

International Marketing Trends Conference - VENICE 23-25 January 2025

Conviviality as a factor in the appropriation of mobility in transition, the case of light vehicles.

La convivialité comme facteur d'appropriation des mobilités en transition, le cas des véhicules intermédiaires.

Dr. Morgane Innocent

Université de Bretagne Occidentale, ICI EA2652

morgane.innocent@univ-brest.fr

Dr. Erwan Joud

Université de Bretagne Occidentale, ICI EA2652

erwan.joud@univ-brest.fr

Pr. Marine Le Gall-Ely

Université de Bretagne Occidentale, ICI EA2652

marine.legallely@univ-brest.fr

Dr. Alexandre Dargos

Université de Bretagne Occidentale, ICI EA2652

alexandre.dargos@univ-brest.fr

Abstract

This exploratory research focuses on conviviality (Illich, 1973) as a dimension of the appropriation of light vehicles that participate in the transition to sustainable mobility. The Vhéliotech project, which was the subject of a field observation by videography, invites participants to build their vehicles themselves in a collective workshop, thus promoting their autonomy and well-being. The study shows that mutual aid and the friendly atmosphere of the workshop facilitate the appropriation of vehicles, contributing to the adoption of more ecological modes of transport. However, questions remain about the long-term use and comfort of these machines. Conviviality, a theoretical concept little used in marketing, proves to be a promising way to support the ecological transition.

Abstract (original language)

Cette recherche exploratoire s'intéresse à la convivialité (Illich, 1973) comme dimension de l'appropriation des véhicules intermédiaires qui participent à la transition vers des mobilités durables. Le projet Vhéliotech, qui a fait l'objet d'un terrain d'observation par vidéographie, invite les participants à construire eux-mêmes leurs véhicules dans un atelier collectif, favorisant ainsi leur autonomie et leur bien-être. L'étude montre que l'entraide et l'atmosphère conviviale de l'atelier facilitent l'appropriation des véhicules, contribuant à l'adoption de modes de transport plus écologiques. Cependant, des questions demeurent sur l'usage à long terme et le confort de ces engins. La convivialité, concept théorique peu mobilisé en marketing, s'avère être une voie prometteuse pour accompagner la transition écologique.

Introduction

Le secteur des transports représente 27 % des émissions totales de gaz à effet de serre de l'UE (31% en France), le transport routier en représentant 72 %. Le concept de mobilité durable¹ gagne du terrain dans la vie publique ainsi que dans la recherche (Rau et Scheiner, 2020). Mais à ce jour, la voiture demeure le moyen de transport majoritaire des français pour les déplacements domicile-travail, y compris sur les courtes distances. Une nouvelle catégorie de véhicules, les véhicules dits intermédiaires (V.I), sont une source d'économie d'émissions par rapport à une voiture lourde (Ehrenberger et al., 2022). De plus, ils permettent une prise en compte de la problématique des ressources minières (Izoard, 2024) auxquels les voitures thermiques ou électriques ne répondent pas. Cependant, les travaux portant sur les freins et les leviers d'adoption de cette nouvelle catégorie de véhicules sont quasiment inexistantes, tout comme ceux sur les modalités d'accompagnement de leur diffusion. Ceci n'empêche pas de voir fleurir dans ce domaine de nombreuses initiatives, allant de l'innovation par les industriels du secteur automobile (avec l'AMI de Citroën/FIAT ou la Twizy de Renault), à des initiatives

¹ La mobilité durable peut être définie comme « un volume de mobilité physique, une répartition modale et une technologie de transport qui répondent aux besoins fondamentaux de mobilité de manière efficace, qui préservent l'intégrité de l'écosystème et limitent les émissions à un niveau écologiquement viable, et qui sont sûrs et compatibles avec la santé humaine » (Bardal et al., 2020).

de start-up, comme le véloto de chez In'D, jusqu'aux initiatives d'organisations relevant de l'open source des objets, comme avec le *Vhéliotech* de l'association vhélio social cycle.

