

Louvain School of Management

Quels sont les impacts de la présence d'interactions sociales et du type de motivation du consommateur sur son expérience dans le METAVERS ?

Annexes

Auteur : Hennekens Anthony
Promotrice : Poncin Ingrid
Année académique 2023-2024
Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre d'ingénieur de
gestion, à finalité spécialisée
Horaire de jour

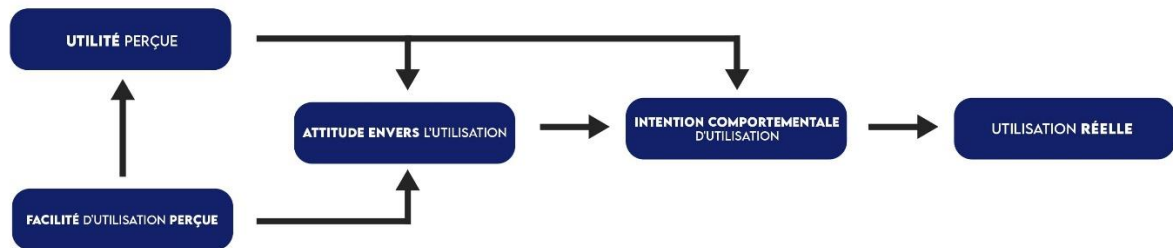
Table des matières

1.	Annexe 1 : Modèle d'acceptation de Davis	3
2.	Annexe 2 : Guide d'entretien	3
3.	Annexe 3 : Interview	7
3.1.	Interview 1 (Fabre, 24 ans) :	7
3.2.	Interview 2 (Eléonore, 26 ans) :	20
3.3.	Interview 3 (Kelly, 29 ans) :	33
3.4.	Interview 4 (Romain, 24 ans) :	45
3.5.	Interview 5 (John, 27 ans) :	68
3.6.	Interview 6 (Enguerrand, 25 ans) :	82
3.7.	Interview 7 (Justin, 26 ans) :	96
3.8.	Interview 8 (Bram, 23 ans) :	114
3.9.	Interview 9 (Nathalie, 55 ans) :	127
3.10.	Interview 10 (Régine, 63 ans) :	141
3.11.	Interview 11 (Loukas, 13 ans) :	155
3.12.	Interview 12 (Denis, 23 ans) :	171
3.13.	Interview 13 (Jade, 23 ans) :	190
4.	Annexe 4 : Questionnaire quantitatif.....	205
5.	Annexe 5 : Echelle utilisée.....	213
5.1.	Echelle présence sociale :	213
5.2.	Echelle enjouement :	216
5.3.	Echelle d'utilité perçue	217
5.4.	Echelle d'attitude.....	219
5.5.	Echelle d'intention comportementale (d'utiliser).....	220
5.6.	Echelle d'intention (d'acheter)	221
5.7.	Echelle de familiarité avec la technologie	222
6.	Annexe 6 : Analyse statistique	223
6.1.	Analyse en composantes principales (ACP).....	223
6.1.1.	Echelle de la présence sociale	223
6.1.2.	Echelle de l'enjouement	224
6.1.3.	Echelle de l'utilité perçue.....	225
6.1.4.	Echelle de l'attitude.....	226
6.1.5.	Echelle de l'intention comportementale	227
6.1.6.	Echelle de l'intention d'acheter.....	228
6.1.7.	Echelle de la familiarité aux technologies.....	229

7.	Annexe 7 : Equivalence des groupes.....	230
7.1.	En termes d'âge	230
7.2.	En termes de genre	230
7.3.	Normalité de la distribution	232
8.	Annexe 8 : Test des hypothèses	233
8.1.	Test hypothèse 1	233
8.2.	Test hypothèse 2	235
8.3.	Test hypothèse 5	236
8.4.	Hypothèse 6	236
8.5.	Hypothèse 7	237
8.6.	Hypothèse 8	238
8.7.	Test hypothèse 3	238
8.8.	Test hypothèse 4	239
8.9.	Test hypothèse 9	240
8.9.1.	Modération de l'hypothèse 9 et modèle 15 du logiciel PROCESS.....	240
8.9.2.	Modération de l'hypothèse 9 et modèle 14 du logiciel PROCESS.....	241

Annexes mémoire

1. Annexe 1 : Modèle d'acceptation de Davis



2. Annexe 2 : Guide d'entretien

➤ Introduction

Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens et je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de ventes au détail.

Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence.

Afin de capturer les informations, avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques pour cette étude spécifique.

Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

➤ Questions générales

- Est-ce que votre journée s'est bien passée ?
- Comment se passe une de vos journées types ? (Exemple si la personne utilise son téléphone, lui demander ce qu'elle fait dessus et combien de temps elle l'utilise).
- Est-ce que la journée que vous avez décrite est représentative de vos activités ?
- Est-ce que la journée décrite représente une journée de travail ou non ? Demander alors une journée type soit pour une journée de travail ou une journée de congé en fonction de la réponse précédente.
- Arrive-t-il de vous connecter sur internet ?
 - Si oui pourquoi ?
 - Si non pourquoi ?
- Arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ?
 - Si oui pourquoi ?
 - Si non pourquoi ?
- Arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?
 - Si oui pourquoi ?
 - Si non pourquoi ?
- Arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?
 - Si oui pourquoi ?
 - Si non pourquoi ?
- Vous considérez-vous comme étant une personne "connectée" ?
- Racontez-moi votre dernière expérience d'achat en ligne. Qu'avez-vous aimé ou pas aimé dans cette expérience d'achat en ligne ? Pourquoi ?
- Allez-vous souvent sur internet pour réaliser vos achats ?
 - Si oui, pourquoi ?
 - Si non, pourquoi ?
- Quels facteurs influencent votre choix de réaliser vos achats en ligne ? (Relance sur les avantages et les inconvénients).
- Quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ?
- Que pensez-vous de mobiliser des nouvelles technologies pour les achats en ligne ? Qu'avez-vous aimé ou pas aimé dans cela ?

- À quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ? Donnez-moi un exemple ou plusieurs et dites-moi ce que vous en pensez.
- Connaissez-vous des actions de marques en ligne ? Où avez-vous des idées d'actions de marques en ligne ?
- **Lien vidéo commerce en ligne**
- Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?
- Qu'avez aimé ou pas aimé ?
- Est-ce représentatif des expériences d'achats en ligne ?
- Quels mots évoquent pour vous le mot METAVERS ?
- Connaissez-vous le METAVERS ?
 - Si oui, par quels biais ?
 - Si non, montrer la vidéo directement
- **Lien vidéo METAVERS**
- Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?
- Qu'avez aimé ou pas aimé ?
- En quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ?
- En quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne de la première vidéo que vous avez visionnée ?
- Et si vous aviez le choix, sur quel site de Hyundai vous connecteriez vous et pourquoi ?
- Quelle expérience vous a paru la plus intéressante ? Pourquoi ?
- Est-ce important pour des marques tel que Hyundai d'être présent sur le METAVERS ?
 - Si oui, pourquoi ?
 - Si non, pourquoi ?
- Et pour d'autres types de marques ?
 - Si oui, pourquoi ?
 - Si non, pourquoi ?
- Que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?
- De manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?
- **Conclusion**

Pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que _____
(reformuler certaines phrases du répondant en reprenant les idées générales de la discussion).

(Être imprécis lors de la reformulation sur un sujet peu approfondi ou reformuler normalement. Attention de ne pas préciser des éléments que le répondant n'aurait pas formulés).

- Pourriez-vous me confirmer que cela est bien correct ?
- Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?
- Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?
- Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?
- Pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? (Profession, âge, etc.)

Merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée !

➤ **Liens vidéo :**

https://www.youtube.com/watch?v=Hf_uI_f45As

<https://www.youtube.com/watch?v=URac9iDqs50>

3. Annexe 3 : Interview

3.1. Interview 1 (Fabre, 24 ans) :

Interviewer : Je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Donc dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette interview et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations et avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques pour cette étude spécifique. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 1 : Oui, je suis d'accord de participer.

I : Alors je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non.

I : Ok. Donc comment s'est passé votre journée ?

R : Bah très bien.

I : D'accord. Alors comment se passe une de vos journées type ?

R : Eh bien, je me lève à 02h00 du matin. Je travaille jusqu'à 11 h. Je mange. Puis je vais faire ma petite sieste. Et ensuite, bah j'ai mon temps libre quoi.

I : Mais est-ce que c'est représentatif de toutes vos activités ? Que faites-vous durant votre temps libre ?

R : Ben ça dépend. Je vais jouer au badminton, je joue aux jeux vidéo, je lis. Ça dépend quoi.

I : D'accord. Et donc, vous avez dit que vous jouez aux jeux vidéo, donc ça vous arrive d'aller sur Internet je suppose ?

R : Tous les jours.

I : D'accord. Et pourquoi ?

R : Bah pour voir les réseaux sociaux, m'informer au niveau des gens peut être.

I : D'accord. Donc est-ce que ça vous arrive, par exemple, de faire vos achats en ligne ?

R : Ça m'est déjà arrivé. Mais c'est peu souvent.

I : Ok. Et donc vous avez dit que vous jouez aux jeux vidéo... A quelle fréquence plus ou moins ?

R : Pas beaucoup 4-5 h par semaine peut-être.

I : D'accord. Donc vous considérez-vous comme une personne connectée ?

R : Bah si je suis une personne connectée.

I : Ok. Alors vous avez dit que ça vous est arrivé de faire vos achats en ligne. Est-ce que vous pouvez me décrire une de vos dernières expériences d'achat en ligne ?

R : La dernière, c'était pour un anniversaire, un cadeau, je ne sais pas si ça compte ? Alors bah c'était pour une amie quoi. Et on lui a offert un projecteur. Et la livraison s'est bien passée, je n'ai pas eu de problème.

I : Donc qu'est-ce que vous avez aimé, pas aimé dans cette méthode d'achat en ligne ?

R : Ce que j'ai aimé, c'est que le colis est bien sûr arrivé chez moi facilement quoi. C'était dans les 3 jours après la commande peut-être. Mais ce que je n'aime pas, c'est le stress de se dire que le colis n'arrive pas. Je ne sais pas si vous voyez ce que je veux dire.

I : Oui je vois très bien ce que vous voulez dire. Alors vous n'allez pas souvent sur Internet pour vos achats en ligne, vous avez dit. Mais quels facteurs justement influencent de faire ce choix d'achat en ligne comparé à d'habitude ?

R : Le fait que l'article souhaité n'est pas facilement trouvable dans les magasins à proximité de chez moi ou qui n'est pas disponible du tout.

I : Et pourquoi faire des achats en ligne plutôt que, ou bien pourquoi faire justement l'inverse ? Aller plutôt vers des magasins physiques, on va dire, donc dans des magasins tout proche de chez vous, faire des achats plutôt qu'en ligne ?

R : Parce que l'article est en face de moi, je vois, je vois qu'il est là. J'ai besoin d'avoir l'article devant moi, être sûr que je l'aurai quand j'aurais donné mes sous.

I : Donc c'est pour être sûr et certain d'avoir, d'obtenir l'article que vous avez vu. Mais j'allais dire avec les achats en ligne, vous avez ça normalement ?

R : Non, mais non, l'objet n'est pas physique devant moi, il est derrière un écran.

I : Ok, je vois. Donc, quelles sont vos critères alors pour faire vos achats ?

R : Mais comme je l'ai dit, si l'article n'est pas disponible dans les magasins près de chez moi ou bien un article très spécifique. Je ne sais pas, moi. Pour un ami, je veux acheter un vinyle, je ne sais pas, le vinyle mais un artiste peu connu, je ne vais pas le trouver à la Fnac par exemple, à moins que je le commande mais c'est encore plus facile de le prendre en ligne.

I : Vous êtes sûr ?

R : Bah je crois, oui.

I : Ok. Et vous n'avez pas d'autres critères ? Pour des raisons que vous ne pensez pas. Ou réfléchissez un peu pour quelles raisons vous préférez peut-être faire vos achats en ligne, ou inversement, dans un magasin.

R : Ça peut être le manque de temps, je ne sais pas moi.

I : Ok. Que pensez-vous de mobiliser des nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Par exemple, les drones et tout ça ?

I : Ouais, ça peut être toute sorte de technologie. En général.

R : Je ne sais pas. Ouais, c'est bien pour le client je suppose. Ça ira beaucoup plus vite, arrivera beaucoup plus vite. Mais il y a une surtout... il y a sûrement une contrepartie, ça fera perdre des emplois, je suppose. Des nouvelles technologies, l'IA peut être. Elle pourra gérer à notre place les commandes et gérer les robots qui font les commandes.

I : Mais qu'est-ce que vous en pensez ça justement de cette IA ?

R : Je pense que le monde évolue et qu'il faut bouger avec. Mais faut s'adapter quoi ! Si demain le job de livreur et de préparateur de commandes dans un entrepôt disparaît, il sera de l'ordre naturel des choses. On ne peut pas vraiment l'empêcher.

I : Donc pour vous, c'est plus une obligation, c'est une obligation de suivre ce...

R : Une obligation. Oui, parce que la clientèle achètera d'office au niveau de ... Enfin à cette IA et à ces drones. Et elle délaissera sûrement les contacts humains, les employés humains.

I : Et donc pour vous les employés, le contact humain, c'est important.

R : C'est important. Enfin non ? Enfin oui et non. Le livreur, quand il vient livrer, il dit bonjour, au revoir. « Signez ça » et il s'en va. C'est à peu près la même chose avec un drone. Il va juste dire « signe » et il s'en va.

I : D'accord. Alors à quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ? Si vous avez une marque en ligne en tête ?

R : On pense à Amazon, je suppose.

I : Pourquoi ?

R : C'est la plus connue. Enfin, c'est le champion dans son domaine.

I : Est-ce que vous aimez bien ? Qu'est-ce que vous pensez quand on vous évoque le mot Amazon ?

R : Comme je l'ai dit, je n'achète pas souvent en ligne, donc je vais rarement sur Amazon. J'ai acheté peut-être un article sur Amazon.

I : Mais vous avez quand même un avis quand on vous dit le mot Amazon, vous ressentez quand même quelque chose, vous arrivez à vous faire un avis.

R : Je pense à un milliardaire ultra riche qui s'en fout des droits des travailleurs peut-être. Je pense à un ultra riche. Je pense à une entreprise qui ne respecte pas trop ses employés.

I : Vous pensez qu'à ça ?

R : Oui, les colis arrivent vite. Oui, je pense ça aussi.

I : Et vous pensez que c'est intéressant ? Je ne sais pas...

R : Je peux poser, répondre par une question ?

I : Je ne peux pas répondre à votre question. Enfin ça dépend de la question.

R : Ce sera quand même ma réponse. Est-ce que le fait que ces colis arrivent vite doivent être prioritaires face à ces pauvres travailleurs qui sont un peu délaissés ?

I : Je ne répondrai pas à la question.

R : Oui, je sais. Mais c'est ma réponse.

I : Alors, connaissez-vous des actions de marque en ligne ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : J'ai entendu... Enfin quelqu'un avait acheté chez Temu. Je sais plus si c'est ça. C'est Chinois enfin bref. Leurs prix étaient vraiment bas, c'était pour concurrencer autre chose, je ne sais plus quoi. C'est tout ce que je sais. C'était vraiment des souris d'ordinateur à 6€, même moins peut-être.

I : Et vous en avez acheté une ?

R : Non.

I : Vous avez juste regardé ?

R : Oui.

I : Alors ici je vais vous montrer une petite vidéo. Vous allez la regarder attentivement, alors.

R : Oui.

I : Vous voyez bien l'écran ?

R : Oui.

I : Donc je vais vous montrer une vidéo. Regardez-la attentivement. Et puis nous en discuterons.

/// VIDEO 1 /ACHAT EN LIGNE de Hyundai ///

I : Donc voilà une petite vidéo que vous venez d'apercevoir. Alors maintenant, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Eh bien, c'est le site Web de Hyundai, la marque de voiture. On a vu les différents modèles. L'intérieur en caméra 360. Les prix etc . On a vu les pubs. Les annonces. Un site ergonomique quoi.

I : Et qu'est-ce que vous avez aimé et ou pas aimé ?

R : La petite musique. Elle faisait partie du site ?

I : Ce n'est pas le plus intéressant, mais elle ne faisait pas partie du site.

R : Euh. Qu'est-ce que j'ai aimé ? Pas plus qu'un autre site internet, j'ai envie de dire. C'est un site comme un autre. C'est une marque qui vend ses produits et qui les montre sur Internet.

I : Vous ne trouvez rien d'intéressant ou pas intéressant dans ce site ? Il n'y a pas quelque chose que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Les voitures sont belles. Ça je peux l'accorder, oui, mais sinon...

I : A part les voitures ?

R : On peut l'acheter en ligne aussi sa voiture j'ai vu. Je ne savais pas que c'était possible.

I : Et qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Je ne sais pas si... Enfin, ce que j'en pense. Je ne me vois pas sortir ma carte de crédit et acheter en ligne la voiture, comme ça, en mettant notre petite carte dans un boîtier.

I : Et pourquoi ?

R : C'est quand même une grosse somme. Je préférerais... Enfin, c'est encore une fois, comme je disais tantôt avec les articles. Je préfère les voir en vrai, devant moi, comme la voiture quoi. Si je vois une voiture, je préfère rentrer moi-même dans la voiture, voir l'intérieur plutôt que de voir le même intérieur, mais avec une caméra quoi.

I : Donc le fait d'avoir la caméra ne vous a pas plu plus que ça, on va dire ?

R : Non. D'autant plus que c'est un intérieur de voiture comme un autre j'ai envie de dire. Il est sans doute différent que des autres voitures, que des autres marques. Mais ce n'est pas...

I : Et donc pour vous le prix a une influence sur le fait de faire ces achats en ligne ?

R : J'ai envie de dire que oui. De toute façon pas tout le monde peut se permettre d'acheter une voiture cash avec sa carte de crédit sur Internet comme ça. Enfin je ne sais pas s'il y a différents moyens de paiement en faisant des... En payant en plusieurs mois.

I : Et est-ce que c'est représentatif des achats en ligne ?

R : Bah oui. C'est un article comme un autre au final. Il n'y a que le prix qui diffère et le poids.

I : Et donc vous n'avez rien à ajouter sur cette petite vidéo, vraiment aucun détail qui vous ait paru plus intéressant ou que vous avez bien aimé ?

R : Non.

I : Ou que vous n'avez pas aimé aussi.

R : Non.

I : Rien à rajouter ?

R : Non, rien.

I : Ok. Alors maintenant je vais vous poser d'autres questions. Alors quel mot évoque pour vous le mot « METAVERS » ?

R : Je peux réfléchir ?

I : Mais connaissez-vous déjà le mot METAVERS ?

R : Oui, je connais.

I : Par quel biais ?

R : Par Internet, encore une fois. Le fait que... Enfin les infos et tout ça. Et le fait que l'on dit que Marc Zuckerberg va changer sa marque Facebook en Méta. Voilà c'est de ça que je connais

I : D'accord. Donc qu'est-ce que ça vous évoque ce mot ?

R : Futur.

I : Vous pouvez dire plein de mots qui vous passent par la tête.

R : Il n'y a pas qu'un seul mot.

I : Non, non, allez-y hein. Dites tout ce qui vous passe par la tête. Le but, c'est justement d'avoir ce que vous pensez.

R : Je pense que c'est... Je ne sais pas si c'est quelque chose qui va marcher, je ne m'y connais pas vraiment assez non plus parce que les marques, enfin je sais que c'est que les marques vont s'installer dessus pour vendre leurs produits aussi. C'est une sorte d'évolution de l'achat en ligne. Et est-ce que ça marchera ? Pas tout de suite, j'ai envie de dire, parce que les graphismes ne sont pas terribles. J'ai vu la vidéo de présentation et ce n'est pas terrible.

I : Justement, je vais vous montrer une petite vidéo d'un METAVERS également. Et vous allez me dire... Vous allez devoir la regarder attentivement encore une fois.

R : C'est Roblox ?

I : Je pense que oui.

/// VIDEO 2 /METAVERSMETAVERS DE HYUNDAI / ///

I : Donc voilà la petite vidéo. Alors est-ce que vous pouvez me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Un magasin Hyundai sur Internet.

I : Mais allez-y dites tout ce que vous venez de voir.

R : Ah oui, j'ai vu un bonhomme basé sur le jeu roblox qui se promenait. L'avatar se promenait dans un magasin Hyundai, je suppose qu'on pouvait acheter des voitures, des goodies. Avec une monnaie que je ne connais pas d'ailleurs. Je ne sais pas. On pouvait voir aussi l'intérieur de la voiture c'était en pixel là. J'ai l'impression que la voiture était à échelle humaine. Après on est rentré dans le... Bah c'était plus Hyundai, mais enfin, j'ai eu plus l'impression que c'était plus dans l'univers Hyundai la 2e partie de la vidéo, on pouvait acheter du café tout ça. On pouvait gagner des pièces en roulant, en jouant à un petit jeu.

I : Ok. Et donc qu'est-ce que vous avez aimé et ou pas aimé dans ce que vous venez de voir ?

R : Ouais, c'est une nouvelle façon d'appréhender un produit, je suppose ? Je n'irai pas trop dessus parce que ça ne m'intéresse pas encore une fois.

I : Mais pourquoi ça ne vous intéresse pas ?

R : Bah comme je le répète, je préfère encore voir la voiture devant moi que de voir l'intérieur d'une voiture en pixel.

I : Il n'y a pas quelque chose que vous avez aimé ou pas aimé ou autre que voir la voiture en pixel ou en réalité.

R : Bah qu'est-ce qui est bien ? Je peux acheter une voiture, une casquette avec de l'argent du METAVERS que je n'aurais pas dans le vrai monde. Enfin... Je ne sais pas si on pouvait acheter la casquette, si on la recevait in real life.

I : Je ne pense pas, mais ...

R : Alors je vais dire que je n'aime pas ça quoi, je ne comprends pas le principe comme le fait d'acheter un café.

I : Mais imaginons, si vous recevez la casquette dans le monde réel.

R : Bah là pourquoi pas. Encore une fois....

I : Pourquoi pas quoi ? L'acheter ?

R : Ouais, je ne sais pas s'il y a des gens qui veulent acheter ça. Y a sûrement des gens qui veulent bien, qui seront friands de ces produits-là, de ce mode d'achat.

I : Et pourquoi vous pensez ?

R : Parce que. Des gens, enfin, je suppose que c'est des gens qui ne préfèrent pas se déplacer, qui ne savent pas se déplacer et donc bah ils vont acheter en ligne comme ça.

I : Et rien d'autre que vous voulez ajouter sur ce que vous avez aimé ou pas aimé ? Par exemple, vous avez parlé du jeu. Est-ce que vous trouvez ça intéressant ? Qu'est-ce que vous en pensez de faire un petit jeu dans la voiture ?

R : Ben oui, c'est intéressant. Oui, c'est intéressant, c'est un petit jeu, pourquoi pas ça. C'est le seul moyen de gagner des pièces si j'ai bien compris ? Alors autant mettre un peu plus de challenge qu'une ligne droite.

I : Mais je pense que dans la vidéo, vous n'avez pas vu tout le parcours.

R : Ah d'accord.

I : C'est une vidéo de présentation.

R : Alors là, pourquoi pas un petit jeu.

I : Et pourquoi ça serait intéressant, le petit jeu ?

R : Parce que ça stimule la dopamine du client, non ? Ah, ils vont dire « il est trop bien ce site ». On peut faire des petits jeux et tout quoi. Bah je vais consommer quoi, comme un parc d'attraction.

I : Ok. Et pourquoi vous consommeriez ?

R : Parce que j'ai passé un bon moment. Je suis de bonne humeur, je me dirais « Ah, elle est jolie au final cette casquette-là, je vais me la prendre. »

I : D'accord. Et à un moment vous avez parlé d'un paysage que vous ne saviez pas si c'était dans le cas où on pouvait acheter un café. Et là je vous dis, c'est encore dans le site Hyundai, on va dire. Et en fait, c'est une place de rencontre, on va dire.

R : Ce sont les commerciaux qui se donnent rendez-vous là alors ?

I : Toutes les personnes qui vont sur la plateforme Hyundai dans le METAVERS.

R : D'accord.

I : Si je vous dis ça, qu'est-ce que ça vous évoque ?

R : Si ça permet de fluidifier toutes les... Je ne trouve pas le mot. Si ça permet de fluidifier toutes les conversations, si c'est plus optimal que les vidéos, enfin que les appels vocaux ou sur webcam. Pourquoi pas ? Je ne sais pas, je ne suis pas un commercial.

I : Mais ce n'est pas que pour les commerciaux, c'est aussi pour vous.

R : Pour le client ?

I : Ça peut être tous les clients, vous pourrez parler aux commerciaux comme on a vu, il y avait un moment où un petit bonhomme parlait à un commercial, ou vous pourrez également parler à d'autres personnes qui sont également là.

R : Bah c'est étrange quand même de faire confiance à un petit avatar. Enfin quelqu'un qui est derrière son écran, derrière un avatar et qui te vend un produit.

I : Et qu'est-ce que ça vous évoque les avatars ?

R : Bah, il n'y a pas d'émotion sur leur visage. Ils vous expliquent le produit mais il n'est pas vraiment à côté de vous quoi.

I : Alors, est-ce que c'était représentatif des achats en ligne, des expériences d'achats en ligne ?

R : Oui aussi.

I : Ah oui. Pourquoi ?

R : Bah on peut encore assez dire que c'est la même chose qu'un site web, sauf qu'on a un personnage qu'on peut déplacer sur le site web.

I : Mais donc pour vous rien n'est différent et c'est la même chose, vous ne voyez pas de...

R : La différence, c'est qu'on peut... C'est qu'on peut boire un café en pixels. Et qu'on peut jouer à un petit jeu de voiture.

I : Mais justement, la question c'était : Est-ce que c'est pareil ou différent des achats en ligne en fait, que vous avez effectué ?

R : Il y a une légère différence, c'est tout.

I : Et cette différence provient de ?

R : De l'avatar qui se déplace sur le site.

I : Juste ça pour vous ?

R : Ouais, c'est ça.

I : Et en quoi est-ce différent/pareil de la première vidéo que vous avez visionné ?

R : C'est pareil dans le sens où on achète des produits. C'est différent dans le décor et les couleurs. Dans la méthode de scroll des produits, enfin du défilement des produits proposés. Il suffit de scroller avec sa souris sur le site web. Alors qu'il faut déplacer, je pose avec cette ZQSD sur son avatar vers le produit pour voir à quoi il ressemble.

I : Et ça, qu'est-ce que ça vous... Qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Ce que j'en pense, bah pourquoi pas, ça peut marcher.

I : Mais qu'est-ce que vous en pensez-vous ? Pas pour le futur, mais vous, qu'est-ce que ça vous ferait ?

R : Si c'était mieux développé, j'irais peut-être.

I : Et pourquoi ? Si au final, je reprends vos mots, c'est exactement la même chose sauf qu'on doit se déplacer avec quelques touches ?

R : Ouais. Mais comme je l'ai dit je n'achèterai pas une voiture en ligne, non plus.

I : Ouais. Mais même si ce n'est pas pour acheter et pour se renseigner par exemple.

R : Ah oui, pour se renseigner, c'est vrai. Bah oui, ça serait peut-être mieux. C'est vrai que... Aller dans ce monde et que quelqu'un qui te parle au final.

I : Bah quoi ? Allez-y.

R : Ça pourrait être plus facile pour comprendre le produit que sur le site web.

I : Et pourquoi ?

R : Parce que sur le site web, il faut lire. On ne peut pas vraiment poser de questions au site web. Alors que à l'avatar sur le METAVERS, il va vous répondre.

I : Ok. Et ça, vous en pensez que c'est ...

R : C'est mieux pour le client, je suppose, oui.

I : Pensez-vous que pour vous, enfin pas que pour les autres en général... Qu'est-ce que ça vous évoque vous en fait, surtout ?

R : Ah oui.

I : Vous qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Ça serait mieux que le site web pour moi, oui, mais ça resterait moins bien que dans un vrai magasin

I : Et pour quelles raisons ?

R : Bah parce qu'il y a le vrai vendeur devant moi. Un vrai humain. Je ne dis pas que ce n'est pas un vrai humain derrière l'avatar, mais... C'est quelqu'un que je ne vois pas.

I : Et ça vous dérange ?

R : Oui.

I : Pourquoi ?

R : Bah parce que je ne le vois pas, justement. Je sais c'est bizarre à dire, mais j'ai besoin un peu de contact humain quand même en ce... Je dois faire confiance à... Je vais donner 20000€ pour acheter une voiture. Bah je ne serai pas mon aise de donner 20000€ à une sorte d'avatar vous voyez.

I : Mais vous pensez toujours achat au final ?

R : Bah oui.

I : Donc, si vous aviez le choix, sur quel site web justement de Hyundai vous connecteriez vous et pourquoi ?

R : Je peux dire aucun des 2 ?

I : Bah oui, tant que vous expliquez pourquoi vous ne choisirez aucun des 2.

R : Parce que je préfère aller au magasin et faire confiance à l'acheteur, je me répète hein mais...

I : Oui mais ce n'est pas grave que ça se répète. Mais maintenant si je vous empêche de choisir le commerce dans un magasin, lequel choisirez-vous ? Choisissez.

R : Bah les 2 ont leurs avantages, j'ai envie de dire.

I : Bah allez-y, dites-les-moi.

R : Ouais, c'est moins contraignant d'aller sur un site web où c'est plus facile.

I : Pour quelles raisons ?

R : Il ne faut pas télécharger le METavers de un. Et en 2 clics, bah j'allume mon ordi et je tape Hyundai et un clic plus tard, je suis sur le site. Alors que sur le METavers, bah je dois lancer le programme, j'apparais et je dois me déplacer dans ce monde pour aller voir ce que je veux quoi. C'est plus rapide le site web, j'ai envie de dire.

I : Ok. Vous avez des autres avantages du site web ou du METavers ou des inconvénients ?

R : Le METavers ça a l'avantage d'avoir quelqu'un à qui parler, derrière un avatar, bien sûr.

I : Et à part ça ? Aucun avantage et aucun inconvénient ?

R : Bah c'est compliqué hein... Je ne sais pas.

I : Mais ce n'est pas grave hein. Il n'y a pas de mauvaises et de bonnes réponses vous savez.

R : Bah non alors.

I : Ok. Alors est-ce important pour des marques telle que Hyundai d'être présentes sur le METavers ?

R : Vous parlez pour le client ou pour la marque ?

I : Pour la marque.

R : Ok. Bah oui, je suppose que c'est intéressant, ils doivent se dire de pouvoir faire de la pub un peu partout quoi, ils doivent être partout pour présenter leurs produits.

I : Ok. Et quelle expérience vous avait paru la plus intéressante et pourquoi entre les 2 ?

R : Le METAVERS parce que c'est plus exotique.

I : Ok. Juste pour une question d'exotique ? Juste pour cette raison-là ?

R : Bah oui, je ne connais pas, donc c'était marrant.

I : Ça vous a permis de découvrir, on va dire.

R : Oui.

I : Et donc à part Hyundai, pour les autres types de marques, vous pensez que c'est intéressant également ?

R : Pour les marques de vêtements, oui. On pourrait voir les produits avant qu'ils sortent par exemple. Il y aurait toutes les infos disponibles je suppose. En quelles matières ils sont faits, où ils ont été produits. Je pense que c'est intéressant de voir ça.

I : Ok. Vous pensez que sur un site web on ne peut pas savoir ?

R : Surement que si.

I : Pourquoi vous m'en parlez dans le METAVERS et pas dans les sites en ligne ?

R : Parce que là on parlait du METAVERS.

I : Oui mais vous m'en parlez comme si c'était différent, j'ai l'impression ?

R : Non.

I : Je retire ce que j'ai dit. Que pensez-vous donc des entreprises qui utilisent ou qui sont présentes sur le METAVERS ?

R : Bah je pense qu'ils ont intérêt à y être, c'est normal. C'est dans la logique des choses quoi.

I : Ça ne vous choque pas ?

R : Non.

I : Vous trouvez ça justement bien, on va dire ?

R : Bien ou mal, non ? Enfin, ce n'est ni bien ni mal, c'est normal quoi.

I : C'est une obligation ?

R : Bah oui, presque. Même si ça ne marche pas au moins elles se seront mises dessus. Elles auront tenté pour voir si le METAVERS, s'il cartonne dans le futur... Ben c'est normal qu'elles essayent d'aller dessus.

I : Et donc de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Ça sera... C'est une nouvelle façon de voir les choses.

I : Pourquoi vous dites ça ? Que c'est une nouvelle façon de voir les choses...

R : Le monde sera encore plus connecté qu'avant. Il y aura des gens du monde entier et connectés sur un seul serveur. Est-ce que ça rapprochera les gens ? Je ne sais pas.

I : Qu'est-ce que vous en pensez ? Est-ce que pour vous, vous trouver ça bien/mal le METAVERS ? Vous trouvez que des choses qui pourraient être faites et d'autres pas ? Et ce que vous pensez déjà, même si vous l'avez déjà sûrement prédit que vous ne savez pas si ça marchera ou pas, mais qu'est-ce que vous en pensez, votre avis personnel ? Pas une vision globale des choses, mais qu'est-ce que vous... ?

R : Moi pour l'instant je n'en pense pas grand-chose, je ne vais pas mentir, je suis ça de loin, vraiment loin. Si ça marche, peut-être dans le futur, si c'est bien fait tout ça, pourquoi pas aller dessus quoi.

I : Ouais mais que pensez-vous du développement déjà ? Est-ce qu'il faudrait peut-être l'arrêter, le continuer, aller plus loin ?

R : Il faut le continuer.

I : Mais pour quelles raisons ?

R : Bah... Parce que c'est comme ça, que c'est humain.

I : C'est humain ?

