

La socialisation des jeunes (enfants et adolescents) à la préservation de l'environnement via un dispositif numérique ludique : application à l'écosystème méditerranéen.

Direction de thèse : Isabelle Muratore (MCF HDR) ; **Co-direction :** Brigitte Müller (PU)

Cadrage du sujet

Pourquoi un tel sujet ? Les jeunes (enfants-adolescents) sont au cœur des enjeux relatifs à la problématique environnementale car, notamment, ce sont eux qui devront faire face aux conséquences de nos modes de vie passés et actuels. C'est la raison pour laquelle comme le démontrent Hosany, Hosany et He (2022) il est nécessaire de s'intégrer au sein d'un agenda de recherche en matière de comportement durable des enfants. En effet, les enfants sont à considérer comme des acteurs de la consommation (McNeal, 1992) : les enfants consomment, les enfants influencent les achats de leurs parents et les enfants seront les consommateurs de demain. En ce sens, les jeunes (adolescents/ enfants) peuvent initier un changement de paradigme en matière environnementale. Par ailleurs, les habitudes acquises durant l'enfance deviennent permanentes au fur et à mesure que les consommateurs grandissent (Moschis, 2007) et il est plus facile d'initier des habitudes très tôt dans la vie du consommateur, plutôt que d'effectuer ces changements plus tard à l'âge adulte (Meussen, 2014).

Le concept de socialisation est un concept clé lorsque la recherche cible les jeunes. Les travaux en matière de consommation socialement responsable sont épars et peu nombreux (e. g. Hosany, Hosany et He, 2022 ; Schill, Hogg, Muratore, 2022). Ces travaux s'intéressent majoritairement à la socialisation parentale.

Il est question, dans ce sujet, de s'intéresser à l'enfant en tant qu'agent de resocialisation. En d'autres termes, il s'agit d'appréhender de quelle manière le rendre plus sensible et actif en matière de comportement responsable dans l'écosystème méditerranéen afin de prescrire ce comportement au sein de la cellule familiale.

Les jeunes passant un temps important à jouer¹, le terrain d'exploration de ce sujet vise à s'interroger sur la mise en place de dispositifs par exemple en réalité augmentée² (Nannipieri et Muratore, 2016) susceptibles d'accroître leur sensibilité à la préservation de l'écosystème méditerranéen mais également leur comportement responsable. Cela pourrait être envisagé sur le plan conatif (*i.e.* en termes de comportement) en matière de gestes responsables mais aussi de comportement d'achat de marques responsables. La vocation d'un tel dispositif serait, *in fine*, en fonction de sa complexité, de pouvoir être déployé, par exemple, dans les écoles.

Résultats attendus

Définir un cadre théorique pour analyser les connaissances existantes et fragmentées en matière de comportement durable des enfants.

Définir un cadre théorique pour analyser les connaissances existantes en matière de dispositifs ludiques impliquants (serious game, dispositifs de réalité augmentée/virtuelle).

Identifier les lacunes et formuler des opportunités théoriques et méthodologiques.

L'analyse de l'expérience utilisateur et de ses effets pourra se fonder sur des dispositifs existants (e.g. Aquastellar, Nowatera), et/ou sur des dispositifs créés dans le cadre de formations de master en SIC.

¹ Selon une étude menée pour LSA (03/2023) « les activités phares de ce public restent les jeux vidéos, le streaming et le visionnage de vidéos sur Youtube. Le tout, souvent centré sur le jeu vidéo puisque si 66% des enfants français jouent à des jeux vidéo, ils sont 75% à déclarer regarder des contenus liés aux jeux vidéo. Faire des achats dans des jeux vidéo est une tendance montante et influence les souhaits d'achat de produits dans le réel : un tiers des enfants français déclarent ainsi aimer acheter les mêmes articles que leur avatar dans les jeux vidéo et 51 % disent que le fait de voir une marque pendant qu'ils jouent les inciterait à l'acheter dans la vraie vie ou à se rendre dans le magasin de cette marque. »

² Des travaux (Hawley, 2018 ; Colding et al., 2020) démontrent que l'exposition des enfants à la réalité augmentée peut être utilisée pour la visualisation et la promotion de relations positives avec la nature.

Cohérence en regard des axes du CERGAM et de l'Université de Toulon

Ce sujet de thèse s'inscrit dans le champ du marketing sociétal.

Il s'intègre non seulement dans le cadre des axes du laboratoire à savoir le CERGAM puisqu'il concerne le marketing et, plus précisément, il est clairement dans les hot topic du laboratoire puisqu'il y est question de responsabilité durable et que, à titre d'exemple, lors de la 15^{ème} journée scientifique de l'Université de Toulon, le CERGAM a organisé deux sessions parallèles l'une sur la responsabilité et l'autre sur l'irresponsabilité.

Par ailleurs, ce sujet s'inscrit également au sein de l'axe identitaire de l'Université de Toulon, Sociétés Méditerranéennes et Sciences de la Mer dans le sens où cette recherche s'intègre de manière transversale au sein des trois pôles thématiques de l'Université de Toulon. En effet, tout en s'inscrivant dans une approche SHS de l'espace méditerranéen, ce sujet implique une approche durable de l'écosystème marin en y intégrant un dispositif numérique.