Ces différentes options, offrant aux consommateurs la possibilité de décarboner leurs trajets du quotidien, relèvent d'expériences de consommation très variées. Cette recherche, qui s'inscrit dans le cadre du projet VIMob, financé par l'ADEME dans le cadre de l'AAP PREVER (2023-2025), porte notamment sur un contexte spécifique, celui du V.I *Vhéliotech*. Ce dernier présente la particularité d'impliquer le consommateur dans la construction du véhicule, en lui demandant de le monter lui-même, un peu comme une sorte de *mecano* géant. Ces montages demandent une certaine forme d'expertise, c'est pourquoi les membres de l'association organisent régulièrement des ateliers collectifs de montage. Le projet de recherche VIMob a permis l'organisation d'une expérimentation *Vhéliotech*, impliquant 10 foyers visant à étudier l'usage de ce V.I sur une durée d'un an. L'expérimentation a débuté par l'organisation d'un atelier collectif de montage d'une durée de 5 jours en avril 2024, impliquant les foyers participant au projet, les équipes de recherche, ainsi que le FabLab de l'université organisatrice, l'UBO Open Factory.

L'atelier s'est déroulé dans un contexte convivial afin de favoriser le partage de connaissance et l'engagement, cependant, la littérature ne démontre pas que la convivialité conduit à une meilleure appropriation des V.I. Il s'agit au plus d'une conjecture issue des propositions d'Ivan Illich (1973). La principale question de recherche dont il est question est donc de savoir quels liens la convivialité peut avoir avec l'appropriation d'une offre propice à la transition. Dans ce cas, l'offre relève de l'accompagnement dans la construction d'un objet (le V.I.) avant son usage au quotidien. Autrement-dit, l'observation conduite pendant 5 jours par une partie de l'équipe de recherche visait à mieux comprendre les mécanismes sous-jacents reliant contexte convivial et appropriation lorsque les acteurs se saisissent d'un changement radical de mobilité.

Accompagner la transition vers des mobilités décarbonées

La transition des mobilités

La transition des mobilités vise à réduire la dépendance à la voiture individuelle et à promouvoir des alternatives durables afin de diminuer les émissions de gaz à effet de serre et l'emprise sur les ressources matérielles associées. Cet objectif revêt des enjeux particuliers en milieu péri-urbain et rural où la dépendance à la voiture individuelle reste structurellement très forte (Bigo, 2022 ; Holden et al., 2020). La littérature identifie plusieurs leviers pour atteindre la mobilité durable : (1) réduire le besoin de déplacement ; (2) promouvoir des modes de transports plus écologiques ; (3) augmenter le taux de remplissage des véhicules ; (4) améliorer l'efficacité des véhicules et (5) réduire l'intensité carbone de l'énergie utilisée (Bigo, 2022 ; Holden et al., 2020). Les travaux menés dans ce domaine montrent que les individus peuvent réduire significativement leurs émissions de GES en modifiant leurs comportements et modes de consommation. Cependant, différentes barrières freinent ces actions (Moberg et al., 2021). Elles sont principalement de quatre ordres : psychologique tout d'abord, liés à la résistance au changement et aux habitudes de mobilité routinières et routières, profondément ancrées (Mazar

et al., 2020) ; économique aussi car le coût bien souvent plus élevé des solutions écologiques et les investissements initiaux nécessaires dans ces technologies freinent ou rendent complètement inaccessibles ces nouvelles solutions ; structurelles, car le manque d'infrastructures adaptées (transports publics, pistes cyclables sécurisées) limite l'adoption de comportements plus durables (Moberg et al., 2021) ; et enfin géographique car en milieu rural, la faible densité de population, les contraintes géographiques et climatiques rendent encore plus difficile cette transition des comportements (Tonnelier, 2022 ; Jacquemin et Lesay, 2022). Les solutions actuelles se concentrent sur le développement de véhicules intermédiaires, comme le "vélo" en milieu rural, qui est conçu pour offrir une alternative à la voiture sur des terrains variés. D'autres initiatives incluent les vélomobiles et les Kei-cars, qui offrent des solutions compactes et à faible impact environnemental pour les trajets quotidiens en ville (Jacquemin et Lesay, 2022). Ces innovations sont accompagnées d'expérimentations locales pour encourager l'adoption de nouvelles habitudes de mobilité.