R : Oui, c'est la continuité d'internet, je ne sais pas. Vos questions sont un peu trop vagues.

I : Un grand merci. Donc pour clôturer et résumer cet entretien. Donc vous pensez que l'achat en ligne et dans le METAVERS sont toujours moins bien pour vous que l'achat, on va dire, en magasin. Dû au fait que vous avez besoin d'un contact client, avec le vendeur.

R : Oui.

I : Que vous avez besoin d'également de voir correctement l'objet que vous allez acheter ?

R : Oui.

I : Et la différence entre METAVERS et commerce en ligne pour vous, ce n'est qu'une évolution on va dire, du METAVERS du commerce en ligne avec juste en plus la possibilité de discuter avec un avatar qui serait à peu près comme un vendeur où ça serait une discussion fluide et intéressante ?

R : Oui, oui, ça serait une discussion fluide et intéressante comme dans un jeu vidéo. Où on incarne aussi des avatars et on se ramène dans le monde et si l'avatar est à côté de moi, ben je peux lui parler. Fin, je peux parler à mon pote qui aussi ...

I : Et vous lui parleriez ?

R : À qui ? A l'avatar du jeu vidéo ou du METAVERS ?

I : Du METAVERS.

R : Bah oui si, si j'ai besoin d'un avis sur un produit.

I : Mais c'est la seule option pour laquelle vous allez parler à un avatar, on va dire, c'est la seule raison ?

R : Bah non, s'il y a une communauté qui m'intéresse, je ne sais pas, ça peut être n'importe quoi.

I : Oui, bien sûr.

R : Et qu'il est dans mon cercle proche ou demi-proche, qui est intéressé par ce sujet. Je pourrais peut-être aller voir dans ce monde et parler de ça avec d'autres passionnés.

I : Et dans le commerce en ligne, ce n'est pas possible ?

R : De parler de quoi ?

I : D'un sujet qui vous intéresse, d'avoir une communauté ?

R : Je ne suppose pas les employés/vendeurs dans le METAVERS qui sont payés pour vendre mais ...

I : Non. Mais je veux dire la communauté en ligne. Vous avez dit que vous parlerez à une communauté dans le METAVERS qui vous intéresserait. Vous avez un exemple d'une communauté ?

R : Je ne sais pas moi. Série, je vais dire série.

I : Et bien vous pensez que vous pourrez le faire dans les sites de commerce en ligne ?

R : Non.

I : Et là, par exemple dans le METAVERS, il y aurait moyen de parler, d'avoir une communauté ?

R : Pas sur le site Hyundai par exemple.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que c'est juste un site de vente en soit.

I : Donc tout ce que j'ai dit était correct dans le résumé ?

R : Ah, oui oui.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : J'aimerais juste dire que le sujet est encore trop... Enfin, pas assez actuel pour avoir un avis plus tranché que je ne l'ai actuellement. Sinon c'est tout.

I : Ok. Aimerez-vous rajouter quelque chose d'autre ?

R : Non.

I : Ok. Alors maintenant, pourriez-vous partager quelques informations vous concernant, par exemple la profession, l'âge ?

R : J'ai 24 ans. Je suis belge. Je fais une formation de boulanger-pâtissier.

I : Vous faites quelques activités ? Oui, vous l'avez dit... Badminton.

R : Je joue au badminton une fois par semaine. J'aime bien lire, j'aime bien jouer aux jeux vidéo.

I : Un grand merci en tout cas, d'avoir accepté de participer à cet entretien.

R : Tout le plaisir était pour moi.

I : Notez que votre contribution me sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Et je vous souhaite une très bonne journée.

R : Au revoir.

I : Au revoir.

3.2. Interview 2 (Eléonore, 26 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 2 : Oui J'ai tout compris et je suis d'accord.

I : Merci. Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non je n'ai pas de question

I : Donc est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Très bien. Merci. Et vous ?

I : Ouais, très bien également. Alors qu'est-ce que vous avez fait durant cette journée ?

R : J'ai été promener mon chien, je me suis occupé de ma maison, j'ai cherché du boulot sur mon PC. Voilà.

I : D'accord, pouvez-vous me raconter une de vos journées type ?

R : Une journée type : je me lève, je bois mon café, ensuite je me prépare pour aller au boulot. Je passe ma journée au travail, je dois dire ce que je fais aussi ?

I : Vous pouvez

R : Je suis éducatrice. Je travaille avec des enfants qui sont passés par le juge. Souvent je finis ma journée assez tard, je rentre chez moi, j'essaie d'aller promener mon chien si c'est possible et ensuite bah voilà, je passe ma soirée tranquille chez moi ou je vois des amis.

I : Ok, est-ce que la journée décrite est représentative de toutes vos activités ?

R : Non, pas du tout.

I : ok alors pouvez-vous m'en dire plus ?

R : Ben je fais plein d'autres trucs, je travaille aussi pour une maison de jeune, je m'occupe de plein d'événements comme des spectacles d'improvisation, plein de choses dans le genre.

I : Et qu'est-ce que vous faites à part boire un café en vous réveillant ? Vous avez d'autres rituels ?

R : Non, je n'ai pas vraiment de rituel à part ça.

I : ok, est-ce que la journée décrite représente une journée de travail ? Bah oui, vous me l'avez dit. Alors donc, si vous êtes en congé, que faites-vous ?

R : Je vois des amis, je squatte mon téléphone.

I : Qu'est-ce que vous y faites sur votre téléphone ?

R : Je vais sur les réseaux sociaux, sur Instagram, sur Facebook, je regarde les vidéos sur YouTube.

I : Alors vous arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : Oui, tous les jours.

I : tous les jours

R : tous les jours

I : ok et sur les réseaux sociaux ?

R : tous les jours

I : Également. Et vous pouvez m'en dire plus ce que vous faites sur internet où ?

R : Ben je regarde le fil d'actualité des ... Ha sur les réseaux sociaux ou sur Internet en particulier ?

I : Les 2

R : Les 2. Bah c'est surtout les réseaux sociaux, je squatte le fil d'actualité, je regarde ce que les gens postent, et etc.

I : Et sur internet ?

R : Sur Internet, c'est surtout quand j'ai une recherche à faire ou quand je me pose une question dans ma journée ou quoi ? Je fais une petite recherche sur Google. Voilà.

I : c'est juste pour apprendre plus ?

R : oui voila

I : Donc, arrivent-ils de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : Oui, ça m'arrive.

I : Et vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Non, pas souvent.

I : Et est-ce que vous considérez comme une personne connectée ?

R : Oui.

I : pourquoi ?

R : Bah parce que tous les jours je suis sur mon téléphone donc ça veut dire que je suis connectée d'une certaine manière.

I : Et pouvez-vous me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ?

R : Bonne question. Je pense que c'était une commande sur Vinted de vêtements. Et donc voilà, j'ai fait. J'ai été dans mes articles likés. J'en ai choisi plusieurs. J'ai fait mon petit panier, puis j'ai cliqué sur acheter et voilà.

I : Et qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé lors de cette expérience ? On va dire lors de cet achat.

R : J'ai aimé que ce soit facile. Qu'on ne doive pas se déplacer, c'est pour ça que j'achète sur Vinted et ce que je n'aime pas c'est qu'il faut attendre.

I : Donc c'est la seule raison pour laquelle vous achetez en ligne ?

R : Ouais, c'est la facilité.

I : Et qu'est-ce que vous entendez par facilité ?

R : Il ne faut pas se déplacer, tout est à disposition. Et puis je fais ça dans mon temps libre quand je m'ennuie, je regarde les articles et du coup bah quand j'ai envie, j'achète quoi.

I : Donc ça vous prend moins de temps on va dire ?

R : on va dire que ça me prend moins de temps. Ouais

I : OK et il n'y a pas des défauts ou...

R : Ben je pense quand même que ça me pousse à acheter plus que ce que je ferais en temps normal.

I : Pour quelles raisons ?

R : Bah parce que justement, si je dois aller au magasin bla bla bla c'est quelque chose qui est organisé. Enfin quelque chose que je prévois de faire, alors que parfois je suis juste sur mon

téléphone et je me dis : Ah je vais aller un peu sur un site pour faire des achats et puis au final j'achète et c'est un peu spontané.

I : Donc allez-vous souvent sur Internet pour faire vos achats ?

R : Pas souvent, mais de temps en temps, on va dire.

I : Mais pour quelles raisons faites-vous vos achats sur Internet ?

R : Parce que j'ai les applications que je regarde et que je vois des trucs qui me tentent.

I : Et donc quels facteurs influencent vos achats sur internet ? Votre choix de faire vos achats sur internet, en ligne ?

R : Pourquoi je préfère en ligne ?

I : Quels sont les facteurs qui influencent le choix, la raison pour laquelle vous faites vos achats sur internet, en ligne ?

R : Ben je ne sais pas, je vois des pubs, je vois des...

I : Par exemple, vous avez parlé de facilité que c'était livré chez vous. Peut-être d'autres facteurs.

R : Ben non, pas spécialement, à part la facilité pour moi

I : Et vous n'y voyez aucun inconvénient ou autre avantage que la facilité.

R : Pas spécialement, non.

I : Ok, donc quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats.

R : L'endroit ou sur Internet ?

I : Que ce soit sur Internet ou même en général, si c'est par exemple, on va dire en physique. Dans un magasin ou autre part, il y a peut-être d'autres façons dont vous faites vos achats.

R : Bah je pense que c'est. D'abord, les pubs que je vois et puis au final, ça devient des habitudes, genre si un magasin qui me plaît ou un site internet sur lequel j'achète et avec lequel je ne suis pas déçue ou que je trouve toujours des trucs qui me plaisent, bah ça devient des habitudes et au final la pub intervient même plus. Je continue d'aller dans ce truc-là.

I : Et pour quelles raisons le site vous plaît ? Ou vous déplaît également. Y a des sites qui vous déplaisent. Pour quelles raisons certains sites vous plaisent ou vous déplaisent.

R : Bah déjà quand l'application elle est faite de manière à ce que tout soit très visuel et tout, je trouve ça hyper bien parce que justement ça donne envie d'acheter. Et au contraire, quand le site est un peu je ne sais pas compliquer ou qu'il faut vraiment faire des recherches et tout bah là

I : Qu'est-ce que vous entendez par visuel.

R : Ben. Par exemple, quand tu vas sur un site, Ben genre Vinted par exemple. T'as directement tous les articles qui sont. Directement à la vue de la personne qui achète et du coup Bah tu continues de scroller et c'est comme ça que tu choisis les trucs qui te plaisent. Alors que si on

va sur un site où il faut vraiment rechercher et tout ça, je pense qu'on est moins susceptible de commander spontanément parce qu'il faut vraiment avoir déjà en tête le truc qu'on cherche.

I : Et dans les achats en magasin. Quels sont les facteurs qui influencent vos achats ?

R : Les facteurs qui influencent mes achats, bah je ne sais pas. Quand ça me plaît quoi, tout simplement.

I : Il y a bien une raison pour laquelle vous préférez certains magasins à d'autres magasins.

R : Les prix, les différences de prix s'il y a des trucs plus avantageux,

I : Alors ces facteurs, par exemple, le prix n'influence pas dans les achats en ligne ?

R : Bah si sûrement, mais là on parle de manière générale, que ce soit en magasin ou en ligne.

I : Si c'est possible, il faudrait faire une distinction quand vous parlez, alors.

R : ok

I : Il n'y a peut-être pas les mêmes facteurs qui influencent. Par exemple, vous parliez de site visuel, ça on ne peut pas dire que dans le magasin on a un site visuel.

R : Le prix c'est dans les 2

I : D'accord

R : Le truc visuel oui, c'est que pour les réseaux sociaux. Enfin les...

I : Vous faites aussi vos achats aussi sur les réseaux sociaux ?

R : Non pas sur les réseaux sociaux.

I : Pour quelles raisons ?

R : Ça ne m'est jamais arrivé parce que je ne sais pas.

I : Vous ne savez pas pourquoi vous ne faites pas sur les réseaux sociaux ?

R : Ben ce n'est pas que je ne sais pas, c'est juste que ça m'arrivera peut-être un jour, mais là ce n'est jamais arrivé.

I : Et pour quelles raisons, ça ne vous attire pas ?

R : Je n'ai jamais regardé, je n'ai jamais fait de recherche dessus non plus.

I : Donc on revient aux facteurs qui influencent vos achats en ligne et/ou en magasin. Alors en faisant la distinction si possible.

R : À part les prix... à part ça, il n'y a rien grand-chose d'autre.

I : Alors, que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Bah de nouvelles, genre pour améliorer ou pour augmenter la quantité de possibilité ?

I : On va dire les 2.

R : Bah moi j'utilise beaucoup, enfin pas beaucoup mais de temps en temps j'utilise les achats en ligne donc je trouve ça chouette parce que bah comme je l'ai dit je trouve que c'est une facilité

en soi. Mais après je me dis aussi que ça peut vite partir en excès, parce que si, même moi qui estime que je le fais que de temps en temps je peux déjà dire que parfois je fais des achats spontanés alors que je n'aurais peut-être pas acheté ça si jamais ça n'avait pas été accessible sur Internet. Ben je me dis que ça peut aussi vite partir dans des excès pour certaines personnes et pousser justement aux achats trop compulsifs quoi.

I : Donc c'est plus un inconvénient, vous n'y voyez pas d'avantage ?

R : Bah si, ça me permet une facilité. Ça me plaît, mais je trouve aussi que c'est un inconvénient dans le sens où oui ça amène à un débordement.

I : On parle de nouvelles technologies comme je ne sais pas si vous connaissez la réalité augmentée.

R : Non.

I : Donc, c'est par exemple, vous avez votre GSM et vous regardez. Et vous pouvez faire par exemple Ikea. Et vous pouvez grâce à votre GSM, voir un nouveau meuble dans votre maison grâce à votre caméra. Qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Je trouve que justement c'est enfin si on parle de ce truc en particulier, je trouve que c'est chouette parce que justement ça permet de se projeter. Et justement, éviter d'acheter, d'être déçu par la suite où.

I : Et puis, si on compare ça aux expériences dans un magasin physique.

R : Ben dans le magasin tu ne sais pas mettre ton meuble dans ton salon ?

I : Donc ça permet de mieux visualiser encore que dans un magasin ?

R : Oui je pense.

I : Ok A quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Vous pouvez répéter la question ?

I : A quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ? Vous pouvez me donner plusieurs exemples et dites-moi ce que vous en pensez.

R : Genre une marque de vêtements.

I : N'importe, il y a plein de marques en ligne.

R : Je n'en sais rien, Nike par exemple. Et ce que j'en pense. C'est une marque que j'aime bien mais ce n'est pas forcément une marque en ligne en soi, il y en a aussi...

I : Mais ce n'est pas grave, ça peut être les 2.

R : C'est une marque que j'aime bien, je ne sais pas trop ce que je dois dire de plus.

I : Pourquoi vous l'aimez bien ?

R : Parce que j'aime bien les produits qu'ils proposent et c'est une marque qui est quand même reconnue, on va dire et qui me plaît manière générale.

I : Vous avez d'autres exemples où ?

R : Je dois en donner plusieurs ? C'est important ?

I : Si vous voulez.

R : Non ça va alors.

I : Alors connaissez-vous des actions de marques en ligne ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : Qu'est-ce qu'on entend par action de marque en ligne ?

I : Promotion, par exemple.

R : Genre le black Friday

I : Par exemple, ou des aides avec des nouvelles technologies par exemple, qui pourraient mettre à disposition. Vous n'avez pas d'idée ?

R : Non, pas du tout. Donc maintenant je vais vous montrer une petite vidéo, donc soyez attentive. Je vous laisse la regarder.

////VIDEO 1 ACHAT EN LIGNE du site Hyundai / ///

I : Vous avez bien vu la vidéo

R : oui

I : Donc pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Je viens de voir une vidéo où on voit quelqu'un qui visite le site de Hyundai ou on peut acheter une voiture, je ne savais même pas que vous pouvez acheter une voiture en ligne.

I : Vous pouvez m'en dire plus ?

R : Ben on voit qu'il y a la première page où il y a toutes les informations. Il y a la possibilité de choisir le modèle quand on clique sur un modèle, on voit qu'ils décrivent bien toutes, toutes les... Je ne sais plus comment on dit, mais toutes les options qu'il y a sur la voiture, toutes les trucs techniques et toutes les informations qu'on a normalement par le garagiste. Ensuite il y a même une petite vidéo où on peut se projeter comme si on était vraiment à l'intérieur du véhicule et tout ça. Et ensuite on peut réserver choisir la couleur. Voir toute la sélection des options qu'on fait normalement au garage. Et ensuite il y a assez de vidéos de pub.

I : Alors qu'avez-vous aimé ou pas aimé dans ce que vous venez de voir ?

R : Ce que j'ai aimé. Par rapport au site en particulier ou...

I : Par rapport au site ou à l'expérience.

R : Ben. Je trouve ça assez perturbant pour une voiture de pouvoir acheter une voiture en ligne et de tout sélectionner parce que pour moi, comme c'est un gros achat, je pense que j'aurais quand même besoin d'avoir une personne en face de moi pour me rassurer je pense.

I : Qu'est-ce que vous entendez par une personne en face de vous ?

R : Ben qui pourrait tout m'expliquer. Tout reprendre, je pourrais avoir le véhicule vraiment en face devant moi, de rentrer à l'intérieur même si on le voit sur la vidéo. Mais je veux dire c'est différent le fait de pouvoir le faire de visu c'est quand même mieux pour un si gros achat pour moi c'est important.

I : Et là même les informations que vous aviez ne sont pas suffisantes ?

R : Ben elles sont peut-être suffisantes dans le sens où le garagiste ne m'en donnera pas plus, mais. Je pense que personnellement ça me rassurerait quand même d'avoir le véhicule en face de moi et d'avoir quelqu'un qui s'y connaît parce que j'aurais l'impression de ne pas avoir assez de connaissances, même si on me donne toutes les infos sur le PC. Bah. Je ne saurais pas vraiment à quoi ça correspond.

I : Donc là c'est aimé et pas aimé, alors vous n'avez pas d'autres ...

R : Ce que j'ai aimé. Ben on voit que le site il est bien fait. Je pense que pour quelqu'un que les trucs que j'ai dit avant ne le dérangent pas pour lui, ça doit être bien parce qu'on voit qu'il peut tout sélectionner, tout choisir, c'est super facile de la prise en main et tout et du coup bah encore une fois c'est une facilité en soit si on n'est pas dérangé par le fait que ce soit sur Internet.

I : Ok, et ce qui vous dérange c'est le prix en fait ?

R : Ben c'est oui, le fait de faire un si gros achat sur Internet c'est ça, je trouve ça perturbant.

I : Si par exemple, c'était un plus petit achat, par exemple un meuble ou alors ...

R : ça ne me dérangerait pas, je le ferai et je trouverais ça chouette de pouvoir justement tout sélectionner et avoir toutes les infos disponibles aussi facilement.

I : Et donc là vous n'aurez pas besoin de quelqu'un qui s'y connaît pour...

R : Si c'était pour un petit achat non

I : Est-ce que c'est représentatif des achats en ligne ?

R : Euh bah ça dépend. En soit, oui, c'est représentatif parce que tu fais la sélection. Enfin on fait la sélection. Il y a toutes les pubs qui viennent, on a, on a le choix et puis on valide et ça prend 5 Min et voilà c'est fait. Donc oui c'est représentatif en soit

I : Alors quel mot évoque pour vous le mot METAVERS ?

R : Aucun mot je n'en sais rien

I : Connaissez-vous le mot METAVERS ?

R : Non pas du tout.

I : Ok, alors je vais vous montrer une petite vidéo. Donc voici la petite vidéo.

////VIDEO 2 : METAVERSMETAVERS Hyundai ///

I : Donc voilà, pouvez-vous me décrire la vidéo que vous venez de visualiser ?

R : Ben c'est une réalité virtuelle où il y a un petit Monsieur qui se balade, qui va dans un magasin et encore, il peut avoir les infos sur la voiture, il se balade ensuite nous dire qui est dans un super grand complexe avec plein de magasins et il s'achète un café pour du faux. Il regarde des tenues et voilà. Et puis il peut faire des petits jeux de conduite pour gagner des pièces et s'acheter encore plus de trucs.

I : Qu'avez-vous aimé ou pas aimé ?

R : Dans la vidéo ou dans le fait d'avoir ça ?

I : Dans la vidéo.

R : Bah je ne sais pas, il y a vraiment un truc à aimer ou à pas aimer.

I : Ah bah alors on va dire pas dans la vidéo mais si c'était pour tout on va dire, genre de l'expérience

R : De l'utilisation de ça

I : ouais.

R : Ben je ne sais pas, j'ai l'impression qu'on va tous devenir fous si on utilisait ça tout le temps, je ne sais pas. Ça fait bizarre d'avoir un monde où on fait des achats qui ne servent à rien, c'est le café qui m'a un peu choquée. Je ne sais pas, après ça reste, enfin pour moi, dans le domaine du jeu quoi.

I : En quoi est-ce pareil et ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ?

R : Bah c'est différent parce que là le café il est virtuel donc il y a 0 café dans la vraie vie alors que moi quand je m'achète un livre sur Internet 2 jours plus tard, j'ai mon livre dans mes mains

I : Et en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne de la première vidéo, vous avez visionnée ?

R : De la première vidéo, Ben dans la première vidéo, si on enfin si on valide l'achat, il y a vraiment des sous qui partent du compte et il y a vraiment une voiture qui va arriver pareil alors que là sur la vidéo bah il y a des sous qui partent mais c'est des sous qui n'existent pas dans la vraie vie et c'est des objets qui n'existent pas non plus dans la vraie vie.

I : Et si par exemple, il était possible d'acheter des tenues que vous avez vu ? La casquette, si vous l'achetiez dans le jeu vidéo comme vous dites et que vous la recevez chez vous.

R : Bah alors pour moi y a plus vraiment de différence mais il faudrait que dans le METAVERS, les objets soient visibles comme en réel, quoi que ce ne soit pas en image.

I : Vous pouvez expliciter ?

R : on voit le bonhomme qui regarde les tenues là, mais s'il l'achète vraiment et que la tenue arrive chez lui, très bien, mais on n'a pas vraiment une idée à quoi elle ressemble vraiment physiquement.

I : Mais si vous aviez le choix, sur quel site de Hyundai vous connecteriez vous et pourquoi ?

R : Entre ça et l'autre ?

I : Ouais, entre les 2 vidéos.

R : Bah le premier

I : Pour quelles raisons ?

R : Ben même si c'est moins peut-être moins interactif que la vidéo, on peut se balader et tout ça. Je trouve qu'encore une fois, le fait que ce soit en images de jeu vidéo. Ça ne représente pas la réalité donc ça me dérange un peu alors que sur le site internet on voit plus. Enfin on voit vraiment des photos de la voiture on voit enfin je ne sais pas. Et puis la prise en main elle n'est pas compliqué non plus.

I : Mais là on voyait...

R : Ça ressemble plus à ce qu'on connaît, à ce à quoi on est habitué.

I : Donc c'est une question d'habitude ?

R : Ouais, je pense.

I : À part une question d'habitude il n'y a pas d'autres raisons ?

R : Bah non, et le fait, mais le fait que dans la 2e vidéo on ne voit pas vraiment les voitures, enfin on les voit mais elles sont pas en photo quoi. Elles sont fausses quoi, pixelisé.

I : Et donc laquelle expérience vous a paru la plus intéressante.

R : la première.

I : Pourquoi ?

R : Bah pour les raisons que je viens d'expliquer. Parce que j'ai l'impression qu'on peut plus se... J'ai plu le mot. Se projeter quand on est sur le premier et qu'on a les vraies photos devant nous et tout ça. Que dans la 2e vidéo. Bah comme je disais, ça me fait penser à un jeu vidéo. Du coup on a l'impression que ce n'est pas réel.

I : Est-ce que c'est important pour des marques telles que Hyundai d'être présentes dans le METAVERS ?

R : C'est important pour eux si c'est la nouvelle façon dont on va fonctionner les achats, alors ce sera important pour eux parce que ça va être la bataille. Tout le monde aux nouvelles technologies, mais en soit-ce n'est pas plus important pour cette marque là que pour une autre marque.

I : La prochaine question, et pour d'autres types de marques ? Peut-être qu'il y a certaines marques, certains types de commerce, qui pour vous, ce n'est peut-être pas intéressant ou que justement ce soit très intéressant pour eux.

R : Bah non pas spécialement. Si c'est pour les voitures à la limite ça peut encore fonctionner, je trouve, les vêtements aussi.

I : Pour quelles raisons ?

R : Ben je ne sais pas. Parce que c'est quelque chose qu'on peut plus mettre. Enfin on peut plus imaginer d'une telle façon comme dans un jeu vidéo. Je vais reprendre mes mots pour me faire comprendre. Mais alors que pour revenir sur le café et tout ça, Ben pour moi commander dans un truc Takeaway ou un truc comme ça ce serait un peu perturbant. Parce que c'est d'autant plus important de voir en physique, pour moi, c'est ça le truc perturbant, c'est le fait de ne pas voir vraiment physiquement en photo ce que j'achète.

I : Imaginons, vous êtes dans le METAVERS et vous voyez en image réelle, la voiture

R : Oui bah alors ça changerait tout. Alors ce serait peut-être plus chouette la 2e.

I : Pour quelles raisons ?

R : C'est plus interactif.

I : Pouvez-vous aller plus loin dans vos propos ? Pourquoi c'est plus interactif ?

R : Parce qu'on on se balade quoi. Enfin je ne sais pas,

I : On peut aussi se balader dans un magasin en physique

R : Oui mais là on parle d'en ligne. La comparaison entre le 1 et le 2.

I : oui, oui

R : Parce que sinon c'est mieux en vrai.

I : Pour quelles raisons ?

R : Bah je ne sais pas le contact humain.

I : Mais vous n'avez pas vu, il parlait à des petits bonhommes.

R : oui mais ce n'est pas des vrais humains

I : Il se peut que derrière ces petits bonhommes existent des vrais humains.

R : Oui, d'accord, mais dans ce monde-là alors on reste tous derrière notre écran pour toujours, on ne voit plus personne.

I : Ça je ne sais pas, mais repartons sur l'interactivité. Juste parce qu'on se balade. Je ne comprends pas très bien.

R : Je ne sais pas, c'est plus représentatif du fait de flâner dans les magasins sur les trucs comme ça là, le petit bonhomme se balade, il fait une boutique, il va voir chez Hyundai, puis après il va voir les vêtements, il fait des trucs, c'est un peu plus ludique on va dire.

I : Donc c'est juste pour l'aspect ludique que vous auriez préféré alors faire vos achats dans le METAVERS plutôt qu'en ligne.

R : Bah ouais, parce qu'alors, enfin pour moi c'est la seule différence. Si on voit comme sur des images et que on peut parler aux petits bonhommes, ok c'est sympa aussi.

I : Que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?

R : Je ne sais pas quelles entreprises sont présentes dans le METAVERS.

I : Mais qu'est-ce que vous en pensez, même si vous ne savez pas quelles sont les entreprises. Qu'est-ce que vous en pensez de ces entreprises qui sont présentes ? Est-ce que c'est bien, Est-ce que c'est moins bien. Est-ce que ça vous donne une mauvaise image ou ça vous donne une bonne image.

R : Bah. Je ne veux pas dire que ça me donne une mauvaise image vraiment, mais c'est un peu comme je disais, c'est un peu la course à la technologie du coup. Qui sera le meilleur ? Et je pense que les achats en ligne se déroulent très bien comme maintenant. Enfin comme moi, je l'ai fait sur le petit site internet comme sur la première vidéo. Et du coup Ben oui c'est la course a toujours eu mieux, toujours plus et.

I : Vous avez dit par exemple que si on voyait les images comme réelles, vous préférez la 2e technologie ?

R : Oui, j'ai dit ça. Et alors ?

I : Et là vous dites que c'est la course. J'ai l'impression que vous dites ça dans un aspect un peu négatif. C'est une question ?

R : Oui, parce que moi si je devais faire mes achats sur l'un ou l'autre, alors je choisis le 2e pour l'aspect un peu plus récréatif du truc. Mais en même temps, enfin je veux dire. Je ne vois pas non plus l'intérêt de toujours vouloir améliorer les choses, vu qu'on peut déjà acheter sur Internet et que les gens le font déjà abondamment.

I : Ok, et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Bah je n'y connais rien.

I : Et si maintenant on parlait de l'aspect social entre les 2 vidéos que vous avez vues. Vous avez parlé qu'à un moment dans le site en ligne, vous serez plus rassurée s'il y avait une personne pour vous aider. Alors par exemple, grâce au METAVERS, est-ce que vous serez rassurée? Est-ce que vous trouvez qu'il a plus d'aspect social? Est-ce qu'il y a plus de contacts sociaux ? Est-ce que c'est plus intéressant ? Qu'en pensez-vous en fait de l'aspect social entre les... Si c'est les mêmes entre les 2 façons de faire vos achats, entre le "en ligne" et dans le METAVERS ?

R : Si dans la 2e vidéo, les petits bonhommes, il y a vraiment une personne derrière qui communique et tout ça comme on va dire par messagerie ou je ne sais pas. C'est plus rassurant que pour la première parce que je me dirais que y a, il y a vraiment un être humain à qui je peux vraiment poser mes questions et faire part de mes inquiétudes et tout ça, et qui pourrait me rassurer par rapport à mon achat. Mais pour moi ça reste toujours moins que l'achat face à face.

I : OK, et pour quelles raisons ?

R : Ouais, je pense tout simplement parce que pour moi les communications sociales sont toujours plus saines et plus... Pas plus naturelles mais plus rassurantes en face à face. Je veux dire on est des êtres sociaux.

I : Et si maintenant je vous disais qu'il y a des petits bonhommes, ça peut être une IA. Est-ce que votre avis change ou pas ?

R : Oui alors mon avis change. Je serais moins rassuré par une IA.

I : Et si vous ne savez pas si c'est une IA ou une vraie personne. Qu'est-ce que vous en pensez ?

R : J'aurais besoin de savoir je pense

I : Mais si on ne le vous dit pas ?

R : Bah je ne serai pas rassurée. Je ne pense pas que... Je ne sais pas... Je pense qu'on s'en rendrait compte quand même. Parce que si, si, on peut poser toutes nos questions et tout ça. Les réponses d'une IA seront différentes des réponses d'un être humain pour moi.

I : Et maintenant, si nous parlons un peu de l'immersion. Qu'est-ce que vous en pensez de l'immersion de la première vidéo et l'immersion de la 2e vidéo ? Qu'est-ce qui vous a plu ou déçu ? Lequel était plus intéressant ? Plus immersif ? Pour quelles raisons ?

R : Plus immersif ? Bah la 2 parce que on...

I : Plus immersif dans le sens ou ... Ou on est plongé dedans on va dire.

R : Ouais, je pense que ce serait la 2e quand même parce que y a. Il y a plein de détails et je pense qu'on serait happé par toutes les informations qui ont justement le fait de pouvoir discuter avec les petites personnes. Et puis dans la 2e vidéo, il y a plein de, je veux dire, il y a plein de voitures, on se balade et tout ça. Donc je pense que si on utilise ça, on serait plus plongé dans nos achats et on serait plus justement. Un peu plus à flâner comme on fait dans la vraie vie que sur le premier site. Ben oui, on peut acheter la voiture, mais enfin c'est juste cliquer, cliquer, cliquer et voilà quoi.

I : Donc les achats seraient différents pour vous ? La façon de faire les achats serait différente, on va dire, ce ne serait pas le même but ?

R : C'est vrai que ce ne serait pas le même but mais ...

I : Le but serait le même mais je veux dire ce ne serait pas les mêmes raisons qui vous poussent à faire vos achats sur l'un ou sur l'autre ?

R : Non je pense que sur la première vidéo, en tout cas avec le genre de site comme ça. Je pense qu'il faut vraiment avoir l'objectif d'acheter. On sait déjà un peu en tête ce qu'on veut acheter et donc on se rend sur ce genre de site pour faire notre achat alors que je pense qu'avec la 2e vidéo ça peut plus amener à on se balade et Oh tiens, je vois ça, j'ai trop envie de m'acheter une nouvelle voiture justement, donc je vais aller me balader là et je vais faire. Bon voilà, ça amène à l'achat justement. Un peu plus spontané que l'autre.

I : Et qu'est-ce que vous en pensez de ça ?

R : Bah c'est à la fois chouette quand on est dans l'optique de flâner et de profiter un peu et qu'on a envie de dépenser des sous, mais en même temps, comme je disais au début du truc, ça peut vite amener à des débordements pour moi.

I : Donc maintenant on va clôturer et résumer ces entretiens. Vous pensez donc que vous avez besoin d'un peu de visualiser, on va dire, vos achats ? Surtout si c'est en fonction du prix, vous avez besoin d'avoir le vrai objet, on va dire, produit devant vous si c'est des plus petits achats moins conséquents en argent on va dire des images, photos, vous correspondent. Vous considérez également que le METAVERS serait plus ludique, immersif et interactif, on va dire

pour certaines raisons telles que parler à des petits bonhommes, flâner ou voir un peu plein de produits différents tandis que les sites en ligne le sont un peu moins. Donc, dites-moi si cela est bien correct.

R : Oui c'est bien correct.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions sur certains points que vous avez omis ou que vous avez pensé actuellement ?

R : Non je ne pense pas.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non

I : Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?

R : Non.

I : Alors, pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Profession, âge etc ?

R : J'ai 26 ans. J'ai fait des études de psychologie, mais je suis éducatrice. Et je dois donner quoi comme truc ?

I : Un peu ce que vous voulez. Activité extérieure, mais vous en avez déjà parlé pour le début donc je pense elles me suffiront. Donc merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera toujours très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée et merci.

3.3. Interview 3 (Kelly, 29 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 3 : Oui

I : Etes-vous d'accord également que je vous enregistre ?

