme	Contact campagne/nature	Amis
<b>Zakaria</b>	23	Master et plus	Homme	Contact campagne/nature	École/ travail
<b>Noé</b>	25	Master et plus	Homme	Contact campagne/nature	École/ travail
<b>Mathias</b>	25	Licence	Homme	Contact campagne/nature	Film
<b>Edgar</b>	22	Licence	Homme	Contact campagne/nature	Frères/sœurs
<b>Baptiste</b>	19	Licence	Homme	Contact campagne/nature	Frères/sœurs
<b>Capucine</b>	19	Licence	Femme	Contact campagne/nature	Frères/sœurs
<b>Daphné</b>	19	Licence	Femme	Contact campagne/nature	Marches pour le climat
<b>Clémence</b>	20	Licence	Femme	Contact campagne/nature	Marches pour le climat
<b>Clara</b>	21	Licence	Femme	Contact campagne/nature	Marches pour le climat
<b>Victoria</b>	23	Master et plus	Femme	Contact campagne/nature	Voyage
<b>Elodie</b>	25	Licence	Femme	Contact campagne/nature	Voyage
<b>Victor</b>	18	Licence	Homme	École	Amis
<b>Guillaume</b>	21	Licence	Homme	École	Amis
<b>Inès</b>	21	Master et plus	Femme	École	Assos/ Politique
<b>Louise</b>	20	Licence	Femme	École	Frères/sœurs
<b>Paco</b>	22	Master et plus	Homme	École	Marches pour le climat
<b>Redouane</b>	20	Licence	Homme	École	Réseaux sociaux
<b>Salomé</b>	17	Bac ou moins	Femme	Parents écolos	Amis
<b>Jeanne</b>	19	Licence	Femme	Parents écolos	Amis

<b>Marion</b>	18	Bac ou moins	Femme	Parents écolos	Amis
<b>Jude</b>	24	Master et plus	Femme	Parents écolos	Assos/ Politique
<b>Cécilia</b>	19	Licence	Femme	Parents écolos	Assos/ Politique
<b>Coralie</b>	17	Bac ou moins	Femme	Parents écolos	École/ travail
<b>Mathilde</b>	17	Bac ou moins	Femme	Parents écolos	Frères/sœurs
<b>Erwan</b>	23	Licence	Homme	Parents écolos	Reportages/docus
<b>Damien</b>	19	Bac ou moins	Homme	Parents écolos	Reportages/docus
<b>Juliette</b>	21	Licence	Femme	Parents écolos	Réseaux sociaux
<b>Lou</b>	19	Licence	Femme	Parents écolos	Réseaux sociaux
<b>Suzanne</b>	20	Master et plus	Femme	Parents écolos	Réseaux sociaux
<b>Lila</b>	23	Licence	Femme	Préoccupations santé	Film
<b>Mathieu</b>	25	Bac ou moins	Homme	Préoccupations santé	Reportages/docus
<b>Chloé</b>	24	Master et plus	Femme	Préoccupations santé	Réseaux sociaux

## Annexe 6 - Figures emblématiques de notre typologie

## LES MILITANTS

**Camille Etienne** (Graine de Possible)

Née en 1998 Camille Etienne est diplômée de Sciences Po Paris. Présentée comme la Greta Thurnberg française, c'est l'une des activistes militantes pour le climat les plus connues de France. Porte-parole du mouvement « On est prêt », qui sensibilise les jeunes aux enjeux environnementaux et sociaux elle juge la radicalité « nécessaire » et soutient des actions de désobéissance civiles comme le blocage de l'Assemblée générale de Total Energie. Face à l'urgence, elle prône « *le besoin d'une autre manière de faire société* ». Son premier livre est sorti en mai 2023 « Pour un soulèvement écologique ». Crédit photo Manon Jalibert