La convivialité comme modalité d'accompagnement aux transitions

La convivialité est un concept développé par Ivan Illich (1973) comme une critique d'une société industrielle et qui a servi de jalon à la pensée écologiste de son époque. Les caractéristiques d'une activité conviviale sont décrites par Illich, en commençant par (1) la sobriété - c'est-à-dire une limitation de la production par l'efficacité. Composer avec des limites est un aspect central de la convivialité. Par ailleurs, la convivialité invite à (2) placer les relations sociales au centre des organisations, notamment productives. Ainsi la qualité des liens, le don et l'amitié permettent d'agir dans la joie. Les institutions et les technologies doivent œuvrer pour l'épanouissement humain plutôt que de l'aliéner. Plus particulièrement, l'outil juste est essentiel pour permettre une organisation conviviale. Dans ce sens, (3) l'outil doit favoriser l'autonomie des individus et des collectifs plutôt que leur domination en évitant la dépendance à un système expert ou centralisé. Il en va de même pour (4) les compétences et Illich accorde de l'importance à l'apprentissage. Celui-ci doit se faire "par soi-même" et reposer sur l'observation libre, permettant un savoir légitime des acteurs. L'appropriation, condition de la liberté individuelle, est donc au cœur du propos d'Illich et rappelle la théorie de l'auto-détermination (Deci et Ryan, 2002). Finalement, le (5) bien-être psychologique est un objectif de la mise en œuvre d'une société conviviale. La convivialité est aujourd'hui considérée comme une source de nouvelles valeurs sociales susceptibles de fonder un marketing renouvelé dans le contexte des transitions (Rémy et al., 2024) mais, à ce jour, elle a été peu étudiée en tant que telle mais plutôt comme une dimension de l'hospitalité des destinations touristiques (Cova et Giannelloni, 2008) ou des sites web (Bataoui et al. 2018).

Méthodologie

La recherche est menée au travers d'une observation non participante au montage des V.I. Les participants à l'atelier de montage sont rassemblés pendant 4 jours pleins (du lundi après-midi au vendredi en fin de matinée), sur la période des vacances scolaires, dans un grand gymnase universitaire. 10 postes de montages (composés de tréteaux, d'outils et des pièces nécessaires

à la construction du V.I.) ont été préparés par les équipes d'un FabLab et par les associations partenaires du projet de recherche. Les 10 foyers participants ainsi que toutes les personnes qu'ils ont pu convier, ou qui sont associées au montage (bénévoles des associations, chercheurs,...) sont observés sur trois journées complètes, lors du premier jour de montage, en milieu de semaine et lors de la mise en route des V.I. Deux méthodes de collecte de données sont mobilisées. En premier lieu, l'observation non-participante s'est faite de manière visible par les observés et de manière classique, à l'aide de prises de notes dans un journal. En second lieu, un chercheur cadreur a, en parallèle, mobilisé la vidéographie (Belk et Kozinets, 2005) pour compléter les notes écrites. Les scènes de l'environnement général ont été filmées jusqu'au plus petit détail. Des micro-entretiens filmés ont été conduits auprès des acteurs pendant la production ou les pauses (en veillant à ne pas les perturber). Ces verbalisations dans l'action permettent de comprendre le sens que chacun donne à ce qu'il fait. L'action comme clé d'entrée dans l'échange verbal est un excellent moyen d'obtenir un récit spontané et évite ainsi des mises en récit a posteriori. Le codage des données est réalisé à l'aide du logiciel Adobe Premiere Pro. Il permet de classer chaque "rush" (clip vidéo élémentaire) dans différents chutiers, ou dossiers, comme pourraient l'être des verbatims sous N'Vivo. Le montage vient après cette phase de classement des données et consiste à agencer les clips dans des séquences ayant toute un propos, une démonstration mise en récit. Enfin, le montage des séquences entre elles est le moment où les chercheurs peuvent faire ressortir le sens en fonction des notes collectées loin de la caméra (ce qui constitue un moyen de contrôle des biais liés au dispositif vidéographique). Les résultats présentés ci-dessous constituent une synthèse du montage de séquences réalisées à l'issue de cette observation.