R : Oui aussi.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien, avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non, je pense que tout est clair.

I : Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Très bien.

I : Comment se passe une de vos journées type ?

R : Ça dépend. Il y a des journées où je vais au boulot et puis après je rentre chez moi tranquille. Et puis je fais à manger, je me lave, puis je vais dormir. Et quand c'est une journée sans boulot. Je ne fais pas grand-chose.

I : C'est à dire pas grand-chose ? Qu'est-ce que vous faites ?

R : Je ne sais pas. Je me lève, je mange puis après je joue un petit peu à la console et ensuite je regarde la télé, puis je remange et puis après voilà je ne fais pas grand-chose.

I : Alors vous jouez à des jeux vidéo, quels types de jeux vidéo ?

R : Souvent des jeux de guerre, je pense que l'on peut qualifier ça comme ça.

I : Vous avez des exemples ?

R : Je joue à Fortnite. À Rainbow 6 Siege, Overwatch aussi.

I : Vous y jouez souvent ?

R : Moins depuis que je travaille, mais sinon généralement oui, assez.

I : Donc vous arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : oui

I : Pourquoi ? Pour quelles raisons ?

R : Pour regarder ce qu'il se passe sur les réseaux, pour garder un lien avec les personnes dont j'ai des contacts qui habitent dans d'autres pays. Regarder un peu ce qui se passe quoi.

I : Vous avez dit que ça vous arrive de vous connecter sur les réseaux sociaux ? Pour quelles raisons ?

R : Bah. Pour regarder sur Internet quoi, Snap, allez sur Instagram

I : Oui, mais pour quelles raisons vous allez sur ces applications ?

R : Parce que j'aime bien que c'est attractif. Puis y a des choses qui sont intéressantes.

I : Qu'est-ce que vous y faites ?

R : Je regarde un peu ce que mes amis mettent comme publications ou story. Je regarde aussi beaucoup les publications d'influenceurs. Parce qu'il y a des ... C'est assez vaste. Je regarde des personnes qui font du maquillage, des personnes qui font des trucs rigolos.

I : Arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : oui

I : Pourquoi ?

R : Ben parce que je n'aime pas trop sortir et donc du coup je trouve que c'est intéressant de toutes les plateformes qui sont disponibles pour acheter en ligne justement.

I : Alors considérez-vous comme une personne connectée ?

R : Oui quand même, allez. Un petit peu plus des jours. Enfin, il y a des jours plus et des jours moins.

I : Alors, pouvez-vous me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ? Qu'avez-vous aimé ? Pas aimé ?

R : La dernière expérience, bah, j'ai acheté des chaussures.

I : Comment ça s'est déroulé ? Qu'est-ce que vous avez aimé lorsque vous avez fait cet achat en ligne ou pas aimé justement ?

R : Bah ce que j'ai bien aimé, c'est que j'ai trouvé une paire de ... Enfin trouvé une paire qui me plaisait vraiment bien que je ne pouvais pas forcément trouver en magasin. Alors qu'en magasin j'aurais peut-être mis plus de temps avant de la trouver. Mais là sur Internet, bah c'était plus simple parce que du coup je pouvais vraiment cibler ce que j'aimais bien comme modèle.

I : Vous avez d'autres choses que vous avez aimées ou pas aimées durant cette expérience ?

R : Non, pas forcément.

I : Alors, allez-vous souvent sur Internet pour réaliser vos achats ?

R : oui

I : Pour quelles raisons ?

R : Pour la même raison que tout à l'heure. Comme ça, ça me permet de bien cibler ce que j'aime et au moins d'être sûr de trouver et de pas sortir voilà.

I : Mais comment vous pouvez cibler ce que vous aimez ?

R : Ben on peut mettre des hashtags ou alors si par exemple ...

I : Ça veut dire ?

R : Ben je ne sais pas, par exemple dans les recherches, dans les applications, on peut cibler la couleur, on peut cibler le modèle. Si par exemple y a quelqu'un qui porte le vêtement que l'on aime bien, on peut le prendre en capture d'écran. Enfin, si en tout cas c'est sur Internet, on peut le prendre en capture d'écran et puis après on peut le mettre dans un truc de photo et lui il cible le site qui le vend et on peut plus ou moins l'acheter là-bas.

I : OK, donc la raison c'est pour vraiment cibler vos achats, pour la diversité des produits

R : Mais surtout parce que ce que j'aime bien généralement je ne le trouve pas dans les magasins. Donc du coup au moins je suis sûre que là il y a des choses qui me plaisent parce que sur Internet je trouve ça assez varié. Il y a plusieurs choix de vêtements quoi.

I : Quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : Mes envies, je pense.

I : C'est-à-dire ?

R : Je ne sais pas. Ce dont j'ai envie sur le moment, le modèle que j'ai envie, je ne sais pas.

I : Mais pourquoi vous faites vos achats en ligne ?

R : C'est plus simple.

I : Comment ça c'est plus simple ?

R : bah je ne sais pas, c'est plus simple.

I : Il y a bien une raison pour laquelle c'est simple.

R : Oui, comme j'ai dit tout à l'heure, au moins là, il y a plus de facilité parce que dans les magasins c'est plus restreint le choix.

I : Quels sont les facilités ?

R : bah dans les choix d'articles, puis au moins je ne dois pas passer 4 h à trouver dans un rayon, je ne dois pas non plus essayer et si ça ne me va pas retourner le truc même si en soit je dois faire la même chose avec le colis reçu. Mais dans les magasins, c'est plus compliqué, je n'aime pas tout le monde a essayé. Voilà.

I : Justement vous parlez de retourner un colis. C'est plus compliqué ? C'est la même chose ou c'est plus simple de retourner un colis ou un produit que vous achetez en ligne ou en magasin ? Quelles sont les différences ?

R : Je trouve que c'est plus simple de retourner un vêtement quand c'est en magasin parce qu'en colis bah il faut attendre. Il faut être sûr qu'on a bien remballé le colis, on a bien collé la bonne étiquette, etc. Et il faut être sûr aussi que si jamais on fait un retour d'articles, il faut être sûr que le colis ne se perde pas en cours de route pour qu'on puisse être remboursé par exemple. Alors que si je veux acheter un truc en magasin, je peux avoir mon article, j'ai mon ticket de caisse, je l'amène, je suis remboursé ou alors je peux échanger et c'est plus simple dans ce cas-là. Mais il y a des facilités d'autres et pas dans les deux quoi.

I : Explicitiez-moi ces facilités, développez.

R : Bah c'est ce que je dis, c'est retourner un article, c'est plus facile en magasin quand...

I : Oui mais à part ça il n'y a pas d'autres facilités ?

R : Ça dépend des personnes je pense parce que bah voilà.

I : Mais pour vous ?

R : Pour moi je pense que le plus facile c'est sur internet.

I : Oui mais pour quelles raisons ?

R : bah parce que au moins je n'ai pas trop de contacts avec les autres. Je peux être sûr que j'aime bien ce que je trouve. Je peux être sûr de trouver aussi parce que ben ce n'est pas forcément facile. Et les tendances ne sont pas toujours celles qui me plaisent donc ce n'est pas...

I : D'accord. Alors quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ?

R : En ligne ou en magasin normal ?

I : Les 2.

R : Bah en ligne, je pense que ça dépend vraiment de l'article que j'ai envie. Parce que des fois y a des pubs qui passent sur les réseaux et donc du coup bah si l'article me donne envie Bah pourquoi pas et là je vais sur le réseau. Mais si c'est en magasin réel, je pense que c'est plutôt au moins cher.

I : Donc on va dire le prix pour les magasins réels et la disponibilité de l'article pour les magasins en ligne.

R : Oui et après là aussi je choisis au moins cher, je ne veux pas non plus aller chercher un vêtement que je peux avoir, je ne sais pas, que je peux trouver à 15€ alors que la pub qui me passe sous le nez est à 60.

I : Y a-t-il d'autres critères que vous prenez en compte.

R : Non je ne pense pas.

I : Ok. Alors, que pensez-vous de mobiliser des nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : C'est à dire ?

I : Par exemple la réalité augmentée donc, par exemple. Ikea utilise, vous pouvez utiliser votre GSM pour voir dans votre appartement le mobilier que vous aimeriez bien acheter. Donc vous êtes dans votre pièce et grâce à votre GSM, vous pouvez voir le meuble que vous désirez acheter dans votre pièce sur votre GSM. Mais dans l'environnement réel qui est votre pièce actuelle, quoi ? C'est un exemple ? Exemple, la réalité virtuelle également, ou encore d'autres technologies.

R : Je pense que ça peut être bien parce que ça peut donner une idée pour voir si ça va bien, aller avec le reste de la déco, etc. Mais je ne suis pas forcément d'accord avec ça parce que on n'a pas toujours. Ce n'est pas vraiment la réalité dans le sens où. Il n'y a pas. Enfin s'il y a toutes les mesures, etc peut être, ensuite s'il faut une bonne luminosité, que ça fonctionne bien, etc. Mais ça voilà, il faut que ça concorde avec l'environnement.

I : À quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ? Donnez-moi quelques exemples et dites-moi ce que vous en pensez

R : Des marques en ligne ?

I : Si elles ne sont pas uniquement en ligne, ce n'est pas grave non plus.

R : Bah je ne sais pas. Les marques basiques comme Nike, Adidas.

I : Ouais mais qu'est-ce que vous en pensez de par exemple de Nike ?

R : Bah je n'ai pas forcément d'avis, je ne m'habille pas là-bas.

I : Ok, donc il faudrait des marques qui ...

R : Moi je ne m'habille pas avec des marques donc je sais pas.

I : Ok, donc vous n'avez pas d'avis sur cette question ?

R : Non voilà.

I : Ok, connaissez-vous des actions de marque en ligne ou avez-vous des idées d'actions de marques en ligne ?

R : Non. Je n'ai pas d'idée et je ne m'intéresse pas vraiment donc je ne sais pas trop.

I : Ok, donc maintenant je vais vous montrer une petite vidéo. Regardez la bien.

////VIDEO 1 ACHAT EN LIGNE du site Hyundai ///

I : Voilà. Alors pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : C'est un site de vente de voitures où il y a potentiellement une simulation par rapport à toutes les couleurs extérieures et l'intérieur. Il y avait plusieurs modèles de voitures, plusieurs modèles de couleurs. Et aussi on pouvait la commander je pense. Je pense que c'était ça puisqu'on devait mettre toutes les coordonnées de la personne donc voilà.

I : Vous n'avez rien vu d'autres ?

R : Pas qui m'a frappé.

I : Est-ce que c'est représentatif des expériences d'achat en ligne ?

R : Bah c'est un peu plus poussé je pense parce que les achats en ligne, on ne peut pas... par exemple si c'est un truc de vêtements on ne peut pas le mettre sur soi-même pour voir si ça fonctionne bien mais on peut voir les photos sous plusieurs angles, comme la simulation de l'intérieur de la voiture par exemple, qui avait ici sur le site.

I : Donc, est-ce que c'est représentatif?

R : Ça dépend. J'imagine que ça dépend. Mais les magasins de vêtements et les trucs de vêtements, ça ne peut pas être totalement la même chose. On peut choisir la couleur du vêtement, etc. Mais là on ne pouvait pas voir comment c'était fait correctement à l'intérieur où.

I : Mais on ne va pas regarder à l'intérieur d'un vêtement.

R : Bah oui bien sûr. Mais on ne peut pas l'avoir simulé sur nous. Alors qu'une voiture et un vêtement ce n'est pas la même chose.

I : Alors quel mot évoque pour vous le mot METAVERS ? Connaissez-vous le mot METAVERS ?

R : Non

I : ok, donc je vais vous montrer une petite vidéo. Regardez-la attentivement également.

///VIDEO 2 : METAVERSMETAVERS Hyundai ///

I : Alors pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : On aurait dit des petits lego, un petit jeu en fait où effectivement le petit personnage pouvait voir l'intérieur de la voiture. Ensuite, il a choisi de boire un café. Et après, Il a testé la voiture, j' imagine.

I : Il n'y a rien d'autre que vous avez vu.

R : Pas qui m'a frappé au final.

I : Même si c'est des détails.

R : il y avait des autres personnages, il y avait un circuit, on pouvait choisir des vêtements aussi, des marchandises : casquette, tee-shirt.

I : Qu'avez-vous aimé ou pas aimé ?

R : Bah je trouvais ça bien.

I : Pour quelles raisons ?

R : Je ne sais pas, ça avait l'air intéressant et donc du coup...

I : Comment ça intéressant ?

R : On va dire que ça donne envie d'en savoir plus sur ce que c'est et savoir si c'est juste une pub, savoir si c'est un jeu ...

I : En fait c'est le METAVERS en fait. C'est un genre de METAVERS de Hyundai en fait. Et donc à part le fait que ce soit intéressant, qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Bah j'ai trouvé ça bien fait.

I : Comment ça bien fait ?

R : C'est bien fait quoi, l'animation etc elle est bien faites.

I : Pour quelles raisons ?

R : C'est attractif quoi interactif.

I : Attractif ou interactif et ou interactif.

R : Ha peut-être les deux. Non, je pense plus que c'est intéressant quoi. Ça a l'air. On se pose des questions, ça donne envie d'en savoir plus, de savoir pourquoi pas le faire.

I : Comment ça le faire ?

R : bah si c'est quoi si c'est un jeu ? Ben OK ça donne envie d'y jouer. Si c'est juste un petit test genre, je ne sais pas un truc VR ça te donne envie d'y participer.

I : ok. En quoi est-ce pareil ou-et différent des achats en ligne que vous avez effectués ?

R : Bah il n'y a pas ce petit truc tout fun à côté quoi.

I : Explicitez s'il vous plaît.

R : Ben dans le sens où, quand on a fait des achats sur Internet, après ça dépend lesquels j'imagine. Mais en tout cas, les miens à moi, il n'y a pas cette petite interaction avec le client dans le sens où il y a l'article, il y a l'option choisir couleur, taille, etc. Il y a aussi la partie à article similaire, mais voilà, après on paye et puis ça s'arrête là quoi.

I : Ok, ici vous avez dit qu'il y avait des petits bonhommes, c'est ça ?

R : ouais là il y a le petit bonhomme. Y a le ...

I : Et qu'est-ce que vous en pensez de ça ?

R : Ben moi je trouve ça, je trouve ça bien, ça donne envie d'aller vers la société qui vend ses voitures par exemple.

I : Pour quelles raisons.

R : Parce que c'est plus tourné vers le client, ça donne plus envie, c'est un peu plus. En mode ben voilà, on a fait un truc bien, on a une petite pub cool mais.

I : Mais ce n'est pas juste une pub en fait, vous pouvez acheter des produits. Comme vous avez vu, il a acheté par exemple un café virtuel, on va dire. Mais imaginons que vous pouvez acheter par exemple des habits. Imaginons maintenant, vous pouvez également acheter ces habits par exemple et-ou la voiture dans la réalité par exemple. Et que vous achetez par le biais de cette technologie un produit, mais pour dans le monde physique.

R : Donc on passe par ce petit, cette petite plateforme là, ensuite ça se passe comment ? On va au magasin et on a tous ces trucs ?

I : On le reçoit chez soi ou il faut aller sur le dans le magasin, ça dépendra. Mais je veux dire, l'achat se fait via cette plateforme on va dire.

R : Bah c'est bien parce que du coup ça donne plus envie pour le client je trouve.

I : Mais pour quelles raisons, ça vous donne plus envie ?

R : Ah parce que c'est sous forme de petit jeu, c'est sous forme de, on voit plein de trucs, des trucs qu'on ne voit pas dans la réalité. Et puis c'est bien fait ça.

I : Comme ?

R : Bah je n'en sais rien. Vu comment c'est assembler, on ne voit pas ça. Enfin la vie en général, elle est normale, il y a des Tchik et des tchaks mais là je ne sais pas si ça donne envie. Il y a plein de petits détails partout, il y a plein de petites couleurs.

I : Et vous avez dit que les petits bonhommes vous trouvent ça comment ?

R : ça me fait penser à des legos.

I : Oui mais vous aimiez bien le fait qu'il y ai d'autres personnes ?

R : Oui, parce que du coup au moins, si on a besoin parce qu'il y avait des personnes où il fallait demander des infos, au moins c'est bien, on peut en savoir un petit peu plus aussi, donc ça c'est cool.

I : D'accord mais quelle est la différence pour vous entre ces petits bonhommes et un personnage réel ? Parce que vous avez dit que vous, ces petits bonhommes, vous les trouvez intéressants, mais vous avez dit qu'auparavant, dans un magasin réel, vous n'aimiez pas justement le contact.

R : Bah déjà ça là, ça limite le contact avec la personne vu qu'il y a un personnage virtuel qui est là. Maintenant, ce que je ne trouve pas vraiment dans le sens complet. C'est qu'avec un vendeur réel on peut, si on a plus d'informations à demander, on peut plus les cibler. On peut demander, reposer des questions, retourner le voir si jamais ou avoir une vraie conversation avec l'interaction avec de la personne. Alors que dans la plateforme que je viens de voir là. Ben j'ai l'impression que c'est limité parce qu'il y a plusieurs infos. Enfin le dialogue est limité dans le sens où le petit bonhomme, il sait ce qu'il doit dire et puis après.

I : Et si maintenant je vous disais que derrière le petit bonhomme qu'on va appeler avatar. Derrière ces avatars, il y avait une vraie personne également.

R : Alors dans ces cas-là, ça change tout. On peut plus partir dans tout ce qu'on veut comme discussion, poser plus de questions et on n'est pas limité au niveau du dialogue.

I : Et donc qu'est-ce que vous en pensez.

R : Si y a vraiment une personne derrière c'est bien.

I : Pour quelle raison ?

R : Bah déjà pour les personnes un peu comme moi qui angoissent à l'idée d'avoir un contact social ou les personnes qui n'ont pas le temps de sortir de chez elles ou de faire des achats à cause du fait qu'elles travaillent toute la journée. Et puis après Ben voilà, il faut faire un achat comme ça. Bah c'est plus simple aussi si elles n'ont pas le temps d'aller sur place, c'est plus simple.

I : Pour quelles raisons c'est plus simple ?

R : Ben. Je ne sais pas. Si, si, l'application en elle-même est bien complète, c'est plus simple quand on n'a pas le temps, quand on n'a pas envie.

I : Mais qu'est ce qui est similaire ou différents justement des achats en ligne, de la première vidéo que vous avez visionné.

R : Avec celle-ci ?

I : Oui.

R : Ce qui est différent, c'est l'interaction. Avec les personnes, les avatars comme avec.

I : Et ça, vous avez bien aimé ?

R : Oui mais bon, en soit les 2 vidéos elles m'ont plu, c'était bien, c'était intéressant pour le client.

I : Non mais je veux dire les avatars.

R : oui oui, bien sûr.

I : Mais pour quelles raisons ?

R : Parce que au moins les avatars étaient là et il y avait plus d'informations si on en avait besoin.

I : D'accord, et est-ce qu'il y avait d'autres choses similaires ou différentes des achats en ligne ? De la première vidéo, ce qui est similaire, ce qui différent.

R : De la première vidéo alors ?

I : Oui, entre les 2 vidéo.

R : Ben ce que je disais, c'est la différence entre les 2, c'est que j'ai l'impression que la 2e vidéo est plus complète que la première parce que là...

I : C'est à dire plus complète ?

R : Parce que là y a les informations qui ne peuvent être données dans la première. Ce qui est similaire c'est qu'on peut voir l'intérieur de la voiture, c'est cibler sur le même sujet. Ce qui est aussi différent, c'est que là on peut essayer la voiture est gagner des trucs en plus. Enfin, j'ai vu qu'à la fin le petit bonhomme, il pouvait gagner des pièces.

I : Et ça qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Bah ça je trouve ça bien parce que du coup c'est une espèce de petit jeu dans la vidéo et donc du coup....

I : Et donc du coup ?

R : Bah du coup c'est cool quoi.

I : Pour quelles raisons c'est chouette ? Parce que c'est marrant on va dire ?

R : Ouais Bah oui, c'est drôle et ensuite bon Ben voilà on... Je ne sais pas, c'est un petit, un petit, un bon moment à passer lors du passage dans la vidéo.

I : D'autre similarités ou différences que vous avez remarquées ?

R : Non, je pense j'ai fait le tour.

I : Ok, et si vous avez le choix sur quel site Hyundai vous connecteriez-vous et pourquoi ?

R : J'irais sur le deuxième.

I : Pour quelles raisons ?

R : Il était plus attractif.

I : Et qu'est ce qui a fait qu'il était plus attractif ?

R : Celui-là donné plus envie, dans le sens où ...

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que lui donnait plus envie dans le sens où il y avait les avatars, il y avait le petit jeu à la fin, on pouvait se prendre un petit café, c'est un peu comme les petits, je ne sais pas comment ça s'appelle ce genre de jeu mais... Voilà, je trouvais ça cool, c'est plus intéressant, on est plus... Que le premier site, il est plus conventionnel, dans une petite boîte, OK, on fait un... On choisit son modèle de voiture, sa couleur, l'intérieur, puis on paye. Là, ça avait plus...

I : Et en parlant des avatars, vous l'avez peut-être déjà mentionné, mais vous qui êtes une personne, on va dire qui n'aime pas trop le contact social. Est-ce que le contact par le biais d'un avatar vous dérange il ?

R : Non.

I : Pour quelles raisons ?

R : Bah c'est plus simple.

I : Pour quelles raisons ?

R : C'est plus simple parce que c'est derrière un écran. Donc on n'est pas face à la personne, on n'est pas obligé de réellement parler, juste on clique, ou alors on écrit. Et c'est plus simple.

I : Ok, et vous préférez donc ces contacts ?

R : Oui. Je pense.

I : Alors, est-ce important pour des marques telles que Hyundai d'être présent sur le METAVERS ?

R : Donc faire des trucs comme la 2e vidéo ?

I : Oui.

R : Ben je pense que ça peut leur apporter un plus, oui. Mais ...

I : Pour quelles raisons ?

R : Pour toutes les raisons à peu près que j'ai citées. C'est plus intéressant. Ça donne plus envie, après c'est mon avis bien évidemment, mais moi personnellement ça me donnerait plus envie d'aller vers un site comme ça pour l'achat de ma voiture dans le sens où voilà je n'ai pas... S'ils sont là-dessus mais après c'est bien d'être en réel aussi, il ne faut pas négliger ça. Mais le METAVERS ça a l'air intéressant.

I : Mais comparé par exemple au site en ligne ?

R : Je ne sais pas trop, comment ça ?

I : Pas grave. Et pour d'autres types de marque, est-ce que c'est intéressant d'être présent sur le METAVERS.

R : Je pense que c'est intéressant pour tout le monde. Après chacun choisit. J'imagine qu'il y a des marques qui ont plus des intérêts à y être que d'autres.

I : Vous pouvez un peu plus expliquer votre pensée ?

R : Je pense que des marques telles que les voitures, ça c'est intéressant par exemple, mais par exemple des ventes de vêtements je ne vois pas l'intérêt d'avoir un protocole comme ça.

I : Pour quelles raisons ?

R : Personnellement, je ne trouve pas ça intéressant pour les vêtements.

I : Pourquoi ce ne serait pas intéressant ?

R : Je ne sais pas, c'est le feeling qui me le dit comme ça.

I : Alors, que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?

R : Moi je trouve ça bien, autant pour elles, que pour le client.

I : De manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Je ne connaissais pas donc il faudrait que je m'intéresse un petit peu plus, mais je trouve que le monde en général il évolue donc ça a l'air de bien évoluer. Donc moi je trouve ça bien l'évolution.

I : Ok. Entre les 2 vidéos que vous venez de voir, est ce qu'il y en a une que vous trouvez plus immersive que l'autre ?

R : Non, les 2 étaient bien. Après ça dépend chacun a son avis. Mais les 2 étaient bien. Maintenant effectivement ma préférée c'était la 2e et après c'est mon avis.

I : Donc, pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que le METAVERS c'est une bonne chose. Pour certaines entreprises, en tout cas selon le type de produit.

R : oui

I : Que ça pousserait peut-être plus à la consommation.

R : Ça oui, je pense.

I : Que pour des personnes telle que vous, on va dire, qui êtes un peu anxieuse de contact social, si j'ai bien compris. Il serait intéressant pour ces types de personnes. Et que l'aspect social est assez différent que dans le monde physique. Mais qu'il est différent mais intéressant. Et que ça donne un petit plus comparé aux sites en ligne.

R : Ouais.

R : Ensuite. Ah, vous l'avez trouvé attractif. On va dire ludique grâce aux jeux vidéo.

R : oui

I : Et que donc ça donnait un petit plus dans la façon de voir les choses. Donc, est-ce que vous pouvez me confirmer que tout cela est correct ?

R : Oui cela est correct.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non pas du tout.

I : Ou souhaitez-vous que nous discutons de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non

I : Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?

R : Non, non, tout est complet.

I : Alors maintenant, pourriez-vous partager quelques informations vous concernant, telle que la profession, l'âge, type d'activité que vous avez.

R : J'ai 29 ans et actuellement je travaille en tant qu'assistante maternelle.

I : Vous faites des activités hors de votre travail ?

R : Je joue à la console, et regarde la télé, les séries.

I : Merci d'avoir participé à cet entretien. Notez que votre contribution me sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée.

R : Bonne journée à vous aussi.

I : Au revoir.

3.4. Interview 4 (Romain, 24 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 4 : Je suis d'accord, je donne mon accord pour participer à cette expérience.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non.

I : Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Pour l'instant, elle se passe assez bien. Pas de problème. La routine quoi.

I : Ok, et comment se passe une de vos journée type ?

R : Actuellement une de mes journées types se passe de la manière suivante. Je me lève le matin, je vais travailler à la bibliothèque pendant ma journée sur mon travail de fin d'études. Et en fin de journée, je rentre chez moi.

I : Ok, d'accord. Est-ce que la journée... dont vous avez dit que c'est pour l'instant, mais en général vos autres journées ?

R : En général, mes autres journées de travail, c'était des journées d'école. Donc en tant que tel, je faisais en fonction de l'horaire qui était affiché. Donc je me levais le matin, j'arrivais à l'école faire mes cours. Et donc voilà ça. Sur le temps de 12h00, je vais manger un sandwich, je ne sais pas moi. Puis je rentre chez moi. Et chez moi, je vais squatter sur mon PC ou sur un PC pour lire des articles, pour jouer, pour faire tchik ou tchack ou alors je vais ouvrir un livre et lire pour me détendre un peu.

I : OK, vous jouez à quoi ? Vous jouez à quels types de jeux ?

R : Des jeux, ben ouais, les jeux de société c'est trop occasionnel. Je joue à des jeux de vidéo du genre des jeux de "rôles" sur PC, mais en solo donc c'est moi qui interagis avec l'ordinateur, entre guillemets, l'ordinateur à un scénario préparé. Et donc il me propose des situations, il me donne des situations, c'est à moi de réagir en fonction de ce qu'il me donne et de réagir comme je le sens selon les limites qu'il a imposées, qui sont imposées par....

I : Et hors journée de travail on va dire. Vous pouvez me décrire une autre journée de ce type on va dire. Ou vous ne devez pas travailler pour l'école ou autre.

R : Une journée de détente ?

I : Oui voilà, une journée de détente, vous avez dit le bon mot ?

R : Bah je me lève. Ce jour-là, je me lève plus tard, donc je prends mon déjeuner et à partir de là, je vais passer, soit je vais aller me promener dehors pour prendre un peu l'air, soit je vais aller lire des articles histoire de passer le temps ou regardez des vidéos pour apprendre des choses. Mais sinon, il n'y a pas grand-chose d'exceptionnel.

I : Donc arrive-t-il de vous connecter sur internet ?

R : Oui, régulièrement, quotidiennement.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Parce que les activités que je mène lors de mon travail ou lors de ma détente nécessite un accès à Internet.

I : Et c'est quels types d'activités ?

R : Donc ouais, lire des articles mais en version faux, sur format électronique par exemple. Donc j'ai besoin d'Internet pour me connecter à mon compte par exemple. Ou alors regarder des vidéos qui demandent automatiquement un débit Internet.

I : Ok. Donc, c'est à peu près tout ? Il n'y a pas d'autres activités ?

R : A vu de nez comme ça, non. Donc j'imagine que je n'en rate pas. C'est l'essentiel que j'ai donné.

I : Vous avez dit, qu'il n'y avait pas que les cours, vous avez dit les jeux aussi.

R : Ouais, des jeux de société mais de temps en temps. En famille ou entre amis lorsqu'on se réunit.

I : Non mais je parle sur Internet là. La question c'était de vous connecter sur Internet. Vous m'avez dit pour les jeux

R : Ha oui, pour les jeux. Ouais.

I : C'est à peu près tout alors ?

R : Ouais, c'est tout.

I : Ok et vous arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ?

R : Ouais, oui, oui, je me connecte quotidiennement sur les réseaux sociaux, même si l'apport de ceux-ci est discutable.

I : Et donc pourquoi vous y allez ?

R : Par pure habitude je pense, c'est tout. Pour se mettre à jour, enfin, pour se mettre à jour sur l'actualité entre guillemets, pour aller lire des débats stériles et inutiles sur toutes sortes de choses.

I : C'est de la distraction ?

R : Oui, c'est de la distraction.

I : OK et donc vous arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : Bah depuis que Amazon existe et depuis que je suis majeur, oui de temps en temps. Je fais des achats en ligne via cette plateforme. Il m'arrive aussi d'acheter des jeux, enfin, même si ces derniers temps moins, sur une plateforme de type instant gaming qui permet d'acheter des jeux en format dématérialisé à moindre coût.

I : Pour jouer sur votre PC ?

R : Oui, il manque juste une clé à installer sur le PC sans avoir à aller s'acheter dans une boutique ou dans un magasin.

I : Donc pourquoi vous faites vos achats en ligne ?

R : Comme ça je n'ai pas à sortir.

I : Là vous avez dit pour ne pas aller dans le magasin.

R : Ouais

I : Et genre, ce type de jeu existe dans les magasins ? Tous les types de jeux que vous voyez ou... je ne sais pas ? Ça fonctionne comment en fait ? On l'achète dématérialisé, j'ai compris mais par exemple, le jeu n'est pas disponible dans un magasin en fait ? Je ne comprends pas.

R : En fait le jeu est disponible en magasin. Mais maintenant, des vendeurs, enfin des vendeurs, je ne sais pas exactement comment ça fonctionne mais, ceux qui produisent les jeux. On peut obtenir les jeux sous format, enfin de manière matérielle, donc avec un disque et dans un boîtier, et etc. Mais on peut aussi les vendre directement en ligne. Donc pour y accéder, on fait l'achat et le fournisseur nous donne une clé. Cette clé est activée sur une plateforme de jeux du genre Steam ou Gog ou des trucs comme ça. Et à partir de l'activation de cette clé, il est possible de télécharger le jeu depuis une base de données, depuis un cloud j'imagine, je ne sais pas exactement, de le télécharger directement sur le PC et d'y jouer par exemple.

I : Et vous préférez cette façon d'acheter les jeux ? Pourquoi vous allez les faire ...

R : Parce que sur le site sur lequel j'achète ces jeux, Il y a souvent des réductions très intéressantes donc. Ça me coûte moins cher. Déjà parce que je n'ai pas à payer le transport, je n'ai pas à payer non plus de frais et souvent on a le droit à des réductions significatives.

I : Et donc pour les autres types d'achats ?

R : Ah oui, pour Amazon par exemple ?

I : Oui.

R : Alors là, généralement c'est par pure fainéantise, parce que je pense que... je me demande si financièrement on ne s'y retrouve pas plus en allant acheter le jeu. Enfin le jeu, pardon, le produit directement dans un magasin parce que sur un Amazon, il faut payer les transports, les frais de port, enfin etetc, en plus du produit commander. Ce qui peut revenir à plus cher en tout cas. Plus cher que ce qu'on aurait eu en allant directement acheter dans le magasin.

I : Ok, et donc pourquoi par fainéantise. Vous dites par fainéantise ...

R : je le fais par simplicité, par facilité on va dire.

I : Comment ça ?

R : C'est plus facile de rester assis dans son bureau et de cliquer en 2-3 clics.

I : Donc c'est vraiment pour ne pas devoir ...

R : Sortir et aller se crasher en voiture.

I : Donc vous avez dit aussi que vous jouez aux jeux vidéo ? À quelle fréquence plus ou moins ?

R : Bah le soir généralement. Tous les soirs on va dire.

I : OK. Et vous considérez-vous comme une personne connectée ?

R : Maintenant oui, depuis que de toute manière, depuis que j'ai mon téléphone, je peux me considérer comme une personne connectée. Et que j'ai un abonnement du genre Proximus. Pardon, un abonnement du genre Proximus ou Orange. Je ne sais pas comment dire, un abonnement téléphonique. Bon je peux me considérer comme une personne connectée. Ce qui est toute somme normal ou commun, on va dire au 21e siècle.

I : OK, est-ce que c'est possible que vous me racontiez votre dernière expérience d'achat en ligne ? Qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé dans cette expérience ?

R : Ma dernière expérience d'achat en ligne ?

I : Vous savez c'était quel produit ?

R : Oui, j'ai dû acheter quelque chose il y a quelques semaines. Une boîte de film, dernièrement, enfin une intégrale de film, les OSS 117 etc. Enfin, à la demande de ma mère parce que je ne sais quoi, mais bref, peu importe.

I : Mais pourquoi c'est vous qui l'avez fait à la place de votre mère ?

R : Je ne sais pas, c'est les échanges dans la famille, c'est particulier, on discute et pouf, vas-y, achète ça. Non, vas-y, achète ça. Au lieu de faire soi-même, c'est comme ça. On va dire c'est comme ça, c'est dans la famille quoi. C'est la relation entre personnes. Voilà et donc ce qui a eu de particulier. J'ai, enfin, j'ai fait la démarche habituelle quoi. Donc je donne l'adresse de livraison, je donne mes coordonnées, etc, je fais le paiement. Donc je paye donc le prix du produit plus les frais de port, le transport, et etc et le tour est joué quoi.