## LES ÉDUCATEURS

**Thomas Wagner** (Bon Pote)

Ancien conseiller financier, Thomas Wagner a tout quitté et se présente à 36 ans comme un vulgarisateur. Son ambition est de faire comprendre les enjeux du changement climatique en s'appuyant toujours rigoureusement sur des sources scientifiques qu'il fournit sur ses différents réseaux numériques. Il s'est donné pour mission de traquer le greenwashing notamment sur LinkedIn. Il explique qu'il a réussi à réduire son empreinte carbone à 2,7 tonnes en ne prenant jamais l'avion, en n'ayant pas de voiture, en ne mangeant pas de viande et en faisant le minimum d'achats. Crédit photo Mathieu Pattier

## LES COMMUNICANTS

**Salomé Saqué**

Salomé Saqué est journaliste à Blast le souffle de l'info, site d'information indépendant en ligne et intervient sur France 5. Née en 1995, elle est l'auteur de « Sois jeune et tais-toi » paru en mars 2023. Elle y remet en question les préjugés sur les jeunes et souhaite rassembler les générations autour des questions climatiques notamment. Comme Camille Etienne, elle dénonce la dépendance de la société à des décisions prises en matière climatique aujourd'hui par les plus âgés qui ne seront plus là pour en assumer les conséquences.

Elle est convaincue que le jeunesse doit prendre en charge le sauvetage du monde. Crédit photo Wikimedia

## LES INDÉPENDANTS



### **Cindy Gomez (Bee Greener)**

Âgée de 26 ans, Cindy est une créatrice de contenu au service de la sensibilisation environnementale autour d'un mode de vie zéro déchet. Elle anime ses réseaux sociaux en fournissant des pistes pour agir et des conseils pour changer ses habitudes quotidiennes. Pour elle « *être écolo ne devrait être ni une anecdote ni une option* ».

## Liste des tableaux

N°	Titre	Page
1	Analyse sémantique de la décroissance dans la littérature académique adapté de Cosme et <i>al.</i> (2017)	35
2	Typologie des changements de consommation induits par la sobriété adapté de Sandberg, 2021	50
3	Principaux repères historiques des publications sur l'anti-consommation d'après Lee, Ortega Egea et Garcia de Frutos (2020) ; Makri et <i>al.</i> (2020) et Lee (2022).	61
4	Dimensions de l'échelle de mesure de la consommation responsable de Durif et <i>al.</i> (2013).	67
5	Contours de la déconsommation de Séré de Lanauze et Siadou-Martin (2013)	69
6	Les stades du développement cognitif selon Piaget (1966, 1967, 1975), adapté de Florin (2019), Huitt et Hummel (2003) et Roedder-John (2001).	84
7	Proposition de synthèse des théories sociologiques de la socialisation étudiées	106
8	Théories du développement utilisées en marketing adapté de Courchesne et <i>al.</i> (2021) et Florin (2019)	109
9	Les principaux paradigmes en sciences de gestion adapté de Thiétart, 1999 et Perret et Séville, 2003	142
10	Caractéristiques dominantes de la génération Z, repris de Lechartre (2022)	164
11	Sources des données	176
12	Principaux comptes suivis sur Instagram	186
13	Nomenclature de classification des <i>posts</i> avant codage	188
14	Évolution des différentes versions du guide d'entretien	192
15	Portraits des informants	202
16	Extrait de codage manuel d'un entretien sous Excel	223
17	Extrait du <i>codebook</i> NVivo	225
18	Extrait de l'assignation des classifications « attributs des répondants »	226
19	Verbatims se rapportant à des réductions absolues de la consommation	279
20	Verbatims se rapportant à des changements modaux de la consommation	285
21	Verbatims se rapportant à des pratiques d'accroissement de la longévité des produits	287
22	Mise en perspectives des pratiques décrites par différents courants de recherche dans le cadre intégrateur de la sobriété	411