Résultats

Le travail d'observation et de vidéographie a, dans un premier temps, permis d'établir sans ambiguïté que le contexte de production des *vhélio* était convivial. Tout d'abord, le briefing des membres du Fablab a posé un cadre éloquent en phase avec les principes de la convivialité. C'est en particulier le cas sur l'entraide et le concept de l'outil juste. La vidéographie montre que l'espace de production des *vhélio* - un gymnase à l'atmosphère agréable - était intrinsèquement propice à la convivialité. L'ouverture et la taille de l'espace facilitent les interactions entre équipes, la déambulation et le test des VI. L'aménagement comporte une table avec des outils partagés qui sont à portée de main et un *vhélio* déjà monté servant de modèle - l'apprentissage par l'observation est une caractéristique clé de la convivialité. Enfin, un coin permet de prendre un café, de se reposer et aux enfants de se détendre.

Les images montrent que les expérimentateurs s'entraident, socialisent, donnent, reçoivent. Ils font preuve d'autonomie en prenant des libertés par rapport aux outils et au projet. Par exemple, ils s'éloignent du plan du *vhélio* pour l'adapter à leurs besoins - un rétroviseur paraît mal placé pour ce père de famille : il sera modifié. D'un autre côté, l'apprentissage par l'observation est visible : les expérimentateurs vont voir le modèle grandeur nature. Mais les difficultés sont surtout surmontées parce que chacun va observer ce que les autres font. Ce peut être un examen silencieux comme un échange de bonnes pratiques. Certains ont de solides compétences techniques quand d'autres ne sont pas du tout bricoleurs. Ainsi, une expérimentatrice va

apprendre à monter une roue grâce à l'intervention des autres. Cette atmosphère de travail productif, bruyant, requérant concentration et patience, est régulièrement ponctuée de moments de joie (sourire, rires, humour,...) Des verbatim confirment, non seulement que les expérimentateurs ont une pratique conviviale de leurs ateliers, mais également qu'ils en ont conscience : *“il y a un travail convivial et de collaboration qui est intéressant [...] ça se fait en toute amitié, en échange [...] chacun essaie de trouver la solution tout en s'entraidant”* (un retraité).

Durant la semaine, les expérimentateurs ne vivent pas que des moments positifs. Nous pouvons établir que ce qui a modulé la qualité de l'expérience repose sur des aspects plus ou moins contrôlables par l'organisation de la semaine. Par exemple, la clarté des instructions, la disponibilité des pièces ou la propreté des lieux sont des aspects qui peuvent être améliorés alors que le haut niveau de technicité est plus inhérent à la complexité de l'objet (des craintes sont exprimées quant à la qualité finale du *vhélio*). Sur ce dernier aspect, des données montrent que les expérimentateurs plus compétents sur le plan technique ont des propositions d'amélioration, ce qui constitue un premier signe fort d'appropriation du projet.