I : Et vous l'avez reçu chez vous ?

R : Oui, je l'ai reçu chez moi rapidement, même si on peut dire que ça aurait été plus rapide en allant l'acheter directement en magasin.

I : Pour quelles raisons ?

R : Pour quelles raisons ?

I : Oui, pourquoi ça aurait été plus rapide en magasin ?

R : Parce qu'il suffit... Il y a un délai entre le moment où je l'achète et le moment où je le reçois. Donc qui s'étend sur 2 à 3 jours par exemple.

I : Oui, je comprends. Donc pour vous, il est rapide ce délai mais peut être plus lent que si vous l'aviez acheté ...

R : Il est plus simple en tout cas il est plus simple et c'est plus confortable mais c'est moins rapide. C'est presque paradoxal parce que ce qui est le plus rapide est le plus confortable d'habitude.

I : Oui, je comprends. Et donc c'est tout, il n'y a pas d'autres choses qui vous ont marqué ?

R : Il y a déjà eu des moments lorsque j'achetais des jeux vidéo...

I : Non mais sur ce dernier achat.

R : Non. Tout est bien arrivé en bon état, donc pas de problème.

I : Ok, et allez-vous souvent justement sur Internet pour réaliser vos achats ?

R : Ben pour les achats qui ne sont pas alimentaires ou autres. Dès lors que l'on sort du cadre de l'alimentation. Généralement oui, ou que je n'ai pas un magasin à deux pas de chez moi, littéralement. Je commence à faire des achats en ligne pour tout ce qui est équipement, pas informatique, mais des équipements dans le média, les films, les livres, etc. Maintenant bon, il est certain que si j'ai un centre commercial à deux minutes de chez moi, je ne vais pas perdre mon temps à tout commander depuis mon PC.

I : Vous ne commandez pas des vêtements ?

R : Ah c'est vrai que non. Des vêtements, je les achète toujours en magasin directement. Parce que comme ça, je peux bien les tester avant de les acheter. Je peux être certain qu'ils m'iront avant de les recevoir. Parce que bon, si je les commande en ligne, je peux me dire Oui, ça va m'aller et au final je reçois le vêtement et je constate qu'il est trop petit, il est trop grand, il est trop tchick, il est trop tchack. Et ça ne va pas et ça ne me convient pas. Il faudrait que je le revoie etc. Ce qui va compliquer un peu les démarches. On se comprend.

I : Ah mais allez jusqu'au bout de votre pensée.

R : Ben ça va, ça va se compliquer. Il faudrait que je le renvoie, que je le renvoie dans l'emballage, que je contacte sûrement le service après-vente ou je ne sais quoi. Ce qui complique le processus d'achat qui se serait terminé une fois le produit en mains quoi.

I : Ok, et par exemple, vous avez dit aussi vos livres, mais vous n'achetez peut-être pas vos livres sur internet. Par exemple avec une liseuse ou des choses...

R : Bah justement, les livres. Bon, c'est vrai que j'utilise une liseuse par exemple, c'est vrai. Mais sur ma liseuse, c'est vrai que j'ai ... Evidemment, on ne peut plus avoir, on est obligé de récupérer des livres en dématérialisé là-dessus. Et donc on peut les acheter sur une plateforme du même genre que du Google Livre ou du Play Store. À part que dans cette situation, étant donné qu'il y a beaucoup de livres qui sont dans le domaine public, je n'ai pas vraiment à faire d'achat. J'ai juste à sélectionner le livre, à le télécharger instantanément sans avoir à le payer. Pour tout un tas de livre en tout un cas. Pour tout un tas de contenu. Vous voyez ?

I : Oui, sur la liseuse ça ?

R : Oui sur la liseuse uniquement.

I : Et donc pourquoi vous achetez des livres en physique alors si c'est plus simple, j'ai l'impression que vous me dites que c'est plus simple sur la liseuse.

R : Après bon il y a la sensation de lire sur une liseuse et celle de lire sur un livre. En version papier, ce sont vraiment des sensations très différentes. Enfin sur la liseuse, il y a tout un tas d'avantages qu'on ne retrouve pas dans le livre. Par exemple, s'il y a un mot que je ne comprends pas sur ma liseuse, je peux avoir sa définition instantanément, il suffit de cliquer dessus. Je peux surligner des passages sur la liseuse sans abîmer. Si j'essaie de faire pareil dans le livre, ça va être compliqué. Par exemple, surligner dans le livre, on pourrait considérer ça comme du sabotage entre guillemets ou de la détérioration. Si j'ai un mot dans le livre que je ne comprends pas. Je serais obligé d'aller regarder dans le dictionnaire ou sur Internet, ce qui va me faire perdre davantage de temps.

I : Mais alors là vous donnez que des avantages justement de la liseuse.

R : Oui, d'autant plus que la liseuse, on peut lire avec la liseuse dans le noir. Ce qui n'est pas le cas dans un livre, sauf si c'est du braille. D'un autre côté, le livre. Bon, là on arrive sur des aspects vraiment subjectifs, mais la sensation d'avoir le livre en main, de ressentir... Enfin, on va dire ça, c'est un peu con de dire ça, mais l'odeur du papier, de pouvoir tourner les pages, il y a peut-être un sentiment. Je ne sais pas, un sentiment agréable, difficile à expliquer et à exprimer, mais qu'on ne retrouve pas dans la liseuse qui est beaucoup plus automatique, beaucoup plus mécanique. Mais ça, c'est vraiment très subjectif. Pour trouver des avantages

factuels qui mettent des avantages... Les atouts factuels du livre par rapport à la liseuse. Je ne suis pas certain de pouvoir en trouver, de pouvoir en trouver de manière objective.

I : Alors quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : Sûrement, pas la disponibilité, mais... L'occasion de ... enfin l'occasion de faire un achat. La vitesse de commande peut être. La vitesse, oui, on va dire ça. La vitesse avec laquelle le produit arrive. Parce que si je vois qu'il met trop de temps à arriver, je vais peut-être directement les acheter en magasin. On va dire que ma patience est de deux ou trois jours, de quelques jours. À côté de ça ? Le prix, mais je n'en suis pas vraiment sûr. J'en suis moyennement convaincu. Après ça ? Il va peut-être plus facile de trouver certains produits en ligne qu'en magasin. Parce qu'en magasin, il va falloir commencer à aller dans des endroits très particuliers. Des endroits pas reclus, mais dans des magasins très spécifiques par exemple. Alors qu'en ligne, le catalogue est gigantesque, il est colossal, il est-il est très dense, il est très varié.

I : Et en quoi c'est un problème d'aller dans un magasin spécifique ?

R : J'ai envie de dire, il faut le connaître. Si on ne le connaît pas, c'est l'occasion de découvrir quelque chose quelque part, mais pour ça, il faut faire l'effort de faire des recherches supplémentaires si on ne le connaît pas par exemple. Genre un magasin de jeux, je veux acheter un jeu de société particulier. Mais je ne connaissais pas de jeux de société à proximité de chez moi. Bon, je me dis autant aller directement sur Amazon, enfin par exemple. Sur un site d'achat en ligne pour le commander plutôt que d'aller commencer à regarder où est-ce qu'il existe des magasins à proximité géographique.

I : Ok, il y a d'autres facteurs ? Que vous pensez spontanément.

R : Eventuellement, ouais. Ouais, c'est un peu compliqué, c'est un peu bizarre mais ouais, faire un cadeau à quelqu'un, à une autre personne, mais à un moment où on ne peut pas la voir par exemple. Pour donner un exemple, parfois je vais chez mon grand-père tous les six mois par exemple. Mais bon, imaginons qu'au bout de 3 mois après l'avoir revu, je vais lui envoyer quelque chose, un cadeau. Plutôt que d'attendre encore 3 mois pour lui donner, je vais lui commander quelque chose, je vais mettre son adresse de livraison, son adresse pour dire : voilà, vous envoyez le produit à cette adresse-là. Et il le reçoit. Vous comprenez l'idée.

I : Ok. Et quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ?

R : Pour l'endroit où j'effectue mes achats ?

I : Oui. Donc, par exemple, si vous achetez en ligne, c'est peut-être sur cet endroit-là, c'est peut-être pour une bonne raison ...

R : Sur tel ou tel site.

I : Ouais, par exemple.

R : C'est vrai qu'il y a certains sites en ligne que j'utilise par défaut. Parce que je n'en connais pas d'autres ou parce que je n'ai jamais fait d'efforts d'en connaître d'autres. Qui sont très populaires, enfin populaires, très utilisés dans le monde. Donc je me dis qu'ils sont fiables et qu'on peut leur faire confiance, donc il n'y a pas de raison de douter d'eux. D'autant plus qu'ils disposent d'un catalogue assez vaste. Mais sinon ...

I : Donc c'est par confiance ?

R : Ouais c'est plus, c'est beaucoup plus par confiance et par fiabilité puisque les paiements ...

I : Par notoriété aussi ?

R : Par notoriété, par la popularité on va dire ça. La fiabilité.

I : Vous alliez dire parce que quoi ? Parce que les paiements ...

R : Oui, parce que des paiements en ligne, évidemment, ce n'est pas pareil que de faire un paiement en caisse dans un magasin ?

I : Pour quelles raisons ?

R : Faire un paiement en caisse dans un magasin, c'est très peu probable qu'on passe notre paiement et qu'on soit piraté par je ne sais quel pirate venu de l'espace, pour dire ho. On sait qu'on va payer au magasin et que ça ne va pas mal finir, qu'il ne va pas y avoir détournement. Sur internet, c'est beaucoup plus facile de faire preuve d'abus de confiance ou d'avoir affaire à des faux sites qui ne sont pas ceux qu'ils prétendent être. On peut se retrouver face à des arnaques en ligne. Les arnaques en ligne, on va dire sont très courantes, alors qu'une arnaque dans un magasin, je vais dans un Cora ou dans un Aldi, je ne pense pas qu'ils vont pirater. Vous voyez ?

I : D'accord. Vous avez d'autres critères que la notoriété et la confiance ?

R : Globalement, pour moi, ce sont les 2 principaux.

I : Ok. Alors que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Alors là. J'ai envie de dire pourquoi pas, faut voir ce qu'elles apportent, faut voir si elles ne transgressent pas aux libertés de tout à chacun et si éthiquement elles sont valables. Mais bon, apporter de nouvelles technologies aux achats en ligne, à première vue, pour moi c'est assez flou. Je ne sais pas trop ce que ça pourrait vraiment impliquer.

I : Ok. Alors, à quelle marque en ligne pensez-vous ? Que pensez-vous à propos de celle-ci.

R : Marque en ligne, c'est à dire site d'achat en ligne ?

I : Marque ou site d'achat. Comme vous préférez ? Vous pouvez donner plusieurs exemples.

R : Ouais, ce que j'ai déjà dit du coup. Je vais répéter. Donc Amazon parce que c'est très courant, enfin c'est très utilisé, c'est très populaire dans le monde. Et donc pour les jeux, instant gaming, parce qu'il y a moyen de faire de bonnes affaires sur ce site. C'était quoi la question ?

I : C'était à quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Bon Amazon c'est vrai que ça détruit un peu le commerce local on va dire, comme on a pu le voir, ça n'encourage pas à faire des achats locaux, à acheter proche de chez soi. Donc bon, en plus c'est une entreprise multimilliardaire, je ne connais pas leur chiffre d'affaire. C'est en utilisant ce service en ligne, on enrichit des gens, enfin une entreprise déjà très, très riche. Et puis, les conditions des travailleurs qui travaillent dans cette entreprise, ne sont pas toujours évidentes. Je ne vais pas dire qu'on est dans l'esclavagisme mais parfois on s'en rapproche un petit peu, un petit peu. Et concernant l'autre site, bon, depuis qu'il a été racheté par les Chinois,

il y a des taxes. Mais bon, j'évite les taxes parce que je suis en Suisse. C'est faux, je ne suis pas en Suisse, mais bon il y a moyen de bidouiller pour ça, pour éviter de payer plus quoi. Voilà.

I : Ok, et donc connaissez-vous des actions de marque en ligne ?

R : Des actions de marque en ligne ?

I : Ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : Genre les bitcoins et les trucs comme ça ?

I : Ouais.

R : Je ne me suis jamais intéressé à ce genre de choses, donc je ne saurais pas dire grand-chose d'intéressant là-dessus.

I : Ok, donc maintenant je vais vous montrer une petite vidéo, faudra la regarder attentivement. Est-ce que vous voyez bien l'écran ?

// VIDEO 1 site en ligne GUCCI //

I : Donc voilà la petite vidéo. Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Bon, dans un premier temps, ce que j'ai vu, c'était on ne peut plus classique, une visite banale sur un site internet Gucci. On voit quelqu'un qui prend son temps. Enfin, qui squatte. Comment on dit ? Qui fait ses recherches sur le site. Puis bon rien d'extraordinaire, on voit les différents produits, on voit les différents types de produits. Puis il va chercher un sac. Et on voit qu'on peut le personnaliser : Ajouter des couleurs, mettre et ajouter ses initiales d'AC. Puis, il peut commander en ligne, ok aucun problème. Après ça, à la fin par contre ce que j'ai vu ça commence à parler de quelque chose d'immersif, une visite immersive dans le passé de la boîte. Il parlait d'un projet qui retrace l'évolution de Gucci au fur et à mesure du temps. Et donc il proposait aux clients de revivre ça. Dans un délire un peu particulier qui m'a un peu échappé on va dire.

I : OK. Et qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé dans l'expérience ?

R : Je n'ai pas eu le temps de tout lire mais sinon. Dans l'expérience ?

I : Ouais non, dans ce que vous venez de voir, qu'est-ce que vous avez aimé, que vous n'avez pas aimé ?

R : Ouais, c'est cool de personnaliser son sac, mais je ne sais pas si c'est la réponse que vous attendez.

I : Oui, c'est des choses comme ça que vous pouvez me dire.

R : Ouais, c'est cool ce genre de choses. L'expérience qu'il propose maintenant. Qu'est-ce que j'en pense ? Ouais, si bon s'ils veulent faire ça, ils peuvent le faire. Ce n'est pas moi qui paye.

Ce n'est pas moi qui vais aller payer pour aller voir ça mais bon, ça peut être intéressant pour quelqu'un. Je ne sais pas.

I : Mais pas réellement sur ce que vous venez de voir par exemple. Pas vraiment précisément par exemple sur Gucci, mais sur ce que l'on peut y faire. Sur ce que vous voyez, que vous pouvez y faire ou d'autres choses.

R : Effectivement, il y a tout un tas de choix, de possibilités, mais bon. J'imagine que c'est assez commun sur ce genre de site internet donc que... Enfin, je n'ai pas vu ce qu'il y avait de marquant.

I : Ouais mais ce n'est pas parce que c'est commun qu'on ne peut pas aimer ou aimer.

R : Oui mais bon, moi je ne sais pas, je ne saurais pas vraiment dire s'il y a quelque chose que j'ai aimé ou pas, je ne sais pas.

I : Ok, alors est-ce représentatif des expériences d'achat en ligne ?

R : Globalement, ça donne quand même une bonne idée déjà. On voit, c'est vrai que c'est un élément dont j'ai oublié de parler, mais le mode de paiement. Il y a donc l'achat. Il donne aussi le délai de livraison, le prix, etc. Donc ouais, est ce que ça se passe vraiment comme ça un achat en ligne ? Enfin, est-ce que le client va vraiment agir de cette manière ? En tout cas, je trouve que le comportement que l'on observe dans cette vidéo est cohérent. C'est quelque chose de tout à fait valide à mon avis, voilà.

I : Et donc c'est représentatif ou ça ne l'est pas ?

R : C'est représentatif.

I : Ok. Alors quel mot vous évoque le mot METAVERS ?

R : METAVERS, moi ça me fait penser instantanément, ça me fait penser à multivers, voilà. A univers par extension multivers parce que sûrement par assemblage de... À cause de la consonance qui est plus ou moins proche : METAVERS-Univers-Multivers.

I : Ok. Et connaissez-vous le METAVERS ?

R : Ouais. Je ne peux pas vraiment dire que je le connais, mais j'en ai déjà entendu parler. Maintenant qu'est-ce que c'est vraiment ?

I : Et par quel biais ?

R : Par quel biais ? J'ai entendu sûrement ça, j'ai pu lire ça. Lire, voir et entendre ce mot ça et là. Mais sans jamais y prêter plus d'attention. Mais bon, si on parle de METAVERS...

I : Ça et là, c'est-à-dire ?

R : Comme ça. Dans une conversation, dans un article. Lorsqu'on fait défiler des articles, un article qui parle de ça, mais on ne va pas à cliquer dessus pour s'y intéresser. Mais sinon, METAVERS quelque chose qui s'en rapprocherait le plus, c'est un film que j'ai vu dernièrement. Mais bon, comment il s'appelle encore ? Ready Player One. Voilà quoi, mais c'est le seul élément à propos du METAVERS que j'ai qui me permet d'aller, de voir un tout petit peu plus loin, de ce que c'est réellement.

I : OK, donc maintenant je vais vous montrer une 2e vidéo. Justement, d'un METAVERS. Faudra regarder bien attentivement cette vidéo.

R : Ouais.

// VIDEO 2 : METAVERS Gucci //

I : Alors, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Et bien honnêtement, si je ne vois pas que c'est, comment ça s'appelle ? Gucci qui fait ça. In Roblox que ça s'appelle. Qu'est-ce que j'ai vu ? J'ai vu, si je m'arrête à ce que je connais, ce que je vois, ça ressemble très fort à un à un jeu vidéo dans lequel évolue des gens, différents joueurs avec leur avatar en ligne donc. Car ils sont tous connectés au même univers. Maintenant bon, qu'est-ce que ça a de plus que qu'un jeu vidéo classique aurait ?

I : Non, mais dites juste moi ce que vous venez de voir. On va commencer juste par là.

R : Bah Ouais, je vois ça, je vois un univers avec des jardins, avec des maisons. Enfin quelque chose de. Comment dire ? Enfin quelque chose, enfin un univers virtuel quoi. Quelque chose de virtuel dans lequel des personnages évoluent. À part ça qu'est-ce qu'il y a à dire, je ne sais pas.

I : Ok, mais qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : On va dire que mais c'est subjectif : les couleurs. Mais sérieusement, encore une fois, aimé-pas aimé, je ne sais pas trop si je saurais répondre avec pertinence à cette question. J'observe, mais j'avoue que...

I : Mais dites-moi ce que vous observé.

R : Mais non, mais c'est ça. Donc je vois donc d'abord des jardins, il y a des maisons dedans. Il y a des sentiers, il y a un gars qui parle en anglais. Après ? Euh. Ouais, on passe à un autre plan, on voit un personnage qui se promène. Est-ce qu'il peut interagir avec des éléments de décor ? Plus ou moins, on va dire. Ça dépend quels éléments. Mais à part ça, je ne sais pas trop quoi dire.

I : C'est tout ce que vous avez vu dans la vidéo ?

R : Bah oui.

I : OK. Alors est ce qu'il n'y a rien d'autre que vous avez aimé avec ça ou pas aimé justement ?

R : Ouais, je ne sais pas, je me dis le fait de faire porter des vêtements aux avatars. Est-ce que ça a vraiment un intérêt ? Je ne sais pas.

I : Ok, justement vous ne l'avez pas dit, mais vous pouvez acheter déjà ces "vêtements".

R : Ouais, ouais, mais j'avoue que je n'ai pas compris si on pouvait les acheter seulement dans le monde virtuel ou dans le monde réel.

I : Et pour vous, ça changerait la perception du METAVERS ? En fonction si c'était juste virtuel ou si c'était réel et/ou virtuel. Le fait d'acheter des produits ou des vêtements, là en l'occurrence.

R : Bah si c'était uniquement virtuel je ne vois pas en quoi ça m'intéresserait.

I : Pour quelles raisons ?

R : En tout cas d'y mettre du vrai argent. En tout cas, y mettre du vrai argent, je n'en vois pas l'intérêt. De l'argent virtuel à gagner sur le truc pourquoi pas.

I : Mais pour quelles raisons ?

R : Mettre du vrai argent dans quelque chose de faux ? Enfin de faux, de virtuel, je ne sais pas. Je ne vois pas ce que ça m'apporterait dans l'immédiat, enfin, à part la satisfaction de déambuler dans le METAVERS, enfin, dans cet univers virtuel avec le produit que j'ai acheté dedans. Dans la vie réelle, je ne vois pas ce que ça m'apporte en fait, à part peut-être des sentiments, une de satisfaction ou de contentement. Je ne sais pas.

I : Ok, et si maintenant c'était un achat réel que vous effectuez sur la plateforme ?

R : Récupérer un produit réel ?

I : Ouais. Si à la place d'acheter le bonnet comme à la fin on voit, vous le recevez réellement ?

R : Ah mais là, j'y réfléchirais déjà plus. Je pourrais me dire éventuellement : Ha, j'aime bien, oh, je vais réfléchir à l'acheter ou Ah je vais l'acheter parce que c'est cool. Ce serait bien de l'avoir en vrai et de porter en vrai. A ce moment-là, il n'y aurait pas de problème à l'acheter. Enfin, je n'aurais pas de problème à mettre du véritable argent pour l'acquérir.

I : Ok. Et en quoi est-ce justement, pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués.

R : Que vous avez effectué, en quoi est-ce pareil ou différent ?

I : Des expériences que vous venez de voir ?

R : on va dire que la présentation des produits. Mais un peu, en tout cas dans la forme, c'est quand même un peu, la présentation est un peu différente ? Parce que dans la mesure où avant d'avoir le produit, on est quand même avec notre petit personnage à se promener, je ne sais pas moi, à se promener dans l'univers, dans le monde virtuel. Puis on peut aller, puis dans cet univers, on peut aller cliquer sur tel ou tel produit pour le voir. C'est un peu différent quand même d'un site conventionnel où si on recherche déjà quelque chose avant de l'acheter. Je veux dire, si je vais sur des sites de vente en ligne comme Amazon par exemple. Enfin, généralement quand je vais dessus, c'est que j'ai déjà une idée en tête de ce que je vais acheter, donc je vais direct l'acheter. Alors que là, l'impression que ça m'a donné en tout cas, c'est je peux me promener et puis Ah je vois quelque chose, ça pourrait être cool de l'acheter. Donc ça ressemblerait plus à quelque chose comme : pas squatter les magasins mais flâner un peu dans un centre commercial et regarder à gauche à droite.

I : Et ça vous aimiez bien, vous n'aimiez pas ?

R : Ben, en tout cas ce n'est pas une pratique que je fais. Je ne veux pas dire que ça m'indiffère, mais à première vue, je n'y vois pas énormément d'intérêt.

I : Oui mais c'est peut-être quand même différent de flâner dans un magasin physique que dans le magasin virtuel ?

R : Oui effectivement.

I : Il y a peut-être des choses qui vous dérangent ou que vous n'aimiez pas, que là vous allez bien aimer ou inversement ? Je ne sais pas.

R : Ouais, c'est vrai que si on compare, après je n'ai pas l'expérience du monde virtuel mais bon.

I : Oui mais avec ce que vous venez de voir toujours.

R : Juste à partir de ça. À partir de ça, qu'est-ce qui a moyen ...

I : Ou ce que vous pensez à partir de ça ?

R : Oui, oui, je réfléchis. C'est quand même compliqué ... C'est quand même compliqué de dire exactement... Attends je réfléchis. On va dire que normalement là ... Enfin, on ne va pas avoir de problème avec... Enfin je ne pense pas... La foule ne va pas poser problème dans le monde virtuel, je pense. Je pense qu'il n'y aura pas de problème de comment on dit ? De rupture de stock. Attends si on l'achète en réel. Vous allez dire, il n'y aurait pas de rupture de stock du produit, mais c'est vrai que si on l'achète en ligne. Enfin en apparence en tout cas, on ne verra pas de rupture de stock. Maintenant en réalité, la rupture de stock est toujours possible. Mais bon à part ça, il faudrait que je réfléchisse plus en profondeur pour savoir. Mais comme ça à première vue.

I : Il n'y a rien qui vous à ...

R : Non

I : Et donc, vous avez dit si c'était en achat, on va dire un achat réel, vous iriez peut-être dessus pour réaliser des vrais achats. Alors que si c'étaient des achats uniquement virtuels, vous n'iriez pas dessus.

R : Ouais, dans la mesure où ouais. Un achat réel, je vois concrètement ce que ça m'apporte. Alors que virtuellement, je ne veux pas dire que concrètement on ne voit pas mais ça s'arrête, ça reste dans le monde virtuel. Vous Voyez ? Ce qui est dans mon monde virtuel reste dans le monde virtuel. Alors que dans ce cas-ci, j'achète dans le monde virtuel et ça commence à avoir des répercussions ici, dans la réalité quoi.

I : Ok, et donc en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne de la vidéo que vous avez visionné ?

R : Le premier du deuxième ?

I : Oui, qu'est-ce qui vous a choqué, des choses, des différences, des ressemblances ?

R : Alors oui, effectivement, on en déjà parlé. Mais le cadre dans lequel ils sont présentés les articles est quand même très différent.

I : Et ça, vous pouvez m'en dire plus ? Comment ça le cadre dans lequel ils sont présentés ?

R : Non mais je veux dire, dans un magasin classique, on se retrouve vraiment avec...Enfin c'est très...

I : La, on parle d'en ligne et dans le METAVERS.

R : Oui, oui, oui. Bah dans un magasin classique en ligne donc c'est vraiment classique. Donc, il y a les catégories de produits, et après en fonction des différentes catégories de produits, on peut aller en chercher un. Enfin, il y a une barre de recherche pour obtenir directement le résultat qui nous intéresse.

I : Et ça vous aimez bien, vous n'aimez pas ?

R : En tout cas c'est très pratique on va dire. Alors que, encore une fois, dans le monde virtuel, je n'ai pas eu l'impression. ENfin ça va être un peu plus difficile de visualiser tout ce qu'il y a. Tout ce qu'il y a du premier coup d'œil, quoi. J'ai l'impression qu'on est plus dans une configuration où on a des produits disséminés ça et là dans le METAVERS, dans l'univers virtuel. Et où on peut acheter tchik ou tchak, mais c'est plus sur des coups de tête que sur des achats mûrement réfléchis.

I : Donc ça ne serait pas la même utilité en fait ? Ce n'est pas la même...

R : En tout cas l'achat ne serait pas motivé de la même, par les mêmes ...

I : Ce ne serait pas les mêmes raisons qui pousseraient à faire l'achat sur le site en ligne que sur le...

R : Oui, oui c'est ça. Les motivations seraient différentes en tout cas.

I : Et c'est quoi les motivations ?

R : Bah les motivations ? Bah voilà, c'est ce que je te dis mais ce que je veux dire, c'est que si je vais sur un site classique, d'habitude, j'ai déjà une idée en tête de ce que je vais acheter alors que sur le site virtuel bah je n'ai pas l'idée de ce que je vais acheter. C'est juste que je vais me promener et en me promenant, c'est comme en faisant les magasins, il y a quelque chose qui me donne envie. Après ce genre de chose est possible aussi sur un magasin classique en ligne mais ça m'a l'air d'être plus accentué beaucoup plus accentuer dans l'univers virtuel.

I : Comment ça accentué ?

R : Dans la mesure où, faire un achat prémédité dans l'univers en ligne, de ce que j'ai vu ça m'a l'air moins évident.

I : Ok, donc ça a l'air moins facile de réaliser un achat mûrement réfléchi sur le METAVERS.

R : oui, oui.

I : Et si vous avez le choix, sur quel site Gucci vous connecteriez vous et pourquoi ?

R : Ah entre les 2 ?

I : Oui.

R : Bah là je vais être très simple. Je vais aller sur le premier parce que le premier, ça ne bouscule pas ma façon de penser et donc je suis renforcé dans mes convictions qu'il n'y a pas de problème. Enfin je ne suis pas, je ne suis pas chahuté par ces nouvelles habitudes parce que bon, on va dire que. On aime avoir nos certitudes, nos enfin. Savoir que les choses ne changent. Savoir par exemple que de l'eau c'est de l'eau. Fin non, ce n'est pas le bon exemple. Mais...

I : ouais, vous savez comment ça va se passer en fait ?

R ouais, voilà. Et on va dire que l'on a tendance à ne pas aimer, à apprécier modérément le changement, quoi. Vous voyez. On va dire qu'on est un peu réfractaire, un peu conservateur, donc...

I : Pourquoi ? Il y a des choses qui vous dérangent ?

R : Bah je ne sais pas, mais c'est toujours comme ça. Enfin c'est souvent comme ça quand il y a des nouvelles idées. On se dit : c'est quoi ça ? C'est n'importe quoi ! Bon au final on s'y fait mais ...Faudrait que je trouve un nouvel exemple.

I : Oui, oui mais je comprends et donc quoi, ça vous dérange juste le fait que par exemple les gens n'ont pas encore adopté cette technologie on va dire ? Ou qu'elle n'est pas utilisée à ...

R : A première vue comme ça. Franchement c'est que je ne vois pas vraiment l'intérêt de cette plateforme, la plateforme numéro 2. De l'achat en multivers, en METAVERS. Mais après bon, je ne vois pas, parce que je n'y suis pas habitué, parce que je n'ai pas l'habitude de fonctionner avec ça. C'est globalement des facteurs d'habitude qui permettent de faire le premier choix.

I : Et quelle expérience vous a apparu donc la plus intéressante et pourquoi ?

R : Bah malgré tout, la 2e parce que la première, c'est une expérience que finalement je connais donc ça ne m'apporte pas grand-chose. Il y a quelque chose de très. C'est quelque chose de très connu, c'est quelque chose que j'ai vu et fait à maintes reprises, donc il n'y a pas vraiment de problème. C'est comme boire de l'eau. Alors que le 2e. Bah justement, je ne connaissais pas, je ne savais pas vraiment comment ça se présente. Je ne savais pas vraiment ce qu'ils allaient présenter et comment ils allaient présenter, donc ça m'a permis de me faire une petite idée de comment le METAVERS, en tout cas si on peut appeler ça comme ça, se présente dans un premier temps.

I : Et est-ce que c'est important pour des marques telles que Gucci d'être présent sur le METAVERS ?

R : J'ai envie de dire les grosses marques, s'ils flairent une opportunité, ils vont la saisir quoi ? Première arrivée, plus grosse part de marché et j'imagine plus grosse part de marché potentiel si ça marche donc. Plus de sous, j'imagine. Je pense que s'ils se sont placés dessus, c'est qu'ils estiment qu'ils peuvent être gagnants ou qu'ils ont vu du potentiel dans cet outil-là.

I : Et vous pensez pour quelles raisons ?

R : Ce n'est pas moi qui me place là-dessus. Ah je ne sais pas. Franchement pour quelles raisons ? Je ne sais pas, je ne suis pas chez Gucci.

I : Et donc vous pensez que c'est important ? Mais je n'ai pas compris pour quelles raisons se serait important. Juste pour faire...

R : Pour eux ! Bah pour faire ...

I : Plus d'argent quoi.

R : Ouais y a ça. Ça fait une plateforme supplémentaire sur laquelle ils peuvent avoir de la visibilité avant tout le monde.

I : Donc argent et visibilité on va dire.

R : Ouais. Visibilité et argent.

I : Et pour d'autres types de marques ?

R : Pour d'autres types de marque que des vêtements ? Bah pour tous les commerciaux si ce METAVERS fonctionne, ils n'ont pas vraiment de raison de s'en priver en allant pas dessus. En tout cas pour tous les types de services, de produit.

I : De services, de produits ? Produits ou services.

R : De tous les tous les produits, en tout cas. Bon, il y a un coût à... Enfin, il y a sûrement une place à faire là-dedans. Maintenant pour les services, genre si je veux commander ma nourriture. Si je veux commander ma nourriture à distance, je ne sais pas pourquoi j'irais sur le multivers. Encore que ça pourrait être une fonctionnalité qui pourrait être intégrée au fur et à mesure. Faut voir comment ça se présente.

I : Faut voir l'évolution de la technologie ?

R : Faut voir comment ça évoluerait.

I : Mais donc pourquoi pas également ?

R : Bah pourquoi pas. Franchement, c'est vrai que le METAVERS, c'est vrai qu'en réfléchissant, il y aurait moyen de... il y aurait peut-être, enfin à voir, il y aurait peut-être le potentiel pour concentrer tout type de produits, donc de prestations, de service sur cette plateforme-là.

I : Et donc, pour tout type de produit et tout type de service ?

R : Ouais, en tout cas vu comme ça ouais.

I : Et que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?

R : Qu'est-ce que j'en pense. Ils prennent un pari et je ne sais pas dire s'ils ont le nez creux ou s'ils sont malins ou s'ils vont dépenser ou s'ils sont en train de gaspiller l'argent. A priori, j'avoue que ça ne m'inspire pas grand-chose. Pas grand-chose d'autre que de l'indifférence pour l'instant, à part si ça change.

I : Ok. Et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Bah comme ... Sur le développement actuel ?

I : Sur le fait s'il faut le développer encore plus, s'il faut que ça stagne, est-ce que ça ne sert à rien ...

R : Ok, d'accord. Bah. Moi comme ça, j'avoue, comme je suis un peu, on va dire, je suis rageux sur les bords. J'avoue que si ça se cassait la figure, ça me ferait plaisir, mais c'est juste par

satisfaction personnelle, juste par plaisir de voir les trucs ratés. Mais sinon en vrai, je ne sais pas. Il y a quand même, en tout cas à partir des extraits que j'ai vus, c'est vrai qu'en y réfléchissant un peu, on peut voir qu'il y a quand même, il doit y avoir un potentiel assez gigantesque là-dessus. C'est peut-être bien une mine d'or à exploiter.

I : Grâce à quoi ? Pourquoi il y a du potentiel ?