## Table des figures

N°	Titre	Page
1	Évolution du nombre d'articles scientifiques parus sur la décroissance depuis 2007 (timotheeparrique.com)	30
2	Le concept de décroissance adapté de Parrique (2022)	33
3	Illustration de l'effet rebond adapté de Sorrell et <i>al.</i> (2018)	43
4	Origines et visions de la sobriété, repris de Cézard et Mourad (2019).	45
5	Identité personnelle et identité sociale, adapté de Juskenaitte et <i>al.</i> (2016)	81
6	Le système LIGA et la socialisation de Parsons (1955)	89
7	La construction sociale de la réalité selon Berger et Luckmann (1966) adapté de Knoblauch (2011)	102
8	Modèle conceptuel de la socialisation du consommateur adapté de Moschis et Churchill (1978)	113
9	Cadre de socialisation aux comportements pro-environnementaux adapté de Hosany et <i>al.</i> (2022)	128
10	Point de départ de la recherche et construction de la revue de littérature	148
11	Processus de recherche, adapté de Allard-Poesi et Maréchal (2014 p.49) et Giordano et Jolibert (2018 p.64)	150
12	Construction de notre objet de recherche	153
13	Les cinq types de visions des jeunes sur l'écologie selon Quantité critique pour La Croix (2021)	167
14	Les 6 types nord-américains face au réchauffement climatique repris de Leiserowitz et <i>al.</i> , 2023	169
15	Choix de la terminologie pour qualifier la population étudiée	170
16	Déroulement de la recherche	174
17	Opérations d'analyse par théorisation ancrée d'après Paillé (1994, 2009)	222
18	Les échelles d'observation selon Desjeux (2004)	228
19	Extrait de data structure	230
20	Critères de validité de la recherche adapté de Kemp (2012)	232
21	Cheminement des éco-concernés	300
22	Trajectoire de Théo (22 ans)	302
23	Trajectoire de Victoria (23 ans)	303

24	Trajectoire de Zakaria (23 ans)	309
25	Trajectoire de Lila (23 ans)	312
26	Diagramme hiérarchique NVivo des attributs « terreau » et « déclic » des informants	314
27	Schéma de synthèse des résultats	404
28	Positionnement des perspectives théoriques au sein du cadre fédérateur de la sobriété	412

## Table des encadrés

N°	Titre	Page
1	Articulation des socialisations primaires et secondaires dans l'ouvrage de Berger et Luckmann « <i>La construction sociale de la réalité</i> » (1966/2006)	104
2	Conception et conduite des entretiens, adapté de Arsel (2017)	190
3	Annonces sur les réseaux sociaux pour recherche d'informants	198
4	Prise de contact avec Lou, future informante	199

## Table des illustrations

N°	Titre	Page
1	Évolution du temps passé devant les écrans en France de 1 à 19 ans entre 2011 et 2022	124
2	Exemple de données secondaires recueillies sur le rapport du GIEC	178
3	Le Relais Jeunes à Lille le 4 mars 2022	180
4	Exemples de collecte de données secondaires	182
5	Procédure de sélection des comptes Instagram	185
6	Exemple de notes prises lors d'un entretien	193
7	Extraits du journal de bord personnel	220



## Table des matériaux

N°	Titre	Page
1	Illustration de l'urgence à agir (Instagram 08/09/22)	244
2	Utilisations de #DontLookUp et du thème du film pour dénoncer le déni en matière climatique	246
3	Exemples de projets vivement critiqués comme étant des aberrations écologiques	249
4	Visuel produit par Jeanne pour illustrer son mode de vie	250
5	Le capitalisme comme origine du dérèglement climatique (Instagram 22/07/22)	251
6	Dénonciation de la surconsommation et du gaspillage (Instagram 01/10/22)	255
7	Dénonciation des impacts de la fast fashion incarnée par Shein	258
8	Consommation de viande et émissions de GES	259
9	Visuel et commentaires de Juliette (19 ans)	261
10	L'irruption de la sobriété dans le rapport du GIEC (Instagram 04/04/22)	262
11	Deux types de discours sur la responsabilité individuelle	266
12	Exemples de publications portant sur les gestes à accomplir pour réduire son impact environnemental	276
13	Visuel et commentaires de Clara (21 ans) et Théo (22 ans)	277
14	Visuel et commentaires de Lou (19 ans)	282
15	Visuel et commentaires d'Edgar (22 ans)	292
16	Publications Instagram de Victoria (23 ans)	306
17	Visuel de Lila (23 ans) et commentaires	310
18	Catégories de publications sur les réseaux sociaux	322
19	Le choix d'être naturelle, la saleté supposée des « écolos » (Instagram 27/02/23)	331
20	Les événements de l'été 2022 sources d'éco-anxiété (Instagram 11/09/22)	339
21	Visuel de Mathias (25 ans)	347
22	L'action militante	367
23	Infographies Bon Pote : matériel de communication sur le climat	372
24	Être écolo c'est faire de son mieux	377
25	Une pureté militante contre-productive (Instagram 05/12/22)	379
26	Dessin de Lou sur sa difficulté à envisager l'avenir	382
27	Il est temps d'agir pour préserver la vie sur Terre (Instagram 19/08/22)	397