Les images de joie précédemment reliées à la convivialité de l'expérience indiquent que la production des *vhélio* repose, entre autres, sur une motivation intrinsèque (Csikszentmihalyi et Nakamura, 2014). Plus que les images, les verbatim collectés permettent de faire ressortir un certain nombre de motivations relatives à l'effort fourni pendant plusieurs jours. Tout d'abord, les expérimentateurs expriment la satisfaction éprouvée à monter les *vhélio* : *“je trouve ça cool à faire, j'aime bien tout ce qui est mécanique”* (un adolescent) ou *“c'est une bonne expérience”* (un adulte). Il y a aussi une forme de joie qui est liée à la stimulation intellectuelle propre au contact avec une machine sans secret, qui permet de *“voir de nouvelles structures”*, ce qui est même *“touchant”* puisque qu'il s'agit d'un projet open source. Par ailleurs, la relation conviviale avec l'usage futur de l'objet conduit les sujets à apprécier la possibilité de pouvoir réparer soi-même le VI. En effet, l'implication dans le processus de production induit une montée en compétences techniques et une meilleure connaissance du fonctionnement de la machine. Cette femme réfractaire à la mécanique nous confie *“moi j'apprends vraiment des trucs, je ne suis pas non plus complètement perdue”*, alors que cet homme plus aguerri explique *“ça me rassure plus quand c'est moi qui le monte, de savoir intervenir”*.

Au-delà de l'autonomisation par rapport à l'objet en tant que système, les sujets établissent un lien direct entre ce qu'ils font et la mobilité douce. Ils peuvent avoir *“hâte au changement d'habitudes”* parce que le *vhélio* est associé au contact avec la nature. Un sujet est parfaitement explicite sur le lien entre convivialité et appropriation de la transition au travers de la sobriété : *“c'est une vraie alternative à des usines, surtout en Asie, on monte soi-même le produit, [...] une fois que ça tombe en panne on peut le réparer, donc on a un produit qui va durer dans le temps [...] on ne le jette pas”*. Lors de la finalisation du montage des *vhélio*, le dernier jour, l'excitation est visible sur les images et les verbatims le confirment. Une femme est fière de sa production et veut absolument emmener son *vhélio* à la *Vélorution*, un événement organisé par un collectif en phase avec la convivialité et la transition - sur la page d'accueil de son site web : *“pour promouvoir le vélo comme moyen de déplacement ; pour des villes conviviales ; contre*

les pollutions chimiques et mentales des moteurs et de la civilisation industrielle qui va avec.”

² Pendant le temps du micro entretien, son mari n’a pu attendre pour sortir avec le *vhélio* du couple, tout juste terminé. Elle nous déclare “*finie la marche à pied*”, ce qui traduit que son *vhélio* apporte un bénéfice tout en respectant ses convictions. Enfin, un homme chargeant son *vhélio* sur une remorque pour l’emmener chez lui nous confie : “*un grand départ, de l’émotion, content d’avoir réussi à monter l’engin [...] et puis pressé de le tester*”. Ce retraité précise qu’il se sent fier d’avoir réussi le montage et espère être un utilisateur assidu.

Discussion

Le contexte de production des *Vhélio* est donc marqué par une ambiance conviviale selon les cinq caractéristiques décrites plus haut (Illich, 1973). Les expérimentateurs adaptent les plans à leurs besoins tout en observant les autres pour surmonter les difficultés, acquérant des compétences techniques et une relation plus autonome avec l’objet – deux points qui correspondent bien à ce qu’Illich théorise au travers de l’outil juste. Malgré quelques aspects améliorables comme la clarté des instructions ou la disponibilité des pièces, l’expérience est globalement positive, renforcée par une forte dimension sociale (entraide), une nette motivation intrinsèque et une joie qui traduisent un certain niveau de bien-être dans le travail (deux autres aspects de la convivialité). Les participants expriment leur satisfaction quant au fait de monter eux-mêmes le *vhélio*, il est donc tout à fait clair que la convivialité permet une appropriation de l’objet produit et favorise une forme de posture positive envers ce mode de déplacement.