R : Ouais, dans la mesure ou ... Comment dire ... C'est réunir. En fait, on pourrait superposer différentes fonctions là-dessus. Donc on se retrouve à évoluer avec notre personnage. Donc, il se promène dans son monde, mais à côté de ça donc... parallèlement au fait que je joue, que je me promène, je peux faire des achats. Alors que normalement, par exemple, si je joue, je ne fais pas d'achat en même temps, vous voyez. Je ferai l'un ou l'autre, je pourrais faire des achats en même temps et puis même, mais je ne sais pas moi. Imaginons qu'on ajoute des services de communication dessus. Va savoir. Vous voyez, on pourrait superposer tout type de service en faisant des ventes, des commandes à distance, je ne sais pas. Et en plus de se promener, de squatter avec l'avatar.

I : Et ça, pour vous en pensez quoi que ça ? Ça serait intéressant pour vous ?

R : A priori, pour l'instant, on sait tout faire séparément donc quelque part, je ne vois pas l'intérêt. Mais bon, peut-être que paralléliser tout ça, ça pourrait être intéressant parce que par exemple, tout ce que fait le téléphone avant ça, le smartphone avant ça on savait le faire. Mais bon le smartphone, il est pratique dans la mesure où il concentre toute la technologie et ça le rend indispensable maintenant, vous voyez ? Donc je ne sais pas, peut-être que le METAVERS pourrait suivre la même évolution, le même chemin que le smartphone et prendre une place similaire à lui dans la société. Maintenant je ne peux pas dire quel sera son chemin, vous voyez ?

I : ok, maintenant je vais un peu revenir sur certains détails. Par exemple, à un moment vous avez parlé que, dans la 2e vidéo, on était un petit bonhomme, que l'on pouvait faire ces achats et se déplacer. Dans la manière où on visualise le produit, où on interagit également avec le produit et autres. Dans cette façon-là, est-ce qu'il y a des choses qui vous dérangent ou que vous aimez bien, ou que vous pouvez faire une similitude ou justement des différences avec le mode d'achat en ligne actuel ? Dans la manière d'appréhender le produit.

R : Ah oui. Vous avez le contact avec le produit qui n'est pas le même. Je pense que je ne comprends pas bien la question.

I : Par exemple. Vous avez dit que ce serait dans le METAVERS, c'est quelqu'un qui se balade, on n'aurait pas une idée en tête quand on achèterait un produit tandis que sur les sites en ligne, vous serez là et vous aurez l'idée en tête, vous irez et vous achetez le produit. Mais si par exemple on va dire, vous avez une idée en tête et que vous êtes sur les 2 sites, vous verrez le même produit, on va dire, peut-être pas de la même façon, peut-être de choisir le produit, la façon de le choisir. En fait la façon d'interagir avec le produit en lui-même. Est-ce qu'il y a des différences, des similarités, des choses que vous aimez bien ou des choses que vous n'aimez pas.

R : Ouais, c'est sûr que le contact avec le produit n'est pas du tout pareil, mais ça on en a déjà parlé.

I : Vous n'avez pas d'idées ?

R : Non franchement je ne sais pas trop.

I : Ok, ce n'est pas grave. Et si par exemple, je me concentre sur l'aspect social des deux en général. Est-ce qu'il y a des choses qui vous choquent, des choses qui sont intéressantes.

R : De ce que j'ai vu sur la deuxième vidéo, Il a l'air d'avoir potentiellement plus d'interaction dans la mesure où sur le site classique, lorsqu'on fait notre achat en ligne on est tout seul. A la limite, il y a peut-être un "bot", qui va nous aider à répondre à nos interrogations, mais les interactions seront limitées à un échange avec un "bot" dans le meilleur des cas, en tout cas s'il est là. Et ce n'est pas gagné, on ne l'a pas vu sur la première vidéo alors que dans le 2e cas, je ne sais pas. On est dans un univers connecté avec des designs, des centaines, des milliers de joueurs voir plus. Il y aurait moyen en tout cas de discuter de, par exemple à propos d'un produit, je ne sais pas moi. De commencer à dire : Qu'est-ce que vous pensez de ça ? Ou de parler avec une connaissance sur le METAVERS, qu'est-ce que tu penses de ça ? T'as déjà acheté ça ou pas ? Qu'est-ce que tu en penses ? D'avoir un avis en direct entre guillemets. Enfin en direct, pour peu qu'il soit connecté.

I : Ah oui, d'un avis d'une personne qu'on aime bien

R : Oui, qu'on connaît ou pas d'ailleurs. Ça dépend comment se serait publié comme sur Facebook, dans la sphère privée, publique, etc.

I : Mais comment il pourrait jauger, donner son avis ?

R : Bah s'il l'a acheté, il saurait donner son avis non ? Après, pour revenir sur la version classique, on peut aussi avoir des retours, mais via les commentaires qui ont été déposés. Mais le problème c'est que les commentaires, ils sont déjà fixés. Ils peuvent, vont répondre à un certain nombre de questions mais ça va s'arrêter là. Eux ils sont figés. Alors que, en interagissant dans le METAVERS, on peut, si on interagit avec des gens en direct, on peut leur poser tout un tas de questions précisément. Enfin, je veux dire le résultat. Enfin, les réponses seront plus efficaces dans la mesure où ça, normalement, ça répondra directement à nos questions. Vous voyez ? Alors qu'un commentaire ça va être plus général. Il y a des aspects qui s'intéressent et il y a des aspects qui ne vous intéressent pas.

I : Ouais je comprends. Mais par exemple maintenant, si je vous dis que derrière un commercial qui vous vend un produit dans un magasin tel que Gucci, on va dire. Au lieu d'avoir une vraie personne, c'est derrière l'avatar, c'est une IA.

R : Ah la robotisation ! Derrière l'avatar, c'est une IA, c'est ça. Ça devient déjà le cas petit à petit. Bon, évidemment, dans les vrais magasins, on n'est pas encore là je pense.

I : Mais comparer au site en ligne déjà.

R : Comparer au site en ligne ...

I : Mais est-ce que vous aimez bien ? Est-ce que ça vous dérangerait ? Est-ce que vous préférez que ce soit une personne réelle derrière l'avatar qui vous parle, que ce soit un commercial ? Est-ce que vous pourriez faire la différence ? Est-ce que vous ne pourriez pas faire la différence ?

R : Faire la différence ? Ça dépend. On va déjà se concentrer sur faire la différence.

I : Mais en général. Si y a des choses que je n'ai pas dites. J'ai envie d'avoir votre avis général sur la question.

R : Mais c'est quand même assez large comme question. Mais quelque part, j'ai envie de dire, communiquer juste avec robot au moins comme ça. C'est un avis personnel, mais c'est ...

I : Mais c'est votre avis que je veux.

R : si on interagit avec un robot, et comme ça voilà. On raconte sa vie au robot, on parle au robot et après c'est discussions sont archivées, on en parle plus alors que... On pourrait avoir un sentiment que parler avec une personne pourrait être plus désagréable. Mais c'est vrai que ça commence à devenir un peu tordu on va dire. Ça serait désagréable parce que on n'a pas envie de raconter notre vie. Enfin, on n'a pas envie de s'éterniser, de lui parler de ce qu'on recherche. Je ne sais pas moi, par exemple si c'est honteux.

I : Oui mais par exemple si on va... Je vais vous donner un exemple, je suis chez Gucci, je vais dans un vrai magasin physique. Je vais parler au vendeur, je dis que je veux tel type de sac. Il va me montrer les sacs, je peux les essayer et autres sur moi. Là je vais aller par exemple sur un site en ligne, si je veux parler à un commercial de chez Gucci, je dois le faire par tchat ou par Email ou par un petit robot. Et dans le METAVERS, si je le fais, j'aurais par exemple un avatar qui va me parler, ce sera soit une IA ou une vraie personne qui va me parler et qui va me conseiller, qui va me donner des informations. Puis après, si je l'essaye, cela ne se sera peut-être pas la même chose qu'en vrai ou qu'en ligne si je ne sais pas s'il y a moyen d'essayer en ligne. Vous voyez, il y a plein de choses comme ça que...

R : Oui, mais voilà, on y venait. Mais après, parce qu'on va dire que le l'IA pourrait avoir ses avantages. Au niveau de la vie personnelle du client. Dans la mesure où ce que le client achète ne regarde pas trop le vendeur. Mais après pour avoir des retours ...

I : Donc ça se serait un avantage d'une IA. C'est à dire qu'on a le vendeur qui ne sait pas ce qu'on achète réellement.

R : Ouais ou alors, on n'a pas avoir à faire à son avis, qu'il le donne implicitement ou explicitement lorsqu'on achète quelque chose.

I : Donc, avoir un avis impartial ?

R : Ouais, on va dire ça. Et enfin, il n'y a pas de personnalité derrière, il n'y aura pas de pensée, vous voyez ? Mais en tout cas, ça, ce serait pour un avantage de l'IA. Maintenant, le vendeur par exemple, il pourrait nous conseiller plus précisément parce que l'IA, on va dire qu'elle sera programmée. Mais là, le niveau de performance de l'IA, ça dépendra vraiment du niveau de programmation, je pense. À laquelle elle a été affectée parce qu'il y aura sûrement des réponses, des questions auxquelles elle pourra, auxquelles elle ne pourra pas répondre. Genre le vendeur par exemple, il connaît le produit : oui, oui donc thac, thac, thac. Ces avantages sont thac, thac, thac. Puis personnellement j'ai utilisé ça tel fois et j'en pense autant, autant. Là, l'expérience du vendeur serait un atout, vous voyez ? Par rapport à la régularité, à la manière de calculer de l'IA quoi. Sa manière rigoureuse de l'IA. Maintenant, ça peut partir dans tous les sens ici, hein. A côté de ça, avec le vendeur en plus, bon. Sur le METAVERS, je ne pense pas qu'on pourrait commencer à raconter sa vie. Déjà, à l'IA, on ne peut pas raconter sa vie, je pense. Enfin si, mais il n'y a pas vraiment d'intérêt à raconter sa vie à l'IA alors qu'avec le vendeur on peut commencer à échanger de manière plus profonde en tout cas qu'avec l'IA. Ce qui est normal. Mais après ? Bon maintenant, de là à distinguer. Alors maintenant il faut voir vraiment les progrès. Enfin le niveau de technologie, le niveau de détail, le niveau de performance

qu'atteindrait l'IA quoi. Mais pour répondre, socialement ce qui serait mieux. Je trouve que dans la plupart des cas, je dirais qu'avoir un vrai vendeur en face de soi, c'est mieux pour le client, dans la plupart des cas. Maintenant, je me dis, pour l'entreprise. Pour l'entreprise peut être qu'elle s'y retrouve financièrement peut-être plus à mettre des robots partout.

I : Oui mais moi je veux votre opinion à vous pas de l'entreprise.

R : Oui mais moi en tout cas de mon point de vue, je me dis la plupart du temps : avoir un vendeur, une vraie personne avec qui échanger, c'est préférable à avoir un robot.

I : Mais socialement, est-ce qu'il y avait des autres différences dans le METAVERS comparer aux sites d'achat en ligne ? Vous avez dit qu'on ne pourrait parler pas qu'aux vendeurs, on pourrait parler à d'autres personnes pour avoir leur avis, leurs opinions, que ce soit un ami ou peut-être pas un ami. Est-ce que vous trouvez ça bien ? Est-ce que c'est intéressant ?

R : Ouais, je trouvais ça bien... J'ai envie de dire, c'est quelque chose, ce serait déjà un mécanisme qui est utilisé déjà de manière récurrente dans les jeux en ligne par exemple. La communication sur telle ou telle chose entre deux joueurs d'un jeu en ligne. Par exemple, ils peuvent, à partir du moment où ils commencent à bien se connaître virtuellement, ça peut commencer à échanger au-delà du jeu, Vous voyez ? Enfin dans le cadre du jeu en tout cas.

I : Non, je n'ai pas compris.

R : Enfin 2 joueurs dans les jeux en ligne maintenant, ils commencent à faire copain-copain en ligne voilà. Et donc à partir d'un moment, ils peuvent commencer à discuter. Ils peuvent commencer à discuter au-delà du... Enfin, ils commencent à discuter au-delà, ils vont plus loin que le jeu, ils discutent et commencent à discuter sur des éléments de la vie, de la vraie vie. Vous voyez ?

I : Et ça c'est bien, ce n'est pas bien ? Est-ce qu'on peut le faire sur les sites d'achat en ligne ?

R : Bah c'est bien, ce n'est pas bien. Bon je vais commencer à répondre à ça. Il faut toujours faire attention. J'en ai déjà parlé mais l'abus d'identité et l'abus de confiance sur Internet, c'est monnaie courante donc faut toujours être prudent quand on parle, quand on commence à se confier à un étranger ou alors une personne qu'on ne connaît que virtuellement et pas matériellement maintenant pour des achats en ligne, normalement on ne va pas dépasser le cadre professionnel. Donc normalement. J'imagine que ça ne devrait pas poser trop de problèmes.

I : Oui mais vous, est-ce que vous aimez bien parler à des gens en ligne ? C'est ça les questions en fait. C'est votre opinion à vous. Est-ce que vous aimez bien être en ligne et par exemple parler à une autre personne ?

R : Ouais. Ouais, je suis partagé. J'imagine que, ça pourrait se tenter, mais bon, tant que je n'aurais pas eu une première expérience, je serai d'avis à tester une fois et à partir de là si j'aime ou si je n'aime pas, le refaire ou pas quoi. Mais je ne suis pas sûr de pouvoir dire si j'aime tant que je ne l'ai pas fait. Ou alors je me projette.

I : Maintenant, je vais clôturer alors sauf si vous avez d'autres choses à rajouter. Donc pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que le METAVERS. Ça dépend de la technologie, et comment elle se poursuit, que ce soit d'un point de vue technologique ou avec l'IA. Qu'en fonction de ça, les utilisations pour l'instant pour vous, vous ne voyez pas trop l'intérêt, vous êtes un peu réfractaire à ce type de nouvelle technologie comparer à un site en

ligne. Où là par exemple, vous irez plus sur le METAVERS pour vous amuser peut-être, pour flâner dans le magasin et faire d'autres activités peut-être. Qu'aller sur un site en ligne où vous achèterez un produit, mais que là vous saurez quel produit acheter. C'est bien ça ?

I : Ouais, on va dire que... Ouais, Je pense que ça résume plutôt bien ma pensée, ouais.

R : Il y a des choses qui ne sont pas correctes ?

R : Ouais, je pense que non. Je pense que c'est bon.

I : Donc vous me confirmez que cela est bien correct ?

R : Ouais, ouais.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ? Sur ce que j'ai rajouté, sur des choses que j'ai omises. Des choses que vous trouvez importantes.

R : Non mais voilà. Ouais, j'estime que ... En résumé, j'estime que le METAVERS a un potentiel pour prendre une place de plus en plus importante dans la société. Maintenant, pour l'instant, c'est du potentiel. Il faut vraiment voir comment se serait exploité, enfin et comment, se serait technologiquement mis en place pour réussir à mettre, pour intégrer plein de fonctionnalités dans un univers dans lequel sont connectés en même temps des dizaines de milliers de joueurs en même temps voire plus. Voilà.

I : Et souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimé important et qui n'aurait pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Les dangers et les dérives du METAVERS. Mais bon, pour l'instant on n'est pas là, on est qu'au début. On en est qu'au début, mais bon, c'est vrai qu'autant se poser des questions. Je pense que se poser des questions des dangers, des impacts que cela pourrait avoir sur la société. Même si ce sont que des spéculations, ça pourrait être intéressant.

I : Pourquoi, vous en pensez quoi ?

R : Bah justement, c'est toute la question. Bah non, mais je veux dire, dès qu'il y a quelque chose de nouveau qui arrive, il faut quand même s'interroger sur la place que ça pourrait prendre quoi ? Et les impacts que cela pourraient avoir juste de manière générale.

I : Ouais, je ne sais pas, c'est votre avis. Et quoi, vous en pensez quoi vous des dangers qui pourraient être présents ? Ou des questions qu'il faudrait se poser. En tout cas, vous avez peut-être des idées sur la question vue que vous l'avez posée.

R : Ouais. A terme, je veux dire déjà.... Après ça dépend de plein de choses. Non mais je veux dire, on se retrouve déjà maintenant dans une situation où les gens, par exemple pour rester sur du commercial, où les gens ont tendance à aller plus facilement faire des achats en ligne que d'aller dans des magasins à proximité. Voilà. Donc avec l'intégration du METAVERS et d'intégration à ce METAVERS de fonctionnalités commerciales comme de faire des achats dessus. Est-ce que cela ne serait pas en mesure d'accentuer encore ce rapport entre les achats en ligne et les achats en matérialisé. Voilà. Enfin dans les magasins matériels, vous voyez ? Donc ça pourrait évidemment, si ça signifie que s'il commence à avoir moins d'achat dans les vrais magasins, enfin dans les vrais magasins, dans les magasins classiques on va dire. Ça pourrait mettre des gens, enfin fermer des magasins, des petits magasins qui pourraient faire faillite parce qu'il y a plus assez de monde qui vient chez eux et donc... Par conséquence, des gens qui

sont mis au chômage, mais bon là je pense qu'on va loin. Mais bon on peut vite y arriver, vous voyez ? Donc ça serait un aspect. Bah après, j'ai donc parlé de l'abus de confiance, les arnaques en ligne sont devenues monnaies courantes. A quel point ça serait sécurisé ? Bah, je ne sais pas, à partir du moment où n'importe qui pourrait se connecter, je ne sais pas. Des lors que certaines personnes mal attentionnées ont de bonnes notions en informatique ou des informations solides en informatique. Y a-t-il pas moyen de faire... De comment dire ... de tromper les gens ou de leurs mentir dans le but de leurs porter préjudice. Je ne sais pas. Les dangers pourraient se présenter de toutes sortes.

I : Vous avez encore d'autres types de danger ou pas spécialement qui vous viennent à l'esprit.

R : Comme ça ? Je ne sais pas. La place que ça prendrait et je veux dire bon...Comment dire... Lorsqu'on a les jeux en ligne, ils prennent déjà de la place, enfin je pense. Je veux dire le stockage des données des jeux en ligne, ça prend déjà de la place. Je pense dans les data Center qui sont quand même très énergivores. Dans le cas où on se retrouverait avec, imaginons, un METAVERS généralisé, enfin mondial, qui s'étend mondialement. On pourrait parler de l'aspect de la barrière de la langue aussi. Donc peut-être pas mondialement mais pays par pays. Quelle place ça prendrait encore ? Sûrement davantage de place sur des data centers puisqu'il faudrait, ça demanderait sûrement de stocker une quantité de données, une quantité de données de mémoire. J'imagine assez astronomique. Donc sachant ça et sachant qu'à côté de ça, il y a la fameuse crise écologique et climatique qui demande de faire des efforts sur l'énergie de manière générale. Est-ce que l'un, est ce que le développement du METAVERS s'inscrit dans une résolution de la crise climatique ? Je ne sais pas. Je n'en suis pas certain, mais bon.

I : Et la barrière de la langue, vous avez dit.

R : Non parce que je disais, parce qu'il y aura des interactions de tout le monde. Mais je veux dire, si je me promène et je veux parler à quelqu'un, mais. Je ne sais pas moi, je parle français et lui il parle le Chinois, je ne vais pas comprendre grand-chose. Après, justement le METAVERS pourrait, on a déjà des logiciels qui sont plus ou moins capables de le faire, pourraient traduire tout automatiquement. Je pense que maintenant, vu les connaissances et les technologies qui ont déjà été mises en place. Par exemple avec DEEPL, avec chatGPT et compagnie, avec Google traduction peut être, voilà. Enfin bref, y aura peut-être moyen de communiquer malgré la barrière de la langue.

I : Donc il y a quand même des avantages, il n'y a pas que des dangers.

R : Ah oui, enfin des avantages, oui. On peut toujours trouver des avantages.

I : Est-ce que tous ces dangers que vous venez de me citer. Est-ce que vous pensez que c'est pour ça que ça vous freine un peu à l'adoption de cette nouvelle technologie ? Est-ce que vous pensez que ça pourrait complètement l'annuler ? Qu'est-ce que vous pensez des conséquences de ces dangers ? Qu'est-ce que vous pensez qu'il va advenir de tout cela ? Qu'est-ce que vous pensez qu'il faudrait faire ? Qu'est-ce que vous en pensez en général de ces dangers-là ?

R : Des dangers. Enfin qu'est-ce que j'en pense des dangers ...

I : Est-ce que vous ça vous gêne pour le fait d'aller sur le METAVERS par exemple, déjà ?

R : Ah oui, ça me freinerait un peu. Mais bon, je pense que pour moi, à titre personnel, ce qui me freine le plus c'est que je ne connais pas et ce qu'on ne connaît pas généralement, on est quand même très méfiant, on a beaucoup d'appréhension.

I : Donc ce n'est pas vraiment ces dangers-là qui vous freinent ?

R : Ouais enfin, je pense que lorsqu'il y a quelque chose de nouveau, il faut quand même penser aux différents dangers potentiels. Mais là pour l'instant moi ce qui me freine c'est plus, c'est juste l'appréhension de l'inconnu.

I : D'un point de vue consommateur en tout cas, ce n'est pas ça qui vous dérange.

R : Pas tant que ça au final. De toute façon tous les outils faut les utiliser avec une relative prudence. Faut essayer en utilisant des outils, des logiciels, des services, etc, de connaître quand même leurs limites et ceux qui peuvent nous apporter et de connaître aussi leurs limites.

I : Ça vous apportera quoi d'avoir le METAVERS ?

R : Je ne sais pas. Tout synthétiser en un point. Avoir tout un tas de service au même endroit, au même moment.

I : Ça servira à quoi d'avoir tout ça au même endroit ?

R : Je ne sais pas en réalité. Ben ça simplifie tout quoi j'ai envie de dire. C'est comme ça que je le vois.

I : C'est quoi le tout ?

R : Ben je veux dire, on a toutes sorte de taches qui sont délocalisées. Enfin des taches, des activités. Donc on relocaliserait, on recentrerait toutes des activités en un point.

I : Et on gagnerait quoi à faire cela ?

R : Se serait plus facile, j'ai envie de te dire. On gagnerait quoi à faire ça ? Bah se serait plus simple, peut-être plus simple.

I : Je ne sais pas, je vous pose la question.

R : Bah je pense que ce serait plus simple. Peut-être plus simple. Je ne sais pas comment ça se mettrait en place.

I : Alors, aimeriez-vous encore ajouté quelques choses ?

R : Je pense qu'on en a déjà assez dit.

I : Ok, alors pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Profession, âge, et cetera.

R : J'ai 24 ans, je suis au chômage. Non, je suis aux études plutôt. Je suis en master 2 en ingénieur en construction. Voilà. Et des informations me concernant à part ça ?

I : Hobby par exemple.

R : En dehors de tout ce qui a été dit. Il n'y a pas grand-chose à dire.

I : Alors merci d'avoir participé à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir

R : Au revoir.

3.5. Interview 5 (John, 27 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 5 : Oui, j'ai compris et je suis d'accord de participer.

I : D'accord, je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non, je n'ai pas de questions.

I : OK. Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Super bien.

I : Qu'est-ce que vous avez fait de beau on va dire ?

R : Alors ce matin, je me suis réveillé et j'ai été à Louvain-La-Neuve pour aller chercher mon GSM que j'ai perdu à la fête des 24 h, à Louvain-La-Neuve, il y a plus de 3 semaines. Je suis arrivé à la police et là ils me disent qu'ils n'ont plus mon GSM, donc ils m'ont envoyé sur le site de Louvain-La-Neuve donc ils m'ont envoyé sur le site du commissariat d'Ottignies. Donc je passe ça va, ce n'est pas très loin en voiture. C'était à 12 Min. Et puis là-bas, quand je suis arrivé, ils m'ont dit qu'il n'y avait plus mon GSM. Donc j'ai un peu fait la route pour rien pour mon GSM. Mais aujourd'hui je devais aller quand même à Ottignies pour aller chercher un gros livre de biologie. Et je l'ai acheté sur internet et c'était une personne qui me l'a apporté.

I : Et pourquoi vous êtes perdue sans votre GSM ?

R : Je l'ai utilisé pour faire la route pour l'application Waze, pour mettre le GPS. Mais sinon sans l'application, oui je serai perdu.

I : Non mais je veux dire, vous êtes perdue parce que vous allez chercher votre GSM, que vous avez perdu, mais vous aurez... Non, mais vous êtes perdue sans GSM, je veux dire. Sans l'avoir sur vous, avoir un GSM, est ce que vous êtes ...

R : Oui, oui, oui. Parce que je l'utilise pas mal pour ... Je l'utilise beaucoup moins qu'avant, mais ces temps-ci, je vois pas mal d'amis et sans mon GSM bah je ne pourrais pas leur dire à quelle heure on se voit. Je fais du sport, donc le matin on ne sait pas à quelle heure on va au sport, qui vient chercher qui, comment on fait, etc. Donc si je n'avais pas mon GSM cela serait compliqué. Et surtout avec mes parents, comme j'habite encore chez mes parents et que je voyage beaucoup. Ben j'en ai besoin pour leurs téléphoner, pour leurs demander des trucs etc. Oui, donc sans mon GSM, je suis perdu, je serais perdu pour l'instant.

I : Alors, comment se passe une de vos journées type ?

R : Une journée type. Bah ces temps-ci, ma journée type c'est surtout je me réveille vers 08h30 et puis après je vais à la salle avec un ami et puis après... On va souvent pendant 2 h à la salle on fait notre sport et puis on prend notre douche et puis on rentre chez soi. On arrive, j'arrive souvent vers 11h00. Ben je prépare à manger parce que j'ai hâte... je prépare à manger ou j'aide ma mère à préparer à manger pour 12h00. Puis l'après-midi, je fais des recherches d'emploi sur Internet puisque je suis en plein dans la recherche d'emploi et je mets 2-3 h. Et puis après, je fais mes loisirs. C'est une petite série, une lecture, et cetera. Et mais parfois, ça c'est ma journée type. Mais parfois, si mon père a du travail à me donner dans le jardin, bah mon après-midi c'est ça en fait. Je travaille dans mon jardin. C'est aller, c'est une fois ou 2 fois par semaine, je travaille dans mon jardin.

I : Et est-ce que la journée que vous avez décrite, elle est représentative de vos activités en général ?

R : Pour l'instant oui

I : OK. Alors arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : Tous les jours.

I : Tous les jours... Pour quelles raisons ?

R : Parce que je lis énormément de mangas et la seule façon de les lire c'est sur mon GSM. Bah pour les lire, c'est sur internet.

I : Il n'y a pas de livre ?

R : Si je les ai, bah il faut déjà les acheter, mais sur internet, ils sont à l'avance du livre en fait.

I : Et quoi, il ne faut pas les acheter ?

R : Moi j'aimerais bien si je pouvais, je les achèterais tous.

I : Non, mais en ligne. Sur internet, il ne faut pas les acheter ?

R : En ligne ? Non, c'est des lectures comme ça. Comme si on regardait un streaming. C'est un site sur lequel tu peux lire n'importe quel manga qui existe.

I : Alors vous arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ?

R : Ouais, Facebook, Instagram, Snapchat.

I : À quelle fréquence ? Et pour quelles raisons ?

R : Facebook, c'est surtout pour Messenger qu'on s'envoie des messages avec des potes et on communique par Messenger. Snapchat, c'est aussi la même chose. C'est pour des amis, mais beaucoup moins. Je dirais que j'ai que 2 amis à qui je parle sur Snapchat tandis que sur Facebook j'en ai beaucoup plus. Et Instagram, c'est pour scroller les réels, les trucs débiles, des petites vidéos débiles mais qui font rire. Et le temps je dirais, allez, je peux perdre, si on fait la somme de tout, 2 à 3 h par jour.

I : OK, alors arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : J'ai Amazone prime, je l'utilise parfois mais c'est très rare.

I : À quelle fréquence ? Exceptionnellement ?

R : Exceptionnellement, quand j'ai besoin de faire un cadeau, et cetera. Ouais, j'utilise Amazon prime.

I : OK, Vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Avant oui, mais plus maintenant. Je ne joue pas vraiment sur mon GSM. Et je ne joue pas sur mon ordinateur non plus.

I : Alors, vous considérez-vous comme une personne connectée ?

R : Non.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce qu'il y a toujours ... je connais les bases des réseaux sociaux, mais... comment dire ça ? Parfois, je vois des gens faire des stories de malades avec des photos, différentes photos, ou bien qui font des réels, et cetera. Je suis incapable de le faire. Franchement, je sais même pas du tout comment on fait. Donc, je ne suis pas vraiment à jour dans toutes les applications de réseaux sociaux. Mais je l'utilise que pour parler avec des gens, mais je ne suis pas H24 dessus, je ne suis pas vraiment connecté, on se parle souvent le soir entre les potes, on nous dit qu'est-ce qu'on fait, et cetera. Et puis après la journée, je n'ai pas vraiment de discussion avec les gens.

I : Alors racontez-moi votre dernière expérience d'achat en ligne, qu'avez-vous aimé, pas aimé dans cette expérience et pourquoi ?

R : Ma dernière expérience, c'est mon pull que je porte aujourd'hui. C'était sur le site temu. Et c'était bien. Je suis content de mon pull. Ça a été assez vite. Ben beaucoup moins vite que Amazon, mais ça a été le temps de livraison, et cetera, ça a été vite et ils l'ont bien livré en bon état et cetera.

I : Donc, à part la qualité, la rapidité de l'exécution, il n'y a rien d'autre que vous avez aimé et/ou pas aimé ? Pourquoi avoir fait votre achat sur ce site-là ?

R : Parce que je cherchais un certain type de pull. Je cherchais un certain type de pull mais il n'y avait que sur ce site là que j'avais vu ce type. C'est parce que c'est un pull, c'est un genre Coréen un petit peu et donc c'est le seul endroit où j'ai trouvé. Bien sûr, sur le site, il y a tellement de choses que tu as envie d'acheter. Plus qu'un, j'ai acheté 2 pulls mais tu as envie d'en acheter 3 ou 4-5 mais moi ce que je regarde d'abord sur le site, c'est le prix déjà des articles et puis après je ne prends que sur lequel je flash directement et voilà.

I : OK. Et donc ...

R : Mais à part ça, l'application en elle-même. C'est une application comme n'importe laquelle, comme Amazon.

I : C'est à dire ?

R : Très facile à utiliser. Il y a tout le temps un petit click qu'on peut cocher rajouter au panier. Puis au panier tu cliques sur payer et puis tu indiques tes coordonnées, ton adresse pour la livraison et puis après tu mets tes informations de ta carte bancaire. C'est bien protégé, t'as toujours la protection via, comme moi je suis allé à la banque BNP, c'est tout le temps mon petit boîtier pour indiquer les codes. Donc, c'est bien protégé. C'est facile d'utilisation.

I : Vous m'avez dit que c'était exceptionnellement pour réaliser vos achats en ligne.

R : Oui

I : Ok, et donc quel facteur influence votre choix de faire vos achats en ligne justement, outre le fait que vous ne trouvez pas votre pull en magasin physique, on va dire. Qu'est-ce qui vous pousse à faire vos achats en ligne ? Et pourquoi tel site et pourquoi pas un autre site ? Un peu votre avis global sur le sujet.

R : Bah comme j'achète rarement d'achat en ligne. Je préfère aller dans les magasins mais j'étais attiré de faire cet achat parce que c'était un modèle que je ne voyais pas en magasin.

I : Mais pourquoi ? Mais je ne parle pas que de cet achat, mais en général pour vos achats que vous avez déjà effectués. Pas que ce dernier achat.

R : C'est souvent pour le prix. Parce qu'en ligne, c'est souvent moins cher que dans les magasins.

I : Donc c'est juste une question de prix ?

R : Ouais.

I : Rien d'autre ?

R : Et aussi en fonction, il y a plus de choix en ligne que dans le magasin.

I : OK

R : Mais à part ça, non je ne vois pas.

I : Il n'y a pas des avantages ou des inconvénients qui ...

R : Ça va vite parce que j'aime. Quand on va dans un magasin sur place. Ben on se dit, on est attiré : Oh y a ça, oh il y a ça, oh y a ça, oh y a un magasin à côté du magasin, où y a ... et ça je n'aime pas faire le shopping. Moi quand je dois faire des achats, je préfère aller droit au but. Quand j'ai besoin d'un pull, je vais voir mon magasin où il y a des pulls, je ne vais pas m'arrêter à : oh y a un magasin de jouets.

I : Mais vous n'êtes pas obligés de vous arrêter si vous n'aimez pas.

R : Mais je n'y vais jamais seul. Et quand t'es accompagné, c'est souvent : on s'arrête là où on s'arrête là, on s'arrête là.

I : Donc vous n'allez pas faire vos achats seul ?

R : Si, si, mais je ne le fais pas.

I : Pour quelles raisons ?

R : Si je dois faire un achat pour moi, je préfère le faire seul qu'accompagner.

I : Ouais mais vous avez dit que vous ne faites jamais vos achats seul.

R : Parce que pour l'instant, j'habite encore chez mes parents et ce sont mes parents qui payent mes habits.

I : Donc ceci, explique cela.

R : Voilà. Et quand je fais des courses avec mes parents, ma mère aime regarder des magasins à côté.

I : Donc c'est un gain de temps de le faire en ligne, on va dire.

R : Mais je sais que plus tard quand je vais commencer à gagner ma vie, bah je ferai mes courses. Mais je sais très bien que là, quand je ferai mes courses, ce sera droit au but. J'ai besoin de ça, ça et ça.

I : Ok, rien d'autre ?

R : Non.

I : Que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : C'est-à-dire ?

I : des nouvelles technologies donc... je ne sais pas moi. Par exemple, la réalité augmentée. C'est utiliser son GSM pour voir son meuble dans sa maison, exemple ou faire des livraisons grâce à des drones, des choses comme ça.