***De nouveaux modes de vie aujourd'hui à de nouveaux récits pour demain : modalités d'adoption de la sobriété et dynamiques de socialisation aux comportements pro-environnementaux des jeunes éco-concernés***

***Résumé***

Dans un contexte d'urgence écologique, la sobriété trouve un écho grandissant tant au niveau politique qu'académique. Cette notion est cependant souvent associée à des imaginaires négatifs dans une société dont le modèle repose sur la croissance et des logiques consuméristes auxquelles les jeunes nés à la fin des années 90 et au début des années 2000 ont été acculturés depuis leur naissance. Toutefois, une partie de cette jeunesse, que nous avons nommée les « éco-concernés », considère qu'il est de sa responsabilité morale d'agir pour préserver le système Terre. À travers une recherche qualitative multi-méthodes de nature interprétative cette recherche doctorale cherche à comprendre quelles sont les significations attachées à la sobriété par ces jeunes et quels processus de socialisation les ont conduits à devenir éco-concernés. Nos résultats révèlent que la sobriété est associée à des renoncements qui permettent de mettre en cohérence valeurs personnelles et actes quotidiens et apportent du bien-être en atténuant l'éco-anxiété à laquelle ils font face. Nos données montrent également que la socialisation se fait au travers de cheminements en au moins deux étapes et que les pairs et communautés de pairs y jouent un rôle prépondérant. Nos informants ont une vision assez sombre de l'avenir et peinent à s'y projeter, ils en appellent ainsi à de nouveaux imaginaires construits dans le respect des limites écologiques et au développement de nouveaux récits autour d'une sobriété rendue désirable.

***Mots clefs :*** Sobriété, Socialisation, Jeunes, Écologie, Modes de vie, Responsabilité, Imaginaires

***From new lifestyles today to new narratives for tomorrow: adoption modes of sufficiency and socialization dynamics to pro-environmental behaviors among eco-concerned young people***

***Abstract***

In response to a backdrop of ecological urgency, sufficiency is gaining increasing acceptance at both the political and academic levels. However, this notion is often associated with negative imageries in a society whose model is based on growth and consumerist thinking, to which young people born in the late 90s and early 2000s have been acculturated. However, some of these young people, whom we have named the 'eco-concerned', feel that it is their moral responsibility to act to preserve the earth system. Using multi-method qualitative research of an interpretative nature, this doctoral research seeks to understand the meaning of sufficiency for these young people and the socialization processes that led them to become eco-concerned. Our results show that sufficiency is associated with renunciations that enable personal values to be reconciled with everyday actions and bring well-being by countering the eco-anxiety they face. Our data also show that socialization occurs in at least two stages, with peers and peer communities playing a major role. Our informants have a relatively bleak vision of the future and find it hard to project themselves into it, so they call for new imaginaries built around the respect for ecological limits and the development of new narratives around a sufficiency made desirable.

***Keywords:*** Sufficiency, Socialization, Young people, Ecology, Lifestyles, Responsibility, Imaginaries

Unité de recherche/Research unit : ULR4999 – LUMEN, 104 avenue du Peuple Belge, 59043 Lille  
Cedex <https://lumen.univ-lille.fr>

École doctorale/Doctoral school : École doctorale des sciences juridiques, politiques et de gestion, n°  
74, 1 place Déliot, 59000 Lille, [edsjpg@univ-lille.fr](mailto:edsjpg@univ-lille.fr), <http://edsjpg.univ-lille.fr>

Université/University : Université de Lille, 42 rue Paul Duez, 59000 Lille, <http://www.univ-lille.fr>