La convivialité étant une alternative à un système de production industriel, des expérimentateurs défendent l’intérêt d’une production locale mais surtout la possibilité d’un usage sobre d’un V.I. déjà conçu comme peu gourmand à l’usage (la sobriété est une des caractéristiques proposées par Illich). Nous pouvons donc envisager la convivialité sous l’angle d’un double bénéfice. D’une part, elle permet une excellente appropriation du V.I. au moment de sa mise en œuvre et d’autre part, l’autonomie renforcée de son propriétaire doit favoriser un usage plus durable grâce à la capacité de le réparer. Les implications managériales sont nombreuses à partir de ce constat. Par exemple, il serait pertinent de questionner l’élaboration d’écosystèmes locaux de construction-entretien de V.I. Ceux-ci permettraient à des usagers d’accéder à des ateliers un peu comme ce qui avait été développé en Arizona avec le Rally Fighter, proclamée première voiture open-source au monde³. Des recherches futures devraient permettre de mieux comprendre comment la convivialité et un modèle économique adapté pérenniseraient un tel dispositif.

Conclusion

D’un point de vue théorique, la convivialité au sens d’Illich s’est révélée être une dimension tout à fait convaincante pour comprendre les mécanismes d’appropriation d’un objet. Cependant, cette recherche exploratoire doit être poursuivie. En effet, l’appropriation est incontestable à la sortie de l’atelier de montage mais nous n’avons pas évalué la robustesse de cet effet. Rien ne permet de savoir si les usagers vont apprécier ce mode de transport plus lent,

² Consulté le 2 octobre 2024

³ https://en.wikipedia.org/wiki/Local_Motors consulté le 27 décembre 2024

plus exposé aux intempéries et peut-être moins fiable. Un V.I. industriel aura peut-être des caractéristiques plus concluantes en termes d'agrément ou de qualité. L'analyse pourrait notamment être approfondie en considérant les apports de la post-phénoménologie à l'étude de la consommation d'objets techniques (Robert-Demontrond, 2022).

Enfin, la principale limite de ce travail de recherche, à ce stade, est que l'échantillon est probablement composé d'expérimentateurs compatibles avec une production conviviale. Étudier le rôle de la convivialité dans des contextes moins favorables et plus quotidiens (restauration collective, transports en commun, réparation du petit électroménager, etc.) pourrait permettre d'augmenter la validité de ces résultats.

Bibliographie

Bardal, Kjersti Granås, Arild Gjertsen, et Mathias Brynildsen Reinart (2020). « Sustainable Mobility: Policy Design and Implementation in Three Norwegian Cities ». *Transportation Research Part D: Transport and Environment* 82 (mai): 102330.

Bataoui S., Belkaïed-Ayad N. (2018), Le commerce électronique peut-il lui aussi procurer du bien-être aux consommateurs ? Une approche par l'hospitalité virtuelle. *21ème Colloque Etienne Thil*, Roubaix.

Belk, Russell W., et Robert V. Kozinets. (2005) « Videography in Marketing and Consumer Research ». *Qualitative Market Research: An International Journal* 8, 2, 128-41.

Bigo A (2022) Quelle place pour les véhicules intermédiaires dans la transition énergétique des mobilités ? : *Transports urbains* N° 141(1): 20–24.

Citepa (2024). Rapport Secten – Emissions de gaz à effet de serre et de polluants atmosphériques 1990-2023.

Cova V., Giannelloni J.L. (2008), Hospitalité et consommation touristique, *13èmes Journées de Recherche en Marketing de Bourgogne*.

Csikszentmihalyi, Mihaly, et Jeanne Nakamura. (2014) The Dynamics of Intrinsic Motivation: A Study of Adolescents. In *Flow and the Foundations of Positive Psychology: The Collected Works of Mihaly Csikszentmihalyi*, édité par Mihaly Csikszentmihalyi, 175-97. Dordrecht: Springer Netherlands.