R : Ça serait super intéressant.

I : En général, qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Moi j'aime tout ce qui est innovation. Franchement ça me plaît énormément.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que ça montre l'évolution de l'homme. C'est bête à penser, mais ça montre qu'on arrive encore à inventer des choses. Comme par exemple, j'ai entendu aux infos, il n'y a pas longtemps, ils ont, les Chinois, créé des taxis volants. Donc ce sont des drones qui vont faire office de taxi et sont en plein essai et cetera, et ça a été validé. Ce n'est pas encore sur le marché, mais c'est leur futur marché qui va arriver dans pas longtemps. Donc moi je trouve ça, c'est une évolution de malade et ça je trouve ça ...

I : Et là, si on ne parle que d'achats en ligne, c'est la même chose ?

R : Ce serait la même chose oui. On pourra recevoir un drone qui nous apporte notre colis et ça oui c'est chouette, mais ce serait dommage qu'il y aura des gens qui vont perdre leur emploi et cetera. Et si on pense du point de vue humain, toute nouvelle technologie, bah ça fait perdre des emplois à d'autres personnes. Mais bon, c'est la vie. Et moi ça me plaît, tout ce qui est innovation. La technologie et ça, ça me plaît énormément.

I : Alors à quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ? Vous pouvez me donner plusieurs exemples.

R : Quelle marque ?

I : En ligne. Quelle marque en ligne. Et qu'est-ce que vous en pensez de celle-ci. Vous pouvez m'en dire plusieurs.

R : Des marques d'habits ?

I : N'importe. Celles qui vous viennent à l'esprit.

R : Oukitel.

I : Pardon.

R : Oukitel, c'est une marque GSM. C'est l'avant dernier GSM que j'ai acheté. C'était un smartphone pas très cher et c'était très bien.

I : Vous l'avez acheté en ligne ?

R : Oui, je l'ai acheté sur Amazon. Et oui, je ne connaissais pas du tout cette marque, mais à ce moment-là, j'étais plutôt axé sur le pas trop cher. Et ce qui était bien, c'est le GSM en question, bah il y avait toutes les ... y avait l'empreinte digitale à moins de 100€. Il y avait empreinte digitale, y avait reconnaissance faciale. Le seul truc qu'il n'y a pas, c'est que c'est moi-même qui devait me rajouter toutes les applications que j'utilise. Ben ça, ce n'est pas compliqué à faire. On va sur le Google Play sur ton smartphone. Ah normalement Google Play et à partir de là, tu installes toutes les applications dont tu as besoin. Bon c'est vrai que j'ai dû installer une calculatrice, un réveil, et cetera, parce que dans les GSM qu'on achète directement dans les magasins, toutes ces applications comme réveil, musique, YouTube, Gmail et cetera, ben c'est déjà installé. Tandis que sur Oukitel, c'est un GSM vierge et il n'y a pas beaucoup d'applications.

I : Donc grâce aux achats en ligne, ça vous a permis de découvrir des nouvelles marques ?

R : Une nouvelle marque, oui. Que je ne connaissais pas du tout. Et j'ai pas du tout été déçu.

I : Vous avez d'autres exemples à me donner ou ...

R : Il y a celle-là. Bah la 2e marque, je ne sais pas si c'est une marque mais c'est le site TEMU. Bon je suis très content du pull mais la qualité, ce n'est pas ça. J'en ai acheté un en vrai. J'ai trouvé un pull qui ressemble plus ou moins mais avec un autre motif. Et la qualité est bien meilleure, elle est bien meilleure même quand je la passe à la machine à laver, il ressort beau, il ressort bien. Là, ça ne fait pas longtemps que je l'ai. Ça doit faire, aller 3 mois, un mois, que je l'ai et on voit qu'il vieillit mal.

I : Alors maintenant je vais vous montrer une petite vidéo. Regardez-la attentivement.

//VIDEO GUCCI : Achat en ligne //

I : Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : J'ai vu la marque, j'ai vu un site sur la marque Gucci. Bah c'est leur page de mise en vente, c'est là où ils mettent leurs produits. Où on peut faire un, on peut cliquer pour acheter ce qu'on voudrait. Déjà pour voir ce qu'ils proposent et puis cliquer dessus pour acheter en ligne sûrement. Et il y a pour toutes les catégories. Il y a hommes, femmes, enfants. Et puis y a les côtés sacs à main, il y a peut-être une joaillerie. Il y a plusieurs... Il n'y a pas que les sacs, y a d'autres produits Gucci. Puis après tout à la fin, ben dès qu'on clique sur une icône, ça ouvre une autre page. Ou bien par exemple, si on clique sur un produit, on peut le zoomer ou dézoomer. Tu vois mieux le produit en question. On voit un peu du 3D je dirais, ou le sac on peut le faire comme un streetview, tu peux le tourner. Et puis à la fin, bah il y a sûrement, il y a toutes les données, infos, contacts, et cetera, tout en noir.

I : Ok, et qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé ?

R : Bah la mise en page est très bien, bah y a des mannequins et oui les mannequins sont attirants. Ils ont un style. Et puis Gucci, c'est quand même une marque de prestige, c'est une grosse marque donc c'est... Ils doivent montrer que c'est du Waouh. Et ce que j'ai moins aimé, c'est le fait que ça allait trop vite pour la vidéo. Je n'avais pas le temps de lire tout ce qui était inscrit.

I : Moi je ne parle pas de la vidéo. Ouais bon, en vrai vous pouvez me donner votre avis mais je parle plus du site. Qu'est-ce que vous pouvez y faire, si ça ...

R : Je pense qu'il y a beaucoup d'informations. Je n'ai pas vu si on pouvait, comment ça se passait lorsqu'on achète, comment ça se passe le paiement et cetera. Donc oui y a, mais non, je pense que le site en soi, il est complet. Et il explique bien ce qu'ils vendent.

I : Et qu'est-ce que vous avez bien aimé ? Ou pas aimé.

R : ça à l'air... Bon, la mise en page, il faut savoir, il faut déjà connaître que pour avoir accès aux trois petites lignes, c'est souvent... bah surtout mon père, il saurait pas du tout comment, par exemple, on sait que Gucci a des sacs, des bijoux et d'autres trucs. Et là sur la page la première page, je trouvais qu'il y a, ou c'est moi qui n'ai pas fait attention, mais je trouvais qu'on ne voyait pas directement sur quoi cliquer, où se trouvaient les articles. Et puis à droite, j'ai vu qu'ils ont cliqué directement à droite dans la recherche, et sur la recherche, puis là il montrait homme, femme, enfant, et cetera. Je trouve qu'ils auraient dû mettre ça, en grand sur leur page. Après ça, non en soi le site est correct.

I : Ok, est-ce que c'est représentatif des expériences d'achat en ligne ?

R : Non. Pas pour... Amazon, c'est pas du tout comme ça. Amazon c'est une grande page, tu marques dans la barre de recherche ceux dont tu as besoin et puis après il met tous les articles qui existent et puis après en mettant... en plus il n'y a pas de... et puis quand tu cliques dessus tu arrives directement sur la page de données avec toutes les informations de l'article. Et puis c'est tout, tu ne dois pas recliquer une deuxième fois pour ouvrir une autre page. Moi, c'est comme ça que je vois les choses. Ouais, je trouve que sur le truc Amazon c'est plus simple.

I : Non mais est-ce que c'est représentatif ? Mais ça, c'était peut-être avant que vous auriez pu en parler, qu'est-ce que vous aviez aimé par exemple sur le site. Vous auriez pu dire que c'était plus simple par exemple.

R : Ouais mais on ne m'a pas demandé de comparer avec un autre site.

I : Ouais mais c'était votre avis global sur l'expérience donc si vous trouvez que c'était moins bien fait, vous aurez pu le dire. Vous pouvez dire des choses comme ça quoi.

R : Mais ce n'est pas que c'est mal fait, c'est juste que Amazon, c'est plus simple à utiliser. Maintenant si je dois faire une comparaison, oui c'est plus... Gucci, Bah il faut plus de temps à savoir où sont les choses, à regarder, et cetera. Ça a été vite, donc pour moi peut-être quand je prends mon temps, ça va être plus simple, mais pour l'instant oui. Moi je trouve que le site Gucci est plus complexe que le site Amazon.

I : Et comparé au site Amazon, par exemple, est-ce qu'il y a des choses que vous préférez encore ou qu'il y a des différences qui vous ont frappées, dérangées ?

R : Oui, sur la page Gucci, il y avait des endroits où c'étaient des photos animées, tandis que sur Amazon on n'a pas ça du tout, c'est juste l'article et ce n'est pas animé.

I : Et ça vous préférez ?

R : C'est une comparaison. Ça donne bien, mais les 3 images, les 2 images en même temps qui bougeaient, c'est quand même, c'est un peu, ... Tu ne savais pas laquelle regarder des deux. Et en plus y avait 3 images l'une à côté de l'autre. Et la dernière ne bougeait pas, je pense bien. Puis les 2. Non, je préfère le site Amazon où c'est simple, ça va directement. C'est très simple à faire, c'est plus simple à utiliser.

I : Est-ce que c'est représentatif des achats en ligne ? Ce que vous venez de voir. Oui ou non ?

R : Oui

I : Alors quel mot vous évoque le mot METAVERS ?

R : METAVERS. Verse, c'est l'univers. Je me réfère avec les séries que je vois à la télé, le multiverse. Qui il y a différents mondes. Méta, ça ne me dit rien à part ça.

I : À part multivers, ça ne vous dit rien ?

R : Non

I : Alors connaissez-vous le METAVERS ?

R : Non

I : Donc je vais vous montrer une petite vidéo encore. Voilà, Regardez attentivement également. C'est une petite vidéo d'un METAVERS.

//VIDEO GUCCI METAVERSMETAVERS//

I : Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Un monde imaginaire où on peut se balader dans différents magasins. On peut faire sûrement des achats. On dirait une sorte de jeu vidéo, où tu te balades dans le monde qu'ils ont créé. C'est un monde imaginaire dans lequel on peut faire différents achats. On dirait qu'on est dans un monde de jeux.

I : Qu'est-ce que vous avez vu ?

R : C'est des personnages que l'on guide soi-même. On guide le personnage dans différents magasins et là quand tu rentres dans un magasin tu peux faire des achats et avant de faire l'achat, tu peux l'essayer sur ton petit bonhomme. Ton petit, allez comment on dit ça. Ton petit avatar. Et voir si ça va bien à l'avatar ou pas.

I : Et vous avez vu que ça ?

R : Non, j'ai vu aussi d'autres pièces où y a des grandes pièces dans lesquelles tu te balades. Y avait des piscines, y avait, il y avait des jardins, il y avait différents bâtiments. Oui, on dirait qu'on est clairement dans un monde de jeux vidéo.

I : Ok, et qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé ?

R : Bah le graphisme j'aimais pas du tout.

I : Pour quelles raisons ?

R : C'est trop carré. Maintenant on peut faire des beaux graphismes plus ou moins représentatifs de l'être humain. Faire des...

I : Au début de la vidéo, je pense qu'ils n'étaient pas carrés.

R : Moi je trouve qu'ils sont... C'est un, c'est un, allez-y à un jeu comme ça qui existe avec des petits bonhommes.

I : C'est Minecraft

R : Minecraft voilà. Bah ça ressemble. Minecraft, c'est encore plus carré mais je trouve que c'est un peu près le même univers tandis que si on compare ça à Call of Duty. Ben les personnages dans Call of Duty, C'est beaucoup mieux. Le design est plus prononcé, il est mieux, il a plus de détails. Voilà, je préfère un graphisme comme dans Call of Duty qu'un Minecraft.

I : Et à part ça, il n'y a pas d'autres choses que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : C'est juste le... Je n'ai juste pas aimé le graphisme mais à part ça, en soit le principe c'est bien fait, comment il bouge, il y a une vision de 360° ! Franchement ce n'est pas mal. On dirait qu'il y a parfois du 3D.

I : En quoi est-ce pareil ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ?

R : Quand j'ai fait mon achat en ligne, je ne me baladais pas dans le magasin. J'étais directement sur la page avec l'article. Tandis que là c'est : tu rentres dans le magasin, tu vas avoir l'article, tu cliques sur l'article et puis après ... Non, c'est différent.

I : Du coup, vous avez une préférence, des craintes ?

R : Moi si je dois faire un achat en ligne, je préfère directement arriver sur la page dans laquelle il y a l'article avec toute sa description, et cetera, son prix et comment faire pour payer. Tout le fait de voyager dans le monde du magasin, voire en 3D des choses, et cetera. Si c'est pour faire ça, c'est mieux d'aller sur place.

I : Mais pourquoi ?

R : Parce que moi, je trouve que pour voir, comme je l'ai dit, pour voir les choses en 3D, je préfère le faire dans le magasin que et comme j'ai dit, je vais...

I : Pourquoi ?

R : Pourquoi ?

I : Ben oui, pourquoi ? Il y a bien une raison pour laquelle vous préférez. Si pour faire un achat au lieu de se balader dans le jeu virtuel, on va dire, vous préférez aller en physique dans un vrai magasin. Il y a une raison.

R : Parce qu'on bouge, parce que tu bouges toi-même. Tu n'es pas derrière un écran ou c'est toi qui bouge le petit bonhomme. Là, il y a une présence physique. Voilà, et si je dois faire un achat en ligne, je préfère directement une page dans laquelle il y a directement mon article et puis voilà. Mais si je me baladais dans un monde comme ça, bah je préfère jouer que faire mes achats en ligne.

I : Oui mais par exemple, là vous pouvez jouer en même temps que faire vos achats en ligne.

R : Je préfère séparer les choses.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que jouer pour moi ce n'est pas faire des achats. C'est s'amuser, passer du temps libre, c'est plutôt s'amuser. Si j'ai envie de m'amuser et que j'aime bien les jeux vidéo, je préfère jouer à un jeu vidéo, que jouer en faisant les magasins. Déjà que faire des magasins...

I : Oui mais là sur le côté vous pouvez jouer. Et en même temps vous faire après vos achats.

R : Ouais mais non, franchement achat c'est plutôt une page...

I : Vous préférez faire deux choses séparées.

R : une page avec mes achats en ligne, mes articles dont j'ai besoin et puis c'est tout. Et puis. Si je veux balader dans un monde comme ça, je préfère le faire en vrai.

I : Mais pour quelles raisons ?

R : Parce qu'en vrai, il y a tout le temps plus de détails que pour du faux.

I : C'est-à-dire ?

R : Ben le paysage, il est différent. Tu pourras... Tandis que sur l'ordinateur, le paysage est tout le temps le même. Et oui on peut le faire varier, mais tandis qu'en vrai il y a des choses différentes. Tu ne vois pas les mêmes personnes tandis que là tu verras tout le temps les mêmes avatars qui se baladent. Tandis que quand on va en vrai, Ben on verra d'autres personnes.

I : Mais là aussi, vous allez voir d'autres personnes.

R : Oui mais tout le temps les mêmes avatars. Là ce seront des avatars individuels. Quand on fait une course en vrai ça sera une famille devant toi. Tu n'auras pas juste un avatar qui fait sa course. Non. T'auras une famille, ses enfants, la maman, le papa, les enfants, le bébé, et cetera, le chien, le chat, et cetera. Non, pour faire des achats en ligne, je préfère avoir une page comme Amazon ou comme Gucci, que d'être rentré dans un monde virtuel et faire mes achats. Peut-être parce que pour l'instant, peut-être si ça se développe beaucoup plus, je serais plus attiré par

ça. Mais pour l'instant je reste sur ma position que le fait de faire mes achats, c'est plutôt avec un site tout simple. Ça c'est plus complexe.

I : Et vous avez dit que si ça se développe, qu'est-ce que vous entendez par ça. Vous irez peut-être ?

R : Oui, si on a accès à cette nouvelle technologie facilement. Oui, pourquoi pas j'essaierai. Et peut-être que j'aimerais plus. Mais pour l'instant acheter... Ça doit sûrement fonctionner avec des casques VR, des trucs comme ça. Bah le casque VR coûte déjà 800€. Ça coûte cher cette nouvelle technologie. Tandis que si on avait accès plus facilement à cette nouvelle technologie ou genre pas très cher, 100€, 200€ ou même 50€, bien sûr ça ne sera jamais 50€, Bah ce serait plus attractif. Je serai plus, je serai plus tenté d'essayer.

I : Et est-ce qu'il y a des choses qui sont pareilles ou différentes des achats en ligne, d'autres choses que, outre le fait que les achats en ligne, vous allez directement rechercher le produit que vous voulez et là c'est plus se balader. Y a-t-il d'autres ressemblances ou des différences ?

R : Y a des ressemblances quand tu cliquais sur l'article. Tu avais la description de l'article, t'avais l'article puis la description de l'article, ça c'est une chose que dans n'importe quel autre site d'achat. Tu cliques sur l'article et puis tu as toute la description.

I : Et ça vous en pensez quoi ?

R : C'est très bien, c'est ça qu'il faut. Franchement quand on fait des achats en ligne, il faut l'article et sa description. Et puis, il y a des différences, là je ne sais pas, je n'ai pas vu mais dans un ancien site d'achat, on peut laisser, les clients peuvent laisser des commentaires donc peuvent avoir un avis sur l'article en question. Là pour l'instant c'était juste l'article avec la description mais sans plus. Donc tu n'avais pas d'avis de personnes qui ont déjà acheté l'article et cetera, donc ça c'est différent.

I : Ok, et en quoi est-ce différent ou pareil des achats en ligne ? Que vous avez visionné de la première vidéo.

R : La première vidéo avec la 2e vidéo ? la différence ? ou la même chose ?

I : Oui, des différences et des ressemblances.

R : Ressemblance, c'est que la marque Gucci est tout le temps en grand, très, très grand. Dans le site, c'était en gros caractère et dans le jeu, la façade du magasin, c'était Gucci en gros caractère pour montrer la marque. Ça, c'était une ressemblance et puis voilà. La différence, c'est que là on est vraiment dans un monde 3D, tandis que le bête site, on est sur un monde 2D.

I : Et vous avez une préférence ?

R : Oui, le 2D pour les achats en ligne, mais j'adore le monde 3D qu'on fait pour des jeux.

I : Et pourquoi vous préférez le 2D pour les achats en ligne ?

R : C'est plus simple, c'est moins complexe. Voilà.

I : C'est-à-dire c'est plus simple ? Comment ça ?

R : C'est plus simple d'utilisation. C'est beaucoup plus simple d'utilisation. Là, tu descends la page, tu as tous les articles qui existent si tu cliques dessus. Dans le monde 3D, tu es obligé

d'ouvrir la boîte puis cliquer pour la refermer puis aller plus loin. Tu les vois les articles, mais t'es obligé de cliquer dessus pour avoir plus d'informations sur l'article.

I : OK et si par exemple vous avez parlé de commentaires. Que justement sur les sites en ligne, vous avez les commentaires et si maintenant je vous dis que dans le METAVERS justement vous pouvez parler à d'autres avatars ? Et leurs demander justement leurs avis sur le produit directement ou même à un avatar qui serait peut-être un vendeur de la marque pour avoir un avis ou des informations.

R : Oui ça peut être intéressant. Oui, c'est oui, ça bien sûr, mais il faudra aller demander le commentaire, tandis que les achats en ligne avec un site en normal, tu n'as pas besoin de demander, tu vois directement les commentaires. Là, tu ne devras pas faire : oui, bon je voudrais bien avoir les commentaires, savoir un peu plus sur cet article. Alors moi, je préfère directement voir les commentaires en direct sans demander au vendeur et cetera.

I : Ok, et si vous aviez le choix, sur quel site Gucci vous connecteriez vous et pourquoi ?

R : De la première vidéo puisque c'est moins complexe à utiliser.

I : Ok, par facilité ?

R : Par facilité

I : Uniquement ?

R : Par facilité et par l'esthétique, je trouve que c'est plus attractif le premier site que le monde en 3D. Peut-être, s'il l'améliore, ça pourrait être marrant de le faire.

I : Qu'est-ce qui vous dérange ?

R : Je n'aimais pas les graphismes.

I : Pour quelles raisons ?

R : Pas assez de détails. Très basiques. Tandis que sur le site de Gucci, le site de la première vidéo. Bah il y avait différentes couleurs, on voyait mieux les articles. Même les mannequins, leurs visages, on voyait que ce sont des êtres humains. Tandis que là, sur l'autre site en 3D, ben le visage des humains, c'était genre un ovale, et oui on pourra sûrement choisir la couleur. On peut customiser l'avatar, mais à part ça, je préférais le premier site.

R : Ok et quelle expérience vous a paru la plus intéressante et pourquoi ?

I : Pour l'étude, je ne connaissais pas le monde METAVERS, donc c'était intéressant. Ça c'est intéressant de savoir qu'ils font ça et j'espère qu'ils vont l'améliorer. Mais le site que j'utiliserai plus...

I : Ouais, mais de façon intéressante, c'est parce que vous préférez la 2e, parce que vous ne connaissiez pas.

R : Voilà

I : OK. Est-ce que c'est important pour des marques telles que Gucci d'être présent sur le METAVERS ?

R : Pour faire... oui, c'est toujours intéressant pour attirer des clients. Parce qu'il y a beaucoup de jeunes maintenant, ils jouent à des trucs, à des sites comme ça, en ligne où ils peuvent sûrement avoir accès à telle marque, à tel magasin, ça doit exister. Et oui, ils doivent le faire s'ils veulent rester... Oui, ils doivent le faire. Pour eux, c'est intéressant d'être sur le METAVERS.

I : Donc, par obligation et pour être plus connus.

R : Oui

I : Et pour d'autres types de marques ?

R : Toutes les marques devraient le faire.

I : Toutes les marques ?

R : Ouais, par exemple on joue à Call of Duty, à un moment tu tombes sur une marque dans le monde que tu es. Tu as une marque, tu as un Pizza Hut. Vous voyez ? Ce serait marrant. Et puis tu te dis : ah. Et puis les gens qui vont jouer vont dire : Ah j'aimerais bien une pizza, on va appeler Pizza Hut ce soir juste pour le fait.

I : Et là, si je vous dis justement que vous pourrez aller dans le jeu et commander votre pizza dans le jeu et qu'elle arriverait en vrai ?

R : Ben oui. Ben oui justement, c'est ça qui est. Bah oui, c'est le METAVERS, c'est intéressant. Mais moi je ne suis pas encore là, je ne suis pas vraiment très jeu, comme je vous ai expliqué. Je ne joue pas beaucoup sur mon GSM et cetera. Je suis encore de la vieille école, où c'est des livres, beaucoup les livres. Ou bien lire énormément sur mon ordi.

I : Alors, c'est pour ça que vous n'irez pas trop dessus ?

R : Voilà, oui.

I : Dû au fait que vous ne jouez pas.

R : Mais si j'étais un joueur, je pense que j'aimerais bien et j'adorerais faire ça.

I : Et que pensez-vous des entreprises qui utilisent, qui sont présentes sur le METAVERS ?

R : Ben elles ont raison de faire ça hein. C'est comme ça qu'elles vont rester, qu'elles vont encore plus s'agrandir, qu'elles vont rester à jour. Oui, il faut qu'ils le fassent.

I : OK donc c'est bien pour elles ? C'est une bonne image ?

R : Ouais c'est une bonne image.

I : De manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Je trouve ça super intéressant pour jouer, pour s'amuser. Franchement, c'est vraiment chouette. Mais il ne faut pas que les gens restent derrière leur écran et ne fassent plus rien. Parce que sinon, ça va les... ça va les rendre fous de rester derrière un ordi, ils ne prendront plus l'air, plus se balader, ils deviendraient gros. Non, il faut faire la part des choses. Tu peux rester un petit peu dessus mais ça reste un outil de jeu. Même faire des courses, c'est un outil de jeu. Ce n'est pas, ce n'est pas la vraie vie pour moi.

I : Ok, donc pour clôturer résumer cet entretien, vous pensez donc que le METAVERS c'est quelque chose qui sera intéressant dans le futur, mais qui devra toujours rester dans le domaine du jeu. En tout cas pour vous. Que c'est intéressant, que ça peut être amusant, divertissant, mais que pour des tâches comme faire ses achats, ce serait toujours rester en...

R : Oui il faut que la partie humaine reste quand on fait ses achats.

I : La partie humaine ?

R : Bah le fait de se bouger, de prendre la voiture, d'aller jusqu'au magasin.

I : Il ne faut pas que les gens perdent les activités physiques ? Et c'est ça qui vous dérange ?

R : Ouais, pour s'amuser c'est chouette, mais juste pour faire ses courses, et cetera. Non, à un moment.

I : Et donc vous préférez toujours des sites d'achats en ligne, parce que là c'est plus rapide on va dire plus simple et plus efficace, pour vous. Que le 2e, que le METAVERS ou là ce serait plus, on va flâner, on va juste regarder mais on perdrait du temps et ce serait compliqué d'utilisation pour juste réaliser des achats.

R : Oui, oui.

I : Alors pourriez-vous me confirmer que cela est bien correct ?

R : Oui, je confirme que cela est bien correct.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non, je ne souhaite pas.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non. Je ne suis pas calé sur le METAVERS. Vous m'avez appris quelque chose. Donc non, c'est très bien.

I : Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?

R : Ah, j'ai peut-être une question. Est-ce qu'on utilise déjà beaucoup le METAVERS ou pas ? Est-ce que vous savez me dire si on utilise déjà ou pas ?

I : Pas excessivement, on va dire. On est qu'au début de la technologie.

R : OK.

I : Pourriez-vous me partager quelques informations vous concernant ? C'est-à-dire, profession, âge, et cetera. C'est anonyme.

R : Ok. Alors, j'ai 27 ans. La profession, je suis chercheur d'emploi dans le domaine pharmaceutique. Activité, j'adore le sport, les soirées avec les amis, la lecture, les voyages. Et puis voilà.

I : Ok, merci d'avoir participé à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : Au revoir.

3.6. Interview 6 (Enguerrand, 25 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 6 : Oui je suis d'accord et j'ai compris

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non

I : Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Ma journée s'est bien passée.

I : Pouvez-vous me la décrire ?

R : Je me suis levé, j'ai été au travail. J'ai travaillé et là je suis rentré chez moi. J'ai mangé et là j'ai regardé un petit épisode d'un dessin animé que j'apprécie. Est-ce que je dois le préciser ou est-ce que ce n'est pas utile ?

I : Je n'en ai pas besoin spécifiquement. Et comment se passe une de vos journée type ?

R : Bah en ce moment une de mes journées types c'est je me lève, je vais au travail et je rentre chez moi. Puis je fais des trucs. Ça dépend, des fois je sors, des fois je vais au sport, des fois je fais de l'impro. Le soir c'est plus varié mais la journée il y a le travail. En tout cas c'est comme ça en semaine.

I : C'est quoi varié ? Qu'est-ce que vous sous entendez ?

R : Bah ça dépend des activités que je fais. Le mercredi j'ai de l'impro. Le jeudi j'ai commencé le foot donc je risque probablement le mardi et le samedi peut être dans le futur. Sinon, le lundi souvent je joue à un jeu ou j'essaie d'appeler des copains ou ma copine, ça dépend. Le samedi et le vendredi souvent je suis de sortie. Après les journées du week-end souvent c'est chill. On sort avec des copains, on joue. Plutôt loisir.

I : Vous jouez à quoi ?

R : A des jeux vidéo. Beaucoup.

I : Et souvent ou pas ?

R : Ouais souvent pas mal.

I : Et vous jouez sur PC ou autre ?

R : Principalement sur ordinateur et parfois sur console. Sur la Switch par exemple.

I : À part jouer, vous faites d'autres choses sur votre ordinateur ?

R : Je travaille, je dessine. Je travaille dans tout ce qui est infographie donc forcément le PC est très utile pour ça.

I : Ok. Est-ce que la journée que vous venez de décrire est représentative de vos journées de travail ?

R : Oui.

I : Pouvez-vous me décrire une journée où vous ne travaillez pas ?

R : Décrire une journée hors journée de travail. Bah ça dépend de ce qui est prévu en fait. Souvent c'est un peu le jour le jour en fonction de ce qu'on me propose déjà.

I : Oui mais dans la majorité des cas ?

R : Plutôt si on ne me propose rien on va dire alors. Parce que la majorité des cas. Je ne saurais pas vraiment dire s'il y a une majorité des cas.

I : Alors oui si on ne vous propose rien alors.

R : Si on ne me propose rien, je fais des trucs chez moi. Je regarde des épisodes de séries ou d'animés que j'aime bien.

I : Sur internet ?

R : Sur internet ouais.

I : Ok. Vous arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : Bah oui, il m'arrive très souvent de me connecter sur internet.

I : Et pour y faire quoi ?

R : Pour regarder, comme je disais, des séries, pour regarder des vidéos que ce soit sur YouTube ou quoi. Me renseigner, utiliser des applications, faire des recherches, un petit peu des réseaux sociaux en partie. Même si j'essaie d'éviter un maximum.

I : Vous pouvez me dire la fréquence sur laquelle vous allez sur Internet et sur les réseaux sociaux par exemple ?

R : Au moins une fois par jour, ça c'est sûr. Internet, ça dépend de ce dont j'ai besoin. J'aime bien regarder quand même des vidéos et des trucs ainsi, j'aime bien. Après les réseaux sociaux, bah j'essaie d'éviter, mais j'y vais forcément une fois par jour et alors c'est plutôt tout ce qui est message. Genre sur mon navigateur internet, j'ai retiré les fils d'actualités sur Facebook pour éviter justement d'éviter d'utiliser Facebook. En tant que réseau social, j'ai juste les messages.

I : Ok. Et vous arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : Ça m'arrive. C'est plutôt rare. En général, j'essaye d'aller moi-même. Mais comme à peu près tout le monde, ça m'arrive de commander de temps en temps en ligne.

I : Ok et pour jouer à des jeux vidéo, vous l'avez déjà dit, c'est... Vous jouez souvent ?

R : Oui.

I : Vous considérez-vous comme une personne connectée ?

R : J'imagine que oui.

I : Ok, et vous pouvez me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ?

R : Ma dernière expérience d'achat en ligne. Ce n'était pas vraiment pour moi, mais à moitié. En fait, c'est mon beau-frère qui souhaitait, suite à une réduction, acheter en ligne et qui m'a demandé afin d'avoir cette réduction, si je pouvais prendre pour lui. Et vu qu'il y avait un petit problème. Fin, il n'y avait pas assez sur la commande. Je me suis permis de m'acheter une petite manette Xbox étant donné que j'aime bien jouer. Et donc ...

I : Qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé dans cette expérience d'achat en ligne ?

R : Pour moi, c'était un achat en ligne comme un autre. C'est un peu chiant. Bah là, pour le coup vu que c'était éventuellement pour avoir une réduction pour lui, ce qui était un peu chiant, c'était d'être obligé de... enfin cette obligation de devoir acheter pour avoir les réductions. Mais bon, en même temps, c'est un peu le marketing donc voilà.

I : Et donc pourquoi vous l'avez fait cet achat en ligne ?

R : Ben lui en avait besoin. Fin, c'était des choses qu'il souhaitait pour ses cadeaux de Noël. Donc, dans tous les cas, il les aurait achetées d'une manière ou d'une autre. Ça lui a permis d'avoir la réduction et étant donné qu'il m'a proposé ça et que je pensais à un moment ou un autre, prochainement, m'acheter une manette Xbox. Ça a été l'occasion de le faire quoi.

I : Ok, donc c'était pour profiter de la réduction que vous avez acheté votre manette ou rien à voir ?

R : Oui c'est ça.

I : Ok, donc c'était un peu par obligation, on va dire.

R : Oui.

I : Ok, donc allez-vous souvent sur Internet pour réaliser vos achats ?

R : Non du coup.

I : Et pourquoi ?

R : Quand je vais sur Internet, c'est plutôt pour l'électronique.

I : Pour vos achats en ligne ?

R : Ouais, c'est souvent quand c'est de l'électronique.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Parce que, en général, l'électronique c'est ... j'aime des choses assez spécifiques, donc je préfère souvent me renseigner sur le site du commerçant et après souvent je me fais livrer quand même en magasin quand c'est possible, en fonction d'où j'achète. Par exemple chez Vanden Borre. J'achète souvent, j'achète chez Vanden Borre. Et je vais le chercher près de chez moi quand même, mais au moins ça me permet d'avoir toutes les spécifications et d'avoir le produit que je souhaite exactement, et pas seulement celui qui est en magasin.

I : Et les spécifications vous ne pouvez pas les avoir en magasin ?

R : Bah ça dépend. Si, peut-être que oui et en même temps pas forcément. Allez, en magasin c'est toujours un peu limité. Alors oui, je pourrais aller jusqu'au magasin et regarder avec le commerçant qui va me dire : "bah revenez dans 2 jours." Étant donné que je peux le faire moi-même sur le site. Je vais d'abord regarder ce que je veux et puis je vais prendre en magasin.

I : Ok, mais pourquoi vous ne l'achetez pas directement en ligne ?

R : C'est plus pour ma conscience personnelle. Je me dis que c'est bien de l'acheter en magasin que de le faire livrer uniquement pour ma pomme chez moi.

I : Pour quelles raisons ?

R : Bah j'ai un magasin pas loin de chez moi de ce style-là. Donc je pourrais toujours trouver un créneau pour aller le chercher. Et je trouve qu'avoir quelqu'un qui me livre pour moi c'est un peu du luxe, pas forcément nécessaire quoi.

I : Mais pour les autres achats ?

R : Bah pour les autres achats, la plupart du temps ça se fait en magasin. C'est plutôt rare que je prenne autre chose que de l'électronique en ligne. Ou alors c'est que ce n'est pas pour moi.

I : Pour quelles raisons vous ne faites pas vos achats en ligne ?

R : Je pense, c'est aussi pour... Comme je disais tantôt avec le côté consciencieux, genre c'est... Étant donné qu'on nous bassine toujours les oreilles avec la pollution, avec les... Enfin, avec toute la planète qui va mal et tout ça, on s'entend. Bah forcément ça ne donne pas envie de profiter de ce système là et d'essayer un peu de se bouger le cul quoi.

I : Et il n'y a pas d'autres choses, d'autres facteurs ?

R : Non, parce qu'au final, le en ligne, c'est beaucoup plus simple je trouve. Donc non, c'est juste que, bah voilà, ça me fait bouger et je pense que si on ne bouge pas non plus, on s'empâte. Y a un peu de ça. Enfin je ne sais pas. Je pense que c'est dans mes habitudes en fait aussi. Je n'ai pas l'habitude de le faire et alors je ne le fais pas aussi.

I : Vous avez dit plus simple en ligne ? Qu'est-ce que vous entendez ?

R : Bah je reste dans mon canapé et en un clic c'est fait. Et voilà. Je ne suis pas obligé de sortir de chez moi, m'habiller, prendre des trucs. Si je veux, je peux rester en caleçon dans mon lit et je peux l'acheter.

I : Ok, donc vous ne le faites pas par conscience et par justement habitude et par motivation à bouger.

R : Ouais, c'est un peu ça. Je pense que c'est important.

I : Pour quelles raisons c'est important ?

R : Bah pour les raisons que je viens de citer.

I : Ouais mais de bouger, pourquoi c'est important ?

R : Parce que ça permet de ne pas s'enfermer dans tout ce qui est... Je n'ai pas envie de devenir un gros nerf quoi. Enfermé dans sa chambre avec 3 m² et qui ne bouge pas.

I : Oui, mais au final, vous pourriez faire vos achats en ligne et puis bouger sur le côté et faire autre chose.

R : Oui, c'est sûr, mais bon après les magasins permettent aussi... Enfin non, ça permet aussi sur le site. Je ne sais pas comment dire. Y a qu'il y a un petit côté aussi sympathique à aller dans un magasin. Il y a un côté humain, il y a du contact, il y a du voilà. Ce n'est pas juste une interface où on clique quoi.

I : Donc pour vous, le contact a beaucoup d'importance ?

R : Bah quand même. Quand j'ai un commerçant qui est sympathique en face de moi, ça fait toujours plaisir. Donc ouais, j'aime bien quand même, aussi ce côté-là quoi.

I : Donc c'est juste pour voir un commerçant ou juste le critère de foule.

R : Le critère de foule ?

I : Juste voir des gens comme ça. Dans la rue, exemple ou dans le magasin.

R : Ben si on part encore une fois sur ce que je disais avec la conscience et tout, bah forcément je trouve ça intéressant pour les commerçants et d'essayer d'autant plus d'aller dans les petits magasins ou voilà. Par exemple, si je veux acheter un petit jeu ou quoi, quand je suis sur Tournai, bah ça m'arrive de faire les magasins, les petits magasins de jeux vidéo parce que j'aime mieux aller chez eux et si je trouve un jeu qui m'intéresse, je peux être tenté. Mais voilà, après, je dis ça, mais voilà, les courses principales, par exemple, je les fais en grande surface.

I : Oui, mais revenons sur le côté social que vous avez dit. Qu'est-ce que vous entendez par ça ? Vous pouvez expliciter un peu ?

R : Y a un contact humain à acheter et voilà, parfois on est content, mais je trouve que c'est important de voir des gens quoi. On ne peut pas rester enfermé juste tout le temps chez soi et tout avoir. Enfin, on doit aussi un peu se bouger pour avoir les choses. On ne peut pas tout avoir qui nous tombe dans la main, c'est tout. Et donc, je trouve qu'au moins on voit des gens, on bouge et ça c'est un... Je ne sais pas, le côté social est important, il faut bouger de chez soi.

I : Ok. Alors quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ?

R : Bah du coup, si j'en ai les moyens et si ce n'est pas trop loin, forcément, je préférerais toujours aller chez un commerçant et qui est dans le marché équitable parce que je trouve que c'est mieux. Encore une fois, c'est pour une question d'éthique et une question bah de faire vivre aussi les gens. Sinon bah les grandes surfaces ça dépend, c'est surtout par exemple, je vais chez Vanden Borre parce qu'ils ont un très bon service après-vente je trouve, de manière générale. Ils répondent, ils sont toujours à l'écoute, ça c'est la raison pour laquelle j'irai chez eux par exemple, plutôt que chez Krëfel où je trouve que le service après-vente est exécration.

I : Ok, donc le service après-vente joue. Et la proximité, les petits endroits du côté éthique. C'est vos deux gros critères on va dire.

R : Ouais. Et les prix forcément aussi.

I : Ok, et que pensez-vous de mobiliser des nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Mobiliser de nouvelles technologies, c'est-à-dire ?

I : Ça peut être toutes sortes de choses. C'est vaste. Je ne sais pas. La réalité augmentée, la livraison en drone.

R : Ah, je pense que ça fait très Black Mirror. Bah je ne sais pas, je ne suis pas très convaincu. Je pense que ce n'est pas nécessaire en fait. Encore une fois, on nous file tout dans la main et à un moment, les gens doivent un peu faire les choses par eux-mêmes, sinon après on ne va plus être capable de rien faire par nous-mêmes si on ne se bouge pas.

I : Mais si on parle de réalité augmentée comme Ikea qui vous propose à travers votre GSM de voir un meuble en 3D, pour voir s'il irait bien dans votre maison.

R : Ça, à ce niveau-là, je trouve que... A la limite ça, je trouve plutôt que c'est une feature intéressante. Parce qu'elle permet de tester et de ne pas faire les choses sans réfléchir, sur un coup de tête. Donc je trouve qu'elle, à l'inverse, elle va permettre... Ce que je trouve... enfin, ça c'est un truc qui se retrouve plus en ligne je pense, que quand t'es en magasin, tu vas plus facilement acheter sur un coup de tête. Donc le fait de pouvoir un peu tester en réalité augmentée, bah ça va peut-être faire un peu réfléchir au fait que : Ah oui, ce n'est finalement pas ce que je voulais.

I : Ok. Et donc comment on sait si la technologie sera bonne ou sera moins bonne ?

R : On ne peut pas le savoir, je pense qu'il faut vivre avec son temps. Il faut savoir vivre avec son temps et avec les nouvelles technologies, mais il faut aussi savoir en faire abstraction sur les choses qui nous prennent à cœur, entre guillemets.

I : Et vous avez dit aussi que c'était des achats plus impulsifs en ligne. Pour quelles raisons ?

R : Bah encore une fois, parce qu'en ligne tout se fait en un clic. Au magasin, on va moins vite être tenté je pense, à déboursier en magasin que quand on est en ligne ou il suffit de cliquer, il y a souvent des réductions, il y a plein de... En magasin aussi il y a des réductions, mais en ligne c'est vraiment fait, c'est publicité à fond de balle, c'est fait pour faire acheter et il y a plein de sites du style Tému ou quoi, qui sont fait exprès pour faire acheter parce que ce n'est pas cher, pour que les gens achètent sur un coup de tête.

I : Ok, on va dire que la technologie prête à l'achat impulsif ?

R : Je pense.

I : Ok, alors à quelle marque en ligne pensez-vous ? Que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Alors, quelle marque en ligne je pense et qu'est-ce que je pense à propos celle-ci ?

I : Oui, ou à propos de ceux-ci ou bien.

R : A quelle marque en ligne je pense. Une chaîne de magasin ou une marque de vêtements ?

I : N'importe, comme vous voulez.

R : Parce qu'une marque, ce n'est pas forcément qu'en ligne.

I : Bah oui, c'est possible qu'elle ne soit pas qu'en ligne non plus.

R : Ok. C'était pour être sûr. Pour être sûr que soit... qu'exclusivement en ligne quoi.

I : Non, non.

R : Quelles marques je pense ? Ça me fait bizarre, parce que j'ai l'impression que du coup je n'y aurais pas pensé parce que j'ai réfléchi. Je ne sais pas, Nintendo. Enfin vu que c'est mon...

I : Ok.

R : Et donc c'est quoi la question après encore ?

I : Donc que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Bah moi j'adore cette marque donc forcément. Enfin voilà. Du coup j'ai pris le temps de la choisir parce que ce n'était pas si spontané mais. Bah c'est une marque que j'adore parce que je trouve qu'ils font des jeux qui sont vraiment incroyables. Ils ont une réflexion derrière qui est souvent poussée pour le joueur. À côté de ça, ils ont une politique dernièrement qui est un peu dans la revente de vieux jeux pas forcément retravaillés mais à prix plein. Juste pour faire raquer les fans, et ça c'est un peu dommage.

I : Et connaissez-vous des actions de marque en ligne ?

R : Des actions ?

I : Oui

R : Non pas vraiment.

I : Donc maintenant. Je vais vous montrer un petit diaporama. Je vais vous montrer une série de photos et faut juste les regarder. Vous voyez ?

/// site Gucci en ligne ///

R : Oui

I : Voilà. Alors pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Eh bien, je viens visiblement pour moi de voir le site Gucci en partie. Enfin divers aspects du site Gucci.

I : Vous pouvez m'en dire plus ?

R : Ben j'ai vu le footer du site, j'ai vu le truc de recherche. J'ai vu un vêtement à un prix exorbitant. J'ai vu des articles moches. Des trucs luxueux et hors de prix quoi, c'est à peu près tout ce que j'ai vu j'imagine.

I : Et qu'avez-vous aimé et ou pas aimé ?

R : Je n'ai rien aimé. Si le design du site mais bon, il est un peu classique.

I : Ok, et vous pouvez m'en dire plus ?

R : Sur le site ?

I : Ouais, sur ce que vous avez aimé, pas aimé. Pourquoi ? Pour quelles raisons ?

R : Eh bien, je n'ai pas aimé les vêtements parce que je ne trouve pas ça spécialement beau. D'autant plus que le prix est énorme pour ce que c'est je trouve. Après, peut-être que c'est de la bonne qualité. Mais non, je n'ai jamais été trop fan de payer des prix incommensurables pour acheter des vêtements à la con. Après bah voilà, moi ce que j'ai bien aimé, c'est le site parce qu'il est visiblement bien foutu. Il a l'air facile d'accès. Après au niveau du design, il ne sort pas du lot.

I : Et comment ça il est bien foutu ?

R : Il est moderne quoi. Il est... On sent qu'il est réfléchi pour que... Enfin comme beaucoup de site web aujourd'hui. Mais il est réfléchi pour avoir une interface dynamique et rapide quoi. Ce n'est pas un vieux site web qui date de 1998 quoi. Mais bon vu le prix où ils vendent leurs vêtements, j'espère qu'ils savent se payer un bon site web.

I : Alors, est-ce que c'est représentatif des expériences d'achats en ligne ?

R : Ça en avait l'air.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce qu'on fait les recherches, on prend un produit, il y a le prix, hop, on passe à un panier. Ça avait l'air d'être similaire à ... Enfin, il y avait le truc au tout début, il y avait 3 photos, mais j'ai réfléchi, j'ai un peu calé dessus. Avec les retraits en magasin et la personnalisation, c'est vrai que ça avait l'air original pour le coup.

I : Comment ça original ?

R : Bah je ne suis pas sûr d'avoir compris en fait, mais je pense qu'il était marqué qu'on pouvait personnaliser et les retirer en magasin, c'est ça ?

I : Oui.

R : Bah ça pour le coup, il faut reconnaître que c'est assez chouette de pouvoir personnaliser ses vêtements et de les retirer en magasin.

I : Et le retrait en magasin, il vous intéresse beaucoup ? Bah vous allez me dire que oui, vu que vous m'avez expliqué pourquoi mais...

R : Oui c'est ça.

I : Et la personnalisation ?

R : Ben c'est toujours cool de pouvoir personnaliser ses vêtements. Si on est sûr de ce qu'on fait et qu'on est bien dedans, voilà. Après si on a des goûts de chiotte, je pense que parfois, il y a certaines personnes qui feraient mieux de ne pas personnaliser leurs vêtements.

I : Ok, et si on pouvait personnaliser ses vêtements en magasin ? Vous en penseriez quoi ?

R : Ça ne me paraît pas très possible mais ouais bah ça serait super cool.

I : C'est vrai que ça me paraît compliqué. Alors, quel mot vous évoque le mot METAVERS ?

R : Bah METAVERS.

I : Connaissez-vous le METAVERS ?

R : Non, quel mot m'évoque le METAVERS. Bah je dirais futur.

I : Ok, et connaissez-vous le mot METAVERS

R : Oui

I : Par quel biais ?

R : Bah par l'information en général. Enfin, les réseaux, les médias.

I : Ok, donc par les médias. Donc je vais vous montrer une petite série encore de photos. Vous voyez ?

R : Oui

I : Donc voilà.

/// photo METAVERS Gucci ///

R : Ok, donc c'est donc un METAVERS Gucci. Ok. Alors qu'est-ce que je pense du METAVERS Gucci ?

I : Pouvez-vous d'abord me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Alors j'ai vu donc un genre de place Gucci vu d'en haut. Avec des couleurs un peu flash, pas forcément très élégantes. J'ai vu des genres de personnages en 3D dans des canapés. Dans un endroit qui est fort en verdure on va dire. Sinon, j'ai vu des intérieurs, j'aurais envie de dire, de magasins avec un style assez vieux. Donc quand je dis vieux, c'est plutôt vieux meubles, vieux... Mais bon, quand je dis vieux, ce n'est pas le truc qu'on achète en brocante quand même. C'est vintage on va dire.

I : Ok, rien d'autre à rajouter.

R : Non.

I : Ok, et maintenant, qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Bah le côté verdure, c'était sympa, je trouvais ça chouette. Malheureusement les canapés qui étaient dans ce truc de verdure étaient assez dégueulasses. Encore une fois. Là-dessus, je pense que j'ai un avis très tranché et je ne trouve pas que ce que fait Gucci est très élégant. Et sinon bah les couleurs flash que je n'ai pas trop aimé. Je ne suis pas trop dans design vieux en fait, pour les meubles et les intérieurs. Moi j'aime mieux des trucs épurés, carrés, ronds enfin un design plus moderne. Avec un choix de couleur un peu plus réfléchi. Enfin, pas réfléchi car c'est sûrement très réfléchi mais... plus personnel on va dire, qui me conviendrait mieux à moi.

I : Ok, et en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ?

R : Alors, en quoi est-ce pareil ou différent. Bah visiblement parce que là on fait comme si on jouait à un jeu vidéo et en même temps, bah c'est comme si on se promenait dans un magasin. Mais bon pour moi le contact humain n'est pas le même quand même. Parce que les gens se cachent derrière un personnage fictif s'ils doivent discuter entre eux et ...

I : Et ?

R : Bah du coup les gens c'est des grosses merdes. Ils vont s'insulter gratos, ça va être... on le voit déjà beaucoup dans le jeu vidéo. À moins que les interactions soient vraiment limitées.

I : Et en quoi, comparé au site en ligne, justement sur ces interactions ? Qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Le fait qu'il y ai des interactions ?

I : Oui.

R : Bah pour le coup, j'aime moins parce que encore une fois, je trouve que ça peut être... Enfin non, ça peut être bien si c'est bien fait et que c'est voilà. Mais le problème c'est quand même pour moi, c'est comme avec les jeux en ligne, c'est que les gens, quand ils sont cachés derrière un PC, ils ne sont pas comme ils sont vraiment. Ils sont plus virulents on va dire.

I : Donc ça vous dérangerait ?

R : Potentiellement.

I : Il y a d'autres similitudes ou différences ?

R : c'était avec quoi encore ?

I : Bah entre les achats en ligne et ce que vous avez vu.

R : Mise à part le fait que c'est une représentation de la vie entre guillemets. Enfin de là d'acheter en réel en ligne. Pour moi, c'est plus ou moins similaire. Je n'y vois pas l'intérêt en fait, pour moi tout l'intérêt de sortir c'est justement de sortir, pas de se retrouver avec un personnage dans un jeu.

I : Donc ça, vous n'aimeriez pas vous trimballer avec un petit bonhomme ?

R : Non, parce qu'au final, c'est plus compliqué parce que ... enfin, tout l'intérêt du site en ligne, c'est qu'on peut faire ces recherches en deux-clics. Ça veut dire que là, en recherchant en ligne, je vais commencer à redevoir me balader dans les rayons pour retrouver ce que j'ai envie alors qu'il suffit d'une barre de recherche.

I : Ok. Et en quoi est-ce pareil ou différent des achats en ligne, des photos que vous avez visionnées ?

R : En quoi est-ce pareil ...

I : Des photos d'achat en ligne que vous avez visionné ?

R : Donc des photos d'avant ?

I : Oui et comparez les deux séries de photos.

R : C'est différent dans le sens où si c'est en 3D, j'imagine qu'on peut un peu tester qui aura plus ... On pourra peut-être faire un avatar à sa taille et avec ses mensurations. Parce que j'imagine que dans l'idée. Bon, si on allait vers cette optique-là, pour acheter des vêtements, j'imagine qu'on peut mettre un avatar avec des mensurations pratiquement exactes à nous. Ce qui permettrait d'acheter des vêtements de bonne taille, de ne pas faire d'erreurs. Là-dessus ça pourrait être positif. Après, je trouve quand même que c'est toujours plus simple. Enfin si c'est pour acheter en ligne, je préfère clairement que ça aille vite et que ça se fasse en deux clics, parce qu'à priori je les connais mes mensurations. Les vêtements, de toute façon, je préfère les acheter en magasin pour les essayer moi-même.

I : Ok. Donc, si vous avez le choix, sur quel site de Gucci vous connecteriez vous et pourquoi ?

R : Si j'ai le choix, je ne vais pas me connecter chez Gucci ?

I : Non, mais si vous deviez choisir.

R : Genre si j'ai un fusil sur la tempe ? Sur quel site de Gucci ? Bah Belgique j'imagine.

I : Non mais soit sur le METAVERS soit sur...

R : Ha pardon, bah sur l'autre du coup. Pas METAVERS. Le normal.

I : Mais pour quelles raisons ?

R : Pour les raisons que j'ai annoncées. Que c'est plus beaucoup plus rapide, plus simple et que je n'ai pas ... Enfin, je préfère passer mon temps à jouer à un jeu correct. Enfin, commander mon truc en deux secondes et après jouer à un jeu et si j'ai envie de jouer à un jeu. Que de me balader 15 minutes dans un magasin en 3D. Si je le ferais peut-être une fois pour le fun, mais... Une fois quoi !

I : Mais pas tout le temps ? Ça ne vous intéresse pas de pouvoir jouer et en même temps vous balader dans un magasin.

R : Bah non, parce que tout l'intérêt d'un jeu pour moi. C'est que ce soit amusant et se balader dans un magasin ça n'a rien d'amusant. Parce que c'est ce que j'aime. Personnellement, un jeu c'est quelque chose qui doit être dynamique, qui doit être voilà. Mais se balader dans un magasin ce n'est pas un jeu.

I : Oui, mais avec le METAVERS, vous pourriez jouer à d'autres. Aller dans d'autres mondes où il y aurait des jeux par exemple.

R : Oui mais du coup, pas chez Gucci.

I : Ouais

R : Je n'irais pas chez Gucci.

I : Ouais mais si la question c'est plus, est-ce que vous iriez sur un site d'achat en ligne ou sur le METAVERS pour réaliser vos achats ?

R : Sur un site d'achat en ligne alors ?

I : Ok, donc par simplicité.

R : Parce que dans tous les cas, je ne peux pas faire mes achats et jouer en ligne en même temps.

I : Non.

R : Donc voilà, j'irais sur un site normal.

I : Et donc quelle expérience vous a paru la plus intéressante ?

R : Là pour le coup, la plus intéressante, ça va paraître contradictoire, mais je trouve le METAVERS me paraît plus intéressant dans le sens où c'est la nouvelle technologie. Je suis curieux de voir quand même ce que ça peut donner. Ça m'intéresse. L'autre site était banal pour moi, c'est ce qu'on voit partout. Donc il m'intéresse sans m'intéresser. Donc le METAVERS m'intéresse sans m'intéresser parce que je le trouve plus évolué. L'autre site, il ne m'intéresse pas du tout parce que je sais que c'est un site classique et que c'est quelque chose que je n'achèterai pas de toute façon.

I : Ok.

R : Et voilà, c'est juste par curiosité envers la prouesse technologique, et pas spécialement parce que j'ai envie d'acheter mes fringues dans le METAVERS.

I : Ok, et est-ce que c'est important pour des marques telles que Gucci d'être présentes sur le METAVERS ?

R : J'imagine qu'ils ont des professionnels de la pub qu'ils le font pour eux. Donc s'ils le font c'est qu'il y a quand même eu des recherches derrière et que ça mène à quelque chose. Moi personnellement, je n'y vois pas d'intérêt. J'imagine que certaines personnes en trouveront un ?

I : Mais pourquoi vous ne voyez pas d'intérêt ?

R : Encore une fois pour les raisons que j'ai énoncées tantôt.

I : Et pour d'autres types de marques ?

R : Non plus.

I : Et si maintenant on parlait de service ?

R : De service ?

I : Par exemple pizza hut.

R : Et c'est mon avatar qui va manger ma pizza ?

I : Non. Vous recevrez là... A chaque fois, on parle de recevoir vraiment le produit chez vous ?

R : Et en quoi la voir en 3D, ça va m'aider à visualiser correctement ma pizza ?

I : Je ne sais pas si ça va vous aider, mais il y a peut-être des autres raisons qui vous pousseront à aller sur le METAVERS.

R : Non, moi, ce qui pourrait me pousser à aller sur le METAVERS, ce n'est pas une question d'achat en fait, tout simplement. C'est plutôt une question d'interactivité et de jeux vidéo en fait.

I : Donc l'interaction sociale est très importante.

R : Ouais. C'est pour pouvoir faire d'autres, enfin, c'est pouvoir participer à des jeux en ligne en fait tout simplement. Moi, c'est l'intérêt que je vois dans le METAVERS.

I : Mais là par exemple, vous pourriez parler à d'autres personnes dans le METAVERS, qui auront les mêmes goûts que vous. Ou qui vous conseilleront sur vos achats.

R : Bah oui mais non parce que ... Enfin alors j'irais en magasin encore une fois et... Je ne sais pas. Je ne parlerai pas spécialement aux gens que je ne connais pas non plus en fait. Que ce soit en ligne ou pas en ligne.

I : Ouais mais les vendeurs, vous ne les connaissez pas non plus.

R : Oui mais j'ai une obligation de lui parler parce qu'il faut. Et cette obligation elle amène à une interaction sociale et c'est chouette, mais personnellement, je ne vais pas discuter avec le premier mec qui passe à ma gauche. C'est ça que je veux dire.

I : Ouais mais là vous pourriez parler à un vendeur Gucci par exemple ? Sur le METAVERS.

R : Oui mais si je vais au magasin aussi.

I : Oui.

R : Donc voilà j'irais au magasin alors.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Parce que je préfère aller en magasin tout simplement parce que je n'ai pas envie de discuter derrière un PC. Je préfère... Enfin si je dois discuter avec des gens, je préfère les voir en vrai. Enfin parfois c'est nécessaire, quand on joue ou quoi, mais encore une fois, c'est parce qu'on fait une activité en commun qui nécessite ça. Parce qu'à la limite, je préfère encore qu'on joue tous dans la même pièce avec mes copains. Mais c'est juste qu'il faut la pièce pour.

I : Ok, donc que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?

R : Moi je pense que le METAVERS, c'est un peu. Un peu une chimère.

I : Comment ça ?

R : Moi je pense que ça ne va pas spécialement fonctionner quoi.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Ben parce qu'on essaie de vendre du virtuel à des gens et que les tendances, elles vont vers... En fait ça dépend, il y a la moitié des gens qui sont full technologie et en même temps y a beaucoup de gens... Je ne sais pas, il y a un sentiment, on est un peu entre deux. On a envie de revenir à quelque chose de plus simple et en même temps, on a envie de voir les nouvelles technologies. Mais je ne sais pas comment dire, le METAVERS m'inspire quelque chose d'assez malsain.

I : Ok. De manière générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Je pense qu'il est intéressant, qu'il faut continuer à le développer parce qu'il pourra être intéressant pour des personnes, notamment des personnes paraplégiques, enfin plutôt tétraplégiques, on va dire comme ça, c'est encore plus. Et enfin là, je pars dans du Black Mirror.

Mais allez imaginons qu'on arrive à relier ça à une personne et qu'elle vive entre guillemets. Enfin une personne qui est incapable au final de vivre dans notre monde, qu'elle vive dans ce METAVERS ? Bah ce serait génial en fait et là on pourra discuter. Pour moi dans ce genre de situation, c'est hyper positif. Pour aller faire ses courses, je trouve ça hyper négatif.

I : Vous avez dit qu'on vendait du virtuel, mais si on vendait du réel à travers le METAVERS ?

R : Genre qu'on ait les mêmes sensations comme si on était dans le réel.

I : Non, par exemple, je ne sais pas, vous allez chez Gucci, vous essayez donc sur le METAVERS. Vous allez chez Gucci, vous essayez avec votre avatar, vous achetez et hop, vous le recevez chez vous.

R : Bah pour toutes les raisons que j'ai énumérées depuis le début. En fait non, je n'ai pas envie. Enfin, je préfère aller et essayer au magasin. Je n'ai pas la sensation d'essayer un vêtement, je ne le porte pas vraiment si je l'essaye dans un... Ce n'est pas parce qu'il va à mon avatar que moi je vais être à l'aise dedans.

I : Ok. Alors donc, pour clôturer et résumer cet entretien. Vous pensez donc que les achats en ligne, c'est parce que vous les faites pour des raisons de connaissance du produit.

R : Parfois de nécessité, oui.

I : Ou de nécessité. Voilà. Mais que vous priorisez les achats dans les magasins réels, on va dire en physique. Pour le contact social, pour le fait que vous pouvez essayer réellement, que vous bougez également, que vous avez des activités. Pour la conscience.

R : Oui

I : Par contre, le METAVERS ne vous inspire pas beaucoup de choses.

R : Non

I : Sauf si c'est pour aider des gens en incapacité physique ou autre. Même à travers les interactions possibles dans le METAVERS, elles ne seront pas bénéfiques dû au fait qu'on passe par l'intermédiaire d'un avatar et d'un PC.

R : Je ne trouve pas qu'elles ne sont pas bénéfiques. Mais je trouve qu'elles ont peu d'intérêt. Elles n'ont pas, ça n'a pas un impact si important que ça de pouvoir passer par le METAVERS.

I : Mais vous pourrez rencontrer beaucoup de gens qui ont les mêmes idées par exemple. Ça, ça ne vous intéresse ...

R : Ouais mais en fait ça je peux lire les commentaires en dessous et là je verrais des gens qui ont plus ou moins les idées que je veux entendre.

I : Pour les sites d'achat ?

R : Oui

I : Vous préférez lire des commentaires que de discuter avec des gens ?

R : Mais pour la raison ou si j'achète en ligne, c'est pour une question de ... Si j'achète en ligne, c'est pour une raison, c'est pour plusieurs raisons et la raison n'est pas la discussion avec les

gens en fait, tout simplement. Donc oui, je préfère voir des commentaires et aller vite si j'achète en ligne parce que je n'ai pas envie de passer mon temps à discuter en ligne en fait.

I : Ok. Et donc que le METAVERS pour les achats, que ce soit pour les achats de produits ou de services, ça ne servira à rien car ...

R : Pour moi oui en tout cas. Fin, pour ma personne, ça ne me servira à rien.

I : Voilà. Donc vous pouvez vous me confirmer que cela est bien correct ?

R : Oui.

I : Ok et souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Est-ce que je souhaite apporter des précisions ? Non, je pense que je viens de le faire sur ce que tu m'as dit.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non

I : Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?

R : Non plus.

I : Pourriez-vous partager quelques informations vous concernant, par exemple profession, âge, hobbies ?

R : Alors donc je suis infographiste. Plus précisément, donc illustrateur et animateur. Et au niveau de mon travail, là je travaille plutôt, donc dans l'animation en tant que motion designer. Mon âge, donc j'ai 25 ans. Il y avait quoi d'autres ? Hobbys. Alors mes hobbies, donc niveau sport j'aime bien le foot, le volley, sinon c'est les jeux vidéo principalement, donc le dessin d'animation. J'aime beaucoup l'animation. J'aime bien chanter. J'aime bien faire de l'impro. J'aime bien sortir tout simplement avec des copains, discuter, boire un verre. Me divertir en fait, de manière générale aussi. Quand je suis avec des gens, j'aime bien faire beaucoup de sortes de hobbies différents.

I : Ok, donc merci d'avoir accepté de participer à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : Au revoir.

3.7. Interview 7 (Justin, 26 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous

m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 7 : Oui je suis d'accord et je pense avoir compris.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non.

I : Alors, est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Oui, elle s'est bien passée.

I : Comment se passe une de vos journées types ?

R : Une journée type où l'on travaille ou on ne travaille pas ?

I : Travaillé et puis pas travaillé.

R : J'ai des horaires spéciaux. Je n'ai pas le huit-seize que tout le monde a. Souvent mes journées commencent plus tard. Je commence à seize heures du coup je me lève plus tard. Et puis je vais seulement travailler. Chaque semaine mes horaires changent, c'est compliqué à expliquer.

I : Oui mais expliquez quand même. Qu'est-ce que vous faites pendant une journée où vous travaillez par exemple. Une fois le matin, une fois l'après-midi, une fois le soir par exemple.

R : Ma dose de travail dépend du nombre de gens qui viennent vu que l'on est juste dans le sport. Au plus il y a de gens qui viennent, au plus on travaillera. Du coup, l'influence change grandement nos journées de boulot.

I : Oui mais vous faites quoi durant une journée normale.

R : Bah on tient la caisse ...

I : Mais pas qu'à votre travail.

R : Ha.

I : En général, une journée complète.

R : Je me réveille.

I : Oui voilà.

R : D'accord. Donc je me réveille. Je déjeune, important. Puis je vais regarder quelque chose sur mon PC, ou aller courir ou travailler.

I : Et vous regardez quoi sur votre PC ?

R : De tout. Des films, des séries, je lis des trucs.

I : Ok. Et donc après vous travaillez.

R : Souvent je vais travailler. Au soir, si je ne finis pas trop tard, je vois des amis ou je vais dans des activités sportives ou d'autres activités.

I : Et comment se passe une de vos journées ou vous ne travaillez pas par exemple.

R : Souvent je me réveille tard. Parce que j'ai le temps, du coup je me réveille plus tard. Et vu que je vis chez mes parents, j'ai le temps. Ouais, je déjeune. J'essaie de voir des amis au maximum ou d'aller... de bouger, de ne pas rester chez soi.

I : De bouger c'est à dire ?

R : D'aller quelque part et de chercher le contact humain et de ne pas rester tout seul chez soi toute la journée.

I : Donc pour vous, l'aspect social est très important ?

R : Ouais quand même. Oui, oui. C'est la base de ma façon de vivre.

I : Vous aimez bien côtoyer des personnes

R : Oui.

I : Et donc est-ce que la journée décrite, celle du travail et celle de non-travail sont représentatives de toutes vos activités que vous pouvez avoir ?

R : Ouais, je pense.

I : Et donc arrive-t-il de vous connecter sur internet ?

R : Oui, tous les jours.

I : Pour quelles raisons ?

R : Pour le loisir. Donc tout ce qui est films, séries, jeux vidéo. Pour tout ce qui est utile donc pour le travail et pour d'autres choses comme les adresses mails ou quoi. Et pour la partie sociale avec tout ce qui est réseaux sociaux. Voilà.

I : ok et donc à quelle fréquence ? Tous les jours c'est ça ?

R : Une grosse fréquence quand même. Je dirais 50% tous les jours.

I : Ok, et donc vous arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ?

R : Oui.

I : Et pour quelles raisons.

R : Pour la partie sociale.

I : C'est à dire ?

R : Communiquer avec les autres, prendre des nouvelles, se voir et organiser des trucs. Tout ça.

I : A quelle fréquence ?

R : une à deux fois par semaine.

I : Vous arrive-t-il de faire des achats en ligne ?

R : Oui, oui.

I : Et à quelle fréquence et pourquoi ?

R : À quelle fréquence... Pas tant que ça. Ça peut arriver une fois tous les quatre mois ou plus. Je n'achète pas tant que ça en ligne. C'est quand je vois vraiment une offre intéressante, un vêtement utile sur Vinted et que je me dis qu'il n'est vraiment pas cher du tout et là je vais faire un achat. Parce que sinon, je ne vais pas forcément aller en ligne tout le temps.

I : C'est à peu près quand vous le voyez.

R : Oui c'est ça, c'est au feeling. C'est quand on a vraiment besoin d'un truc.

I : Quand vous avez besoin ? Comment ça, je ne comprends pas.

R : Envie, quand vous tombez sur un truc qui vous donne envie de l'acheter et que vous ne pouvez pas passer par les magasins pour l'acheter. C'est plus facile en ligne que par les magasins traditionnels.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce qu'il y a des sites en ligne qui paraissent beaucoup plus sûrs et où les choses sont beaucoup moins chères aussi. Mais si par exemple, la version en ligne d'un magasin et la version physique, je vais aller plus vers le magasin physique. Je ne vais jamais acheter à je ne sais pas, par exemple, Dreamland ou je ne sais pas d'autres, Decathlon en ligne. Je ne vais jamais faire livrer chez moi, je vais plutôt aller en magasin.

I : Et pourquoi ?

R : Parce qu'on a ... on est rassuré quand on a l'objet physique en main. Je trouve ça rassurant plutôt que de l'acheter en ligne et qu'il arrive dans une semaine et qu'on ne sait jamais si c'est l'objet qu'on voulait. Alors que là on l'aura en main en sortant du magasin.

I : C'est la seule raison ?

R : Oui, c'est la plus importante.

I : Il n'y a pas d'autres raisons pour laquelle ...