Deci E.L., et Ryan R.M. (2002). *Handbook of self-determination research*. Rochester : University of Rochester Press.

Ehrenberger, Simone, Isheeka Dasgupta, Mascha Brost, Laura Gebhardt, et Robert Seiffert (2022). « Potentials of Light Electric Vehicles for Climate Protection by Substituting Passenger Car Trips ». *World Electric Vehicle Journal* 13, 10: 183.

Guillemot S, Dyen M and Tamaro A (2022) Vital Service Captivity: Coping Strategies and Identity Negotiation. *Journal of Service Research* 25(1): 66–85.

Illich I.(1973), *La convivialité*, Paris, Points.

Izoard, Celia (2024). *La ruée minière au XXIe siècle: enquête sur les métaux à l'ère de la transition*. Écocène. Paris: Éditions du Seuil, 2024.

Jacquemin H and Lesay T (2022) Comment proposer des alternatives crédibles à l'usage de la voiture individuelle ? Le cas du sud-Aveyron: *Transports urbains* N° 141(1): 35–38.

Holden E., Banister D., Gössling S., Gilpin G., Linnerud K. (2020), Grand narratives for sustainable mobility : a conceptual review, *Energy research and social science*.

Mazar, A., Tomaino, G., Carmon, Z., & Wood, W. (2020). Sustaining sustainability: Lessons from the psychology of habits. PsyArXiv Prepr.

Moberg, K. R., Sovacool, B. K., Goritz, A., Hinojosa, G. M., Aall, C., & Nilsson, M. (2021). Barriers, emotions, and motivational levers for lifestyle transformation in Norwegian household decarbonization pathways. *Climatic Change*, 165, 1-25.

Rau, H., & Scheiner, J. (2020). Sustainable Mobility: Interdisciplinary Approaches. *Sustainability*, 12(23), 9995.

Tonnellier P (2022) À la recherche d'un véhicule individuel alternatif à la voiture capable de réaliser la plupart des trajets quotidiens: *Transports urbains* N° 141(1): 29–31.

Rémy E., Roux D., Arnould E. Askegaard S. Beudaert A, Galluzo A, Giannelloni J.L., Marion G. (2024), Look up ! Cinq propositions de recherche pour repenser le marketing dans une société post-croissance, *Recherche et Applications en Marketing*, 39, 1, 78-100.

Robert-Demontrond P. (2022), Apports de la post-phénoménologie à l'étude de la consommation d'objets techniques : principes et perspectives applicatives - illustrées par le cas du self-tracking, *Recherche et Applications en Marketing*, 37, 3, 101-125.

Annexe 1 : présentation de la composition du groupe observé

	Foyer	Commune d'habitation	Tranche d'âge	Activité ou profession	Type d'habitation	Zone
1	Couple sans enfant	Plougastel	18-39 ans	Architecte	Maison	Périurbain
2	Couple sans enfant	Milizac	60-74 ans	Retraité et élu de sa commune	Maison	Rurale
3	Famille mono-parentale 2 enfants	Plouzané	30-44 ans	Employé ministère des armées	Maison	Périurbain
4	Famille mono-parentale 2 enfants + colocation avec sa soeur	Portsall	30-44 ans	Auto-entrepreneuse, en reconversion pro	Maison	Rural
5	En couple, 2 enfants	Brest	30-44 ans	Employée dans 1 asso	Maison	Périurbain
6	En couple, 2 enfants	Lambézellec	30-44 ans	PI	Maison	Périurbain
7	Couple sans enfant	Brest même	18-39 ans	Anesthésiste	Appartement	Urbain
8	Seul	Plouarzel	60-74 ans	Retraité	Maison	Rural
9	Couple sans enfant	Le Relecq Kerhuon	60-74 ans	Retraité et partageurs	Maison	Périurbain
10	Couple 1 enfant	Plougastel	18-39 ans	Entrepreneur	Maison	Rural