R : Comme ça tout est fait tout de suite. On ne doit plus attendre, on ne doit plus s'en occuper. Et on voit le vrai objet. Oui sinon, il n'y a pas d'autres raisons.

I : Alors vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Oui

I : Pourquoi et à quelle fréquence ?

R : La fréquence ... Ça dépend des périodes où on se connecte presque tous les jours pendant deux-trois semaines parce qu'on est vraiment immergé dans un jeu. Et puis il y a toutes des périodes où on ne va pas y aller, comme ici où je pense que ça fait plus de six mois où je n'ai plus joué à grand-chose. Et je pense que c'est en fonction... maintenant on joue beaucoup à plusieurs donc c'est en fonction de la disponibilité des autres et aussi de la qualité du jeu.

I : Ok. Et vous considérez vous comme une personne connectée ?

R : Oui.

I : Pourquoi ?

R : Parce que je vais sur à peu près tous les réseaux sociaux, que je suis l'actualité un maximum.

I : Ok. Et donc pouvez-vous me décrire votre dernière expérience d'achat en ligne ?

R : Qu'est-ce que j'ai acheté. Je pense c'était un vêtement sur Vinted. Le vêtement est arrivé. Rien à dire de négatif.

I : Le vêtement, pourquoi vous l'avez acheté sur Vinted ? Car pour revenir sur ce dont nous avons parlé, vous avez dit que vous alliez acheter en ligne s'il y a quelque chose qui vous plaisait.

R : Bah oui mais là c'était ...

I : Mais comment vous savez qu'il y a quelques choses qui vous plaît ? Vous l'avez vu en ligne avant ?

R : Oui je l'ai vu avant.

I : Donc ça veut dire que vous allez de temps en temps sur les sites d'achat en ligne juste pour consulter ?

R : Oui. Je me suis mal exprimé.

I : Expliquez-moi alors.

R : Je vais sur les sites d'achat en ligne mais je n'achète pas forcément tant que ça. C'est vraiment quand on a un coup de cœur ou qu'on connaît sa valeur et que l'objet ... Par exemple un vêtement, qu'il est bien conservé et qu'il est à quatre fois moins le prix.

I : Et pourquoi vous allez sur les sites d'achat en ligne ? Juste pour consulter si vous aimez bien des trucs.

R : Oui et parfois par curiosité. Ou des fois rien que pour consulter. On voit un truc et on se dit c'est vrai qu'il est beau et on regarde et puis de fil en aiguille on tombe sur d'autres trucs.

I : Et comment vous savez sur quel site vous allez ? Genre est-ce que vous allez sur le site de Decathlon tous les jours ou vous vous dites il me faut cet objet et je vais aller sur le site de Decathlon ou vous avez peut-être des applications que vous regardez.

R : Je n'ai pas vraiment d'application. Je vais regarder sur ... Je vais souvent sur les sites les plus direct. Allez, les sites les mieux aménagés, les plus travaillés. Si vous avez un site internet de vente qui est bien automatisé, ce sera toujours plus agréable qu'un site qui est mal fait et qui ne vous donne pas confiance. Je ne sais pas comment expliquer.

I : Oui, faudrait expliquer.

R : Dans les sites internet, il y a des sites internet qui font plus cheap. Ce sont les sites où on aura moins envie d'acheter parce que le site est moins bien aménagé, moins bien fait, l'image du site. Et du coup, ça nous donne moins envie d'acheter parce qu'on a l'impression qu'il y a moins d'investissements, qu'il y a moins de sérieux dans le site.

I : Et comment vous savez qu'il est plus cheap ? Comment vous voyez qu'il est moins travaillé ?

R : Bah, à l'image. À ce que l'image renvoie. Comment sont mis les éléments sur la page.

I : Ok, et donc votre dernière expérience d'achat en ligne, pour votre pull c'est ça ?

R : Oui

I : Qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Rien de spécial. J'ai eu ce que je voulais et il n'y a eu aucun souci.

I : Et là, pourquoi vous l'avez acheté en ligne et pas en magasin physique ?

R : Parce que c'était un truc plus rare à trouver dans un magasin physique et qu'il aurait été plus cher dans un magasin physique. Vu que ce sont des vêtements où on se dit : je ne sais pas trop où je vais l'acheter. Ce n'est pas un vêtement typique Decathlon. Du coup on se dit que c'est plus simple de l'acheter, il est moins cher ici et en plus il ne faut pas faire le tour des magasins vu qu'il ne fait pas parti d'une grande firme de magasin. Du coup, c'est plus facile de l'acheter là.

I : Il n'y a pas d'autres choses que vous avez aimées et ou pas aimées spécifiquement ?

R : Non. Rien de spécial. Je n'ai jamais eu de grande déception ou quoi que ce soit avec les achats en ligne.

I : Vous m'avez déjà dit que vous allez de temps en temps sur internet pour réaliser vos achats et que ça dépendait de la fréquence, du moment.

R : Ouais de l'envie.

I : Que ça pourrait faire quatre mois comme deux semaines que vous irez

R : Ouais c'est ça.

I : Et pour quelles raisons ? Juste par envie ?

R : Des fois, on tombe sur quelque chose où on se dit pourquoi pas. Ou quand on a besoin de quelque chose.

I : Donc quand vous avez besoin de quelque chose vous allez en ligne ?

R : Non c'est plus ... quand on est en période des fêtes, on doit offrir un cadeau, on va plus vite acheter en ligne car on a besoin du cadeau avant la date. Et qu'il y a plus d'idées de cadeaux en ligne que juste dans les magasins. En ligne, il faut juste taper ce que l'on veut et on ne doit pas commencer à le chercher dans tous les magasins différents.

I : Ok et quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : Mais moi je ne vais pas beaucoup en ligne. Je suis plus magasin. Ouais les vrais magasins on va dire. Mais je comprends que les gens achètent en ligne parce que c'est plus facile et plus rapide. On peut le faire depuis son salon en ne faisant rien d'autre.

I : Ok, et qu'est-ce que vous entendez par facile ?

R : Si on va acheter la même chose en magasin ou en ligne. En ligne, il suffit de prendre son PC, de se connecter, de payer et d'attendre qu'il arrive. Alors qu'en magasin, il faut courir jusqu'au magasin et espérer qu'il y ait l'article et revenir.

I : Ok, et à part la facilité.

R : Je ne sais pas. Je ne serais pas vous dire qu'est-ce que les gens trouvent plus en ligne. Peut-être qu'il y a plus de choses, plus de choix. Il y a à peu près tous les choix en ligne.

I : Ok, et donc quels sont vos critères à vous pour l'endroit où vous effectuez vos achats. Donc vous avez dit que vous allez plus en magasins physiques mais pour quelles raisons ?

R : Je ne sais pas. Il y a une histoire de confiance. Et même en ligne, je vais toujours aller sur les sites les plus connus, les plus utilisés parce que ce sont les sites qui donnent le plus confiance.

I : Donc c'est juste pour une histoire de confiance que vous allez en magasin physique ?

R : Oui, on va dire ça. Et aussi parce que des fois on peut prendre quelqu'un avec et ça fait un moment où vous allez acheter un truc à deux. Mais sinon aller acheter un truc tout seul, on n'y gagne rien par rapport à acheter en ligne mais au moins on a la confiance et on a l'objet direct. Et on repart avec l'objet et on n'a pas cette hésitation : est-ce qu'on va avoir notre colis, est-ce qu'on ne va pas avoir notre colis, est-ce qu'il sera comme on le pensait.

I : Ok, et donc vous avez dit que des fois... Par exemple, le magasin physique c'était chouette parce que vous pouvez partager cette activité avec quelqu'un.

R : Oui c'est ça.

I : Donc d'un point de vue social c'est intéressant.

R : Ouais.

I : Donc que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne.

R : Vous avez des exemples de nouvelles technologies ?

I : Par exemple, la réalité augmentée. Je ne sais pas si vous savez ce que c'est ?

R : Si, mais je ne sais pas si ça changerait grand-chose à l'achat en ligne d'ajouter, de s'en servir déjà ... Ça a l'air déjà sûr comme, ça a l'air déjà efficace pour pas qu'on doive rajouter trente mille options sur les sites en ligne.

I : Vous pouvez expliquer un peu mieux ?

R : Votre question c'était ?

I : Que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ? Et vous me disiez que de rajouter des difficultés ...

R : Non rajouter des facilités, des options aux gens

I : Des facilités ou des options ?

R : Des options qui facilitent la vie

I : ok, voilà.

R : Je ne sais pas si ça changera forcément l'achat en ligne parce qu'il est déjà très bien au niveau qu'il est. Je pense qu'à part rajouter des sécurités et des automatismes pour rendre le voyage sur le site plus simple, je pense que rien ne doit être rajouté sur ces sites.

I : Donc vous n'y voyez pas d'intérêt.

R : Non, si moi j'avais le choix. Si je suis chef d'Amazon ... Je ne sais pas comment expliquer. Je n'investirais pas dans ...

I : De nouvelles technologies.

R : Si mais je trouve que ... Je n'arrive pas à m'expliquer.

I : Essayez.

R : Je pense que ce n'est pas nécessaire pour nous mais que pour eux oui. Ça les aiderait encore plus mais ce n'est pas un truc qui va ...

I : Vous pensez que pour les clients ça ne va rien changer.

R : Pour les clients pas grand choses. Pour eux, ça améliore leur sécurité et leur ... Parce qu'en rajoutant des sécurités et des options pour sécuriser l'achat et en améliorant l'image du site, ça ne fera pas forcément venir plus de gens parce qu'il y a déjà énormément de gens qui achètent sur les ... parce que là c'est déjà assez sécurisé.

I : Oui mais on va prendre un exemple. Peut-être que ça vous facilitera. Par exemple, vous voulez acheter un meuble et vous allez l'acheter soit en physique soit en ligne. Et donc si vous l'achetez en ligne, vous allez avoir l'image du meuble que vous voulez acheter à travers votre GSM. Qu'est-ce que vous en pensez par exemple de ça ?

R : Non, ça je trouverais ça utile.

I : Et pour quelles raisons ?

R : C'est une petite option qui améliore le "site" parce que ça permet à des clients de les mettre dans la situation et à déjà imaginer le meuble dans la pièce. Et du coup, s'il passe bien dans la pièce, on a tout de suite plus envie de l'acheter.

I : Et donc vous trouvez ça intéressant les nouvelles technologies ou pas ?

R : Oui mais ça ne va pas énormément changer ces sites. Ça ne va pas faire un énorme apport de gens sur ces sites. Je pense que les sites en lignes ont déjà leur public. Ils ont déjà un public immense.

I : Ok. Alors maintenant, à quelles marques en ligne pensez-vous et que pensez-vous de celles-ci ?

R : A quelles marques en ligne je pense ?

I : Vous n'avez pas d'idées ?

R : Je n'en ai pas une en particulier.

I : Une qui vous passe par la tête.

R : Vinted par exemple.

I : Et qu'est-ce que vous en pensez ? Vous aimez bien pour quelles raisons ou pourquoi vous n'aimez pas.

R : Bah c'est un site qui s'est bien mis dans son époque. Moi j'aime bien. Car il y a des objets récupérés, enfin avec du second-main très qualitatifs.

I : Pourquoi vous aimez bien ce site ?

R : Parce qu'on peut ... Bah en tant que client c'est déjà beaucoup moins cher. Et à la fois, on peut mettre des anciens vêtements à soi et les revendre. Du coup, on peut essayer de remplacer ses anciens vêtements par des nouveaux en perdant aucun argent.

I : Ok. Et connaissez-vous des actions de marques en ligne ? Ou avez-vous des idées d'actions de marques en ligne ?

R : Je n'en sais rien.

I : Quel mot vous évoque le mot METAVERS ?

R : Univers

I : Ok, et connaissez-vous le METAVERS ?

R : J'ai peur de dire une connerie donc je vais dire non.

I : Ok, donc je vais un peu vous l'expliquer. Le METAVERS c'est un espace partagé collaboratif en ligne constitué d'environnements en trois dimensions qui utilisent des techniques d'immersion élevée pour réduire la perception de la médiation technologique tout en permettant des actifs numériques transférables et uniques et en autorisant des avatars uniques générés par les utilisateurs à interagir les uns avec les autres. Je vais vous laisser peut-être lire la définition pour que vous la compreniez et après je vais vous l'expliquer un peu mieux si vous le voulez. Vous l'avez lue ? Et comprise ?

R : Je vais relire un coup. Vous avez un exemple de METAVERS ?

I : De pro METAVERS on va dire oui. Roblox par exemple.

R : Ça va alors, je vois déjà mieux.

I : Par exemple, je vais vous donner par exemple, ce sera plus marquant. Par exemple, il y aurait des METAVERS pour faire vos achats en lignes. Donc vous seriez sur votre PC, vous auriez peut-être un casque de réalité virtuelle sur votre tête et donc vous verriez comme si vous étiez dans la vraie vie. Et vous iriez dans un jeu où vous pourriez rencontrer d'autres personnes qui seraient avec de petits avatars également. Vous pourriez leur parler comme je vous parle actuellement. Et après je pourrais aller dans un magasin de Nike par exemple qui serait sur le METAVERS et essayer des vêtements en les voyant, en les sélectionnant et après je pourrais les acheter. Et là, ils me parviendraient chez moi ou soit également ils pourraient être juste uniquement pour mon avatar dans le monde virtuel. Vous pourriez également faire d'autres activités, par exemple du golf. Vous pourriez par exemple jouer à des jeux vidéo et d'autres choses de ce style-là. Vous pourriez même aller sur le METAVERS de Hyundai et jouer à des jeux que Hyundai vous propose et essayer des vêtements de Hyundai, essayer leurs voitures et également discuter avec des collaborateurs de Hyundai qui seraient présents dans le METAVERS ou avec des amis ou des gens inconnus qui seraient également là-bas. Vous pourriez également faire des activités telles que manger une glace, boire un café ou d'autres choses comme ça. Je ne sais pas si vous voyez.

R : Oui, si.

I : Et donc qu'est-ce que vous en pensez de cela ?

R : Je n'ai pas tout compris. Vous pouvez réexpliquer la définition de METAVERS ?

I : C'est un genre de monde virtuel. Un monde comme ici.

R : Dans lequel on aurait nos sensations ici ?

I : Peut-être pas les sensations. Ça dépendra de la technologie.

R : Donc ce seraient des casques VR ou des trucs dans le genre ?

I : Oui, si vous voulez voir en réalité virtuelle, vous devrez mettre un casque de réalité virtuelle. Mais il y aurait moyen d'aller juste uniquement sur le PC avec votre souris et de déplacer votre avatar. Comme, je ne sais pas si vous voyez Fortnite ?

R : Oui

I : Vous déplacez un petit bonhomme. Là vous jouez et là vous pourrez jouer comme aller dans un Pizza Hut commander une pizza.

R : Oui mais on n'aura pas les sensations de manger un truc. Ou si ?

I : Là vous n'aurez pas les sensations de manger une pizza. Mais, par exemple, vous pourrez acheter un pull que vous auriez vu sur le METAVERS dans un magasin. Vous vous dites : ha il est beau. Parce que vous vous êtes baladés avec votre avatar. Vous le voyez et vous allez peut-être l'acheter et vous allez le recevoir chez vous. Vous pourrez également l'acheter aussi uniquement sur le METAVERS pour votre avatar. Pour votre faux personnage. Enfin votre faux, votre équivalent mais dans le monde virtuel. Vous pourriez également jouer à des jeux de voitures. Donc, faire comme si vous étiez dans une voiture ou d'autres jeux. Vous pourriez également voir une personne dans le METAVERS et lui parler. Jouer à un jeu de tennis avec cette personne dans le METAVERS. Vous pourriez voir d'autres personnes ou rencontrer d'autres personnes dans le METAVERS. Ou bien également aller dans un magasin Decathlon et dire "j'ai envie de tel vélo, pouvez-vous me conseiller ?" et il y aurait un petit bonhomme qui viendrait vous conseiller. Et si vous avez le casque de réalité virtuelle, vous verriez le vélo devant vous. Vous auriez peut-être un jeu de vélo dans le monde virtuel etc... Vous avez compris ?

R : Cette technologie a l'air assez complexe à mettre en place j'ai l'impression. Mais ça pourra faciliter la vie de beaucoup de gens.

I : Comment ça ?

R : Bah les personnes qui ont plus de mal à se déplacer, les personnes âgées dans un village ou quoi auraient plus facile à se déplacer avec un système de METAVERS que maintenant.

I : Et vous, vous iriez dessus ou pas ?

R : Bah faut voir. S'il marche. Si bien sûr dans le METAVERS il y a ... Bien sûr il faut que ça grandisse en construisant ça.

I : Oui.

R : Faut que tout soit bien fait pour donner envie d'y aller.

I : Comment ça ?

R : Il faut qu'il y ait beaucoup de choses accessibles.

I : Et s'il y a beaucoup de choses accessibles ?

R : Bah là, beaucoup de gens iront alors ça fera un ... Comment dire ... Ça deviendra une plateforme sociale où les gens communiqueront.

I : Et pourquoi pensez-vous que les gens iront ?

R : Avec la qualité. Si des gens essaient et qu'ils aiment bien, ils vont pousser d'autres gens à essayer. Et puis avec la communication.

I : Vous avez parlé de qualité

R : Je ne sais pas si je vois encore très bien le mot METAVERS.

I : Ouais par exemple, je vois la qualité des équipements. Quelqu'un a un casque de réalité virtuelle ou même de l'image.

R : Ou de la simulation de monde. S'il manque la moitié. S'il n'y a quasi rien au début, ça ne donne pas envie d'y aller alors que si vous avez énormément de choix et que la simulation en vaut la peine, les gens iront.

I : Et vous préférez faire vos achats en ligne ou sur le METAVERS ?

R : Bah je dirais sur le METAVERS. C'est comme en ligne mais en plus chouette j'ai l'impression.

I : Comment ça en plus chouette ?

R : C'est comme acheter en ligne mais on se balade dans un monde. Ça a l'air plus attirant que de simplement acheter en ligne.

I : Vous irez pour d'autres raisons ? Pourquoi irez-vous sur le METAVERS ?

R : Pour la socialisation, pour les expériences qu'on peut avoir.

I : Des expériences ?

R : Vous avez dit qu'on pouvait aller chez Hyundai ou Porsche et qu'on pouvait essayer une voiture et qu'on pouvait aller dans n'importe quel magasin et essayer des choses. Pour l'apport qu'on a niveau expériences, ça donne envie d'y aller.

I : Ok, et niveau social ? L'aspect social serait différent que dans le monde réel ?

R : Oui je pense que l'aspect social serait différent.

I : Pour quelles raisons et qu'est-ce qui changerait et serait différent ?

R : On sera quand même chacun chez soi. Ce sera un peu comme les appels Discord ou les appels Teams. Où on a l'impression d'être tous ensemble mais chacun chez soi. Et ça fera un peu le même. Il y a une différence entre être chez soi et connecté avec d'autres personnes qu'en étant vraiment avec des personnes.

I : Et voyez-vous d'autres avantages ou inconvénients du METAVERS ?

R : L'inconvénient c'est comme dans tout système et toute invention et dans toute nouvelle société. Car ça fera une nouvelle petite société. Il y aura toujours des problèmes et des hics qui vont arriver comme dans toutes les inventions. Et les avantages, c'est tout le reste. C'est beaucoup d'expériences qu'on peut faire, de facilités

I : Et vous pourquoi vous aimeriez bien d'y aller ou pourquoi vous n'aimeriez pas y aller ?

R : Non, je pense que j'aimerais bien y aller.

I : Mais souvent, régulièrement

R : Oui ça dépend à quelle fréquence des choses intéressantes se passent, le nombre de choses intéressantes qu'on peut faire.

I : Ouais. Et si vous avez un large panel dès le début ?

R : Ça pourrait me faire aller beaucoup plus vite et beaucoup plus souvent.

I : Oui et donc il faudrait quand même du changement

R : Oui c'est ça.

I : Et est-ce que c'est important pour des marques telles que Gucci ou Nike d'être présentes dans le METAVERS ?

R : Oui je pense, oui.

I : Pourquoi ?

R : Parce que les gens, les gens qui vont prendre le METAVERS, qui seront sur le METAVERS auront quand même des moyens.

I : Pourquoi ces gens-là auront les moyens ?

R : Parce qu'il faut le matériel. Il faut tout le matériel pour y aller et je pense que ça ne doit pas être donné.

I : Et si je vous dis que vous pouvez aller déjà sur le METAVERS avec votre PC déjà.

R : Ah oui, dans ce sens-là. Moi je le voyais avec quand même un gros budget à côté.

I : Bah avec le budget qui va ...

R : Oui

I : ça changera. Le budget que vous mettrez à côté changera juste l'expérience on va dire.

R : Mais je pense que de toute façon pour toutes les marques c'est intéressant d'y aller. Car les marques vont quand même trouver leur clientèle peu importe. Parce qu'un magasin comme Nike beaucoup de gens vont y aller parce que c'est Nike. Gucci beaucoup moins de gens vont y aller mais ce seront des gens peut-être plus huppés parce que voilà, c'est Gucci. Je veux dire peu importe le magasin qu'on met sur un METAVERS, il va récupérer sa clientèle.

I : Et donc pourquoi pour lui ce serait intéressant ?

R : Bah parce que ça lui ouvre beaucoup plus de portes et de possibilités de ventes.

I : Ok, et que pensez-vous des entreprises qui sont présentes ou utilisent le METAVERS ?

R : Je pense qu'ils ont raison. Eux n'y perdent rien.

I : Donc c'est intéressant pour eux.

R : oui

I : Et donc si je vous dis que Nike est présent dans le METAVERS est-ce que ça vous change quelque chose pour vous ?

R : Non parce que ça paraît évident.

I : De manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Vous pouvez répéter la question ?

I : De manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Bah je ne saurais pas vous dire parce que je suis au courant de rien.

I : Oui mais le développement. C'est à dire si on le développe est-ce que ça serait intéressant ?

R : Ah oui, je pensais que c'était le développement au point où on en est maintenant dans le développement.

I : Non mais est-ce que ça serait intéressant qu'on le développe, ou est-ce que ce serait inintéressant ? Pour quelles raisons ?

R : Pour moi ce n'est pas un truc qui dans ma vie va bouleverser complètement ma vie.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que c'est un système dans lequel on a vécu. Donc ça va ... On n'a jamais vécu avec, du coup on se dit que ce n'est pas quelque chose qu'on a forcément besoin. Alors que si vous allez cent ans dans le futur et que le METAVERS existe depuis cinquante ans, les gens dans cent ans ne pourront plus s'en passer, alors que nous ça ne changera rien pour notre ... On n'a jamais connu ça. Notre vie est déjà facile et ce n'est pas une obligation. Allez comment expliquer ça.

I : Oui, une obligation

R : Ce n'est pas le premier truc

I : Une nécessité

R : Ouais c'est ça. Ce n'est pas le premier objectif qu'on se donne, ah j'aimerais qu'il y ait un METAVERS disponible.

I : Donc vous, vous êtes là en mode ...

R : Si ça existe, c'est bien. Mais si pas tant pis.

I : Donc si on le développe donc c'est bien mais si on ne le développe pas, ça ne change rien.

R : Oui c'est ça.

I : Ok

R : Parce que je ne pensais même pas que ça allait être développé.

I : Donc pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que... Vous allez en ligne rarement et que si vous allez en ligne, c'est juste pour faire des achats que vous trouvez

intéressants, beaux sur le moment. Qui vous ont donné envie, en soit, visualisant le produit en ligne et donc vous vous dites : ah il est beau, je vais l'acheter, soit pour le prix également qui sera peut-être moins cher.

R : Ouais

I : Pour le large choix de produit

R : Ouais en ligne, c'est vrai que comparé à un magasin.

I : Et après si pas, vous préférez aller dans un magasin pour l'aspect social, pour que ce soit déjà fait et réglé, et vous ne devez plus y penser. Sur le METAVERS, vous trouvez ça bien que ça se développe mais sans nécessité non plus de le développer, ça ne vous change rien on va dire. Ça ne vous affecte pas. Vous pensez que ce sera bien pour des personnes qui ont dur à se déplacer. C'est à peu près tout.

R : Ouais, ouais.

I : Ok. Pouvez-vous me confirmer que cela est bien correct ?

R : Oui

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions sur des choses ?

R : Non

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non

I : Aimeriez-vous ajouter quelque chose ?

R : Non

I : Ok. Pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Par exemple : profession, âge, etc. Hobby par exemple.

R : J'ai 26 ans, je travaille au service des sports de Renaix. Comme hobby, j'ai l'animation, j'ai le sport, j'aime voir les copains. Et voilà.

I : Donc merci d'avoir participé à cet entretien. Notez que votre contribution me sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : Au revoir.

3.8. Interview 8 (Bram, 23 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinion et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 8 : Oui, je suis d'accord avec ce que vous venez de me dire.

I : Et vous êtes d'accord de participer ?

R : Et je participe avec plaisir.

I : Alors je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non, je n'ai pas de question.

I : Alors, est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : J'ai passé une très bonne journée.

I : Qu'est-ce que vous avez fait ?

R : J'ai digéré parce qu'il vient d'y avoir le repas de Noël et ici je viens de faire une sieste parce que la journée précédente a été assez mouvementée.

I : Et donc pouvez-vous me décrire une de vos journées type ?

R : Donc souvent je me réveille vers 9h parce que je vais aller travailler vers 9h30-10h. Donc je n'ai pas beaucoup de route, je ne travaille pas loin de ma maison. Donc vers 10h, je vais au travail. Je vais dans mon bureau, j'ouvre mon PC, je commence à regarder les mails. Je regarde un petit peu ce qu'il faut faire pendant la journée. Ensuite, je continue un petit peu à répondre aux mails. Puis, je fais parfois des réunions, parfois je recontacte des artistes. Parfois je fais des animations en pleine journée parce que je travaille dans une bibliothèque et qu'il y a parfois des classes qui viennent à la bibliothèque. Et donc j'anime des enfants. Ensuite, il y a la pause. En

après-midi souvent je continue à retravailler un peu tout ce qui est administratif à mon travail. Et ensuite vers 15h-15h30, souvent je vais faire de l'extrascolaire avec les enfants. De 15h30 à 16h30, j'ai des animations extrascolaires. Et ensuite vers 16h30-17h30, souvent ma journée se termine. Ensuite, je retourne chez moi, je me repose un peu. Et la plupart du temps, je fais du sport vers 18h30-19h jusqu'à 20h30-21h. Puis, je recontacte mes amis, je vois ce que l'on peut faire au soir. S'il n'y a rien à faire, je retourne chez moi. Je regarde un petit peu mon téléphone, je vais sur les réseaux sociaux. Je regarde des films puis je m'endors souvent vers plus ou moins minuit.

I : Ok, d'accord. Pouvez-vous me décrire une journée où vous ne travaillez pas maintenant ?

R : Donc je me réveille un peu plus tard. Parfois, il est 10h-10h30. Ça dépend ce que j'ai fait la journée précédente. Souvent ce que je fais, pendant mes journées où je ne travaille pas, je vais souvent sur les réseaux sociaux. J'essaie de trouver des choses intéressantes à faire dans la journée. J'essaie de contacter des amis pour ensuite bouger en après-midi. Mes passe-temps préférés d'une journée types où je ne travaille pas c'est des loisirs culturels où aller dans des bars avec des amis ou bien consacrer ma journée à faire du sport pour me défouler. Avoir un moment où je peux me défouler avec mes amis ou en faisant du sport.

I : Ok, est-ce que les journées que vous venez de décrire sont représentatives de toutes vos activités ou de vos activités en général ?

R : Principalement oui.

I : Vous arrive-t-il de vous connecter sur internet ?

R : Oui, souvent. Je pense que quotidiennement par jour, j'arrive à mes 1h30-2h d'écran par jour.

I : Pour y faire quoi ?

R : Souvent pour les réseaux sociaux. Aussi pour regarder des films, m'instruire en regardant des vidéos, des vidéos où on apprend plein de choses et tout ça.

I : Ok, donc vous avez dit qu'il vous arrivait de vous connecter sur les réseaux sociaux. Pour quelles raisons et à quelle fréquence ?

R : Je pense que ça prend souvent pas mal de temps. C'est pour regarder des vidéos qui sont sur ... Est-ce que je peux dire les réseaux sociaux ?

I : Oui

R : Souvent c'est TikTok, Instagram. Toutes des vidéos où ça défile et où c'est des petites vidéos qui sont assez addictives quand même.

I : Et pourquoi vous regardez ça ?

R : Parce que c'est addictif quand même. On regarde les vidéos et souvent ça intéresse et on ressent qu'il y a beaucoup de vidéos qui nous intéressent.

I : Ok. Et donc à quelle fréquence ?

R : Je pense que je suis au minimum, si je suis à la maison et que je n'ai rien d'autre à faire, je peux être à 1h30 voir 2h30 minimum.

I : Ok. Et vous arrive-t-il de vous connecter pour faire vos achats en ligne ?

R : Oui, je fais quand même assez souvent des achats en ligne.

I : Pour quelles raisons ?

R : Pour ma part, c'est souvent parce qu'il y a des choses qu'on ne voit pas dans les magasins et qu'il y a toujours des prix plus intéressants et aussi parce que j'aime bien tout ce qui est deuxième main, bonne affaire deuxième main. Comme par exemple sur VinTed, MarketPlace etc.

I : Donc c'est pour la deuxième main et pour le prix ?

R : Oui, souvent quand même.

I : Et deuxième main, pourquoi vous n'allez pas dans un magasin physique on va dire ?

R : Parce que souvent sur les plateformes, on peut rechercher directement. On ne doit pas se déplacer vers les magasins physiques. Et on peut faire des recherches spécifiques avec ce que l'on recherche nous même sans qu'on doive bouger jusqu'à l'endroit même.

I : Ok. Et donc vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Vraiment c'est plus rare. Je ne passe pas beaucoup de temps à faire des jeux vidéo. Je pense que par semaine, je suis à max 1h30 voir 2h par semaine.

I : Et pourquoi ?

R : Parce que c'est quand même assez plaisant les jeux vidéo. C'est un passe-temps qui est quand même chouette aussi.

I : Oui mais pourquoi vous ne faites pas plus ?

R : Parce que ça ne m'intéresse pas plus que ça.

I : Ok. Et pouvez-vous me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ?

R : C'était pour les cadeaux de Noël. J'essayais de trouver un truc qui coûtait assez chers de base et je l'ai trouvé à un prix qui était quand même divisé par quatre et en bon état. Donc, ce qui était pour moi une bonne affaire.

I : Donc qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé ?

R : J'ai aimé le prix. J'ai aimé l'état de ce que j'ai acheté. L'état du produit que j'ai acheté. Et voilà. C'était quand même un peu stressant car on ne sait jamais ce qu'on achète vraiment, si c'est défectueux ou pas. Mais je fais souvent quand même confiance et j'achète dans un rayon de 10 kilomètres voir 15 kilomètres pour être sûr de ne pas tomber sur des surprises.

I : Donc c'était une personne privée ?

R : Oui.

I : Et vous êtes passés sur une application ?

R : Oui, sur MarketPlace. Facebook MarketPlace. J'ai mis sur un rayon de 20 kilomètres et j'ai regardé le produit que j'avais besoin. Et souvent les gens revendent ce qu'il n'utilise pas à un prix intéressant pour les gens qui veulent acheter ce produit.

I : Et vous utilisez souvent les réseaux sociaux pour faire vos achats ?

R : Facebook MarketPlace en général. Oui.

I : Pourquoi cette application en particulier et pas une autre ? Et vous préférez l'application MarketPlace ou aller sur un site de magasin en ligne normal ?

R : Bah MarketPlace c'est intéressant parce que c'est déjà sur Facebook. C'est déjà une application qui est intégrée dans Facebook et il n'y a pas mal de personne qui vendent dans un rayon de 15-20 kilomètres et je regarde aussi s'il n'y a pas des amis en commun. Donc quand j'achète à quelqu'un, à un particulier qui vend, je regarde s'il n'y a pas des amis en commun et ensuite je regarde quand même si c'est sûr ou pas. Et je vérifie toujours bien le compte et après quand je vois que c'est un achat qui peut se faire en toute sécurité, je fonce.

I : Vous achetez quand même plus sur ces plateformes là que sur un site Decathlon en ligne par exemple.

R : Oui en fait, je n'aime pas acheter tout ce que je peux acheter en deuxième main à un prix réduit. Mais si vraiment je ne trouve pas, je vais à la deuxième option : acheter nouveau et en ligne sur les sites de magasins que vous venez de dire comme Decathlon ou d'autres.

I : Donc si vous achetez un nouveau produit, vous avez plus tendance à acheter, si on ne compte pas la deuxième main, sur un site en ligne ou dans un magasin physique.

R : Je préfère en ligne personnellement.

I : Pour quelles raisons ?

R : Je ne sais pas. Je n'aime pas trop sortir, je n'aime pas trop bouger jusqu'au magasin physique. Je n'aime pas trop aller dans un magasin même. Et je préfère faire mes achats en ligne sans trop aller voir dans les magasins même.

I : Ok. Allez-vous souvent sur internet pour réaliser vos achats ?

R : Oui

I : Pourquoi ?

R : Car je ne suis pas un grand fan d'aller dans les magasins.

I : Ok. Et quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : Je réfléchis un petit peu. Vous pouvez répéter votre question ?

I : Quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ? Pourquoi vous faites vos achats en ligne ?

R : C'est surtout le prix qu'on peut comparer plus facilement. Parce qu'il y a aussi une belle transparence sur Internet car on voit le comparatif des prix. Il y a aussi des sites qui comparent les prix les plus avantageux. Et parfois, on peut se faire vraiment moins 30% par rapport au prix qu'on achèterait quand on va dans un magasin.

I : Et à part le prix. Il y a d'autres ...

R : C'est facile. C'est livré chez soi et on ne doit pas aller jusqu'au magasin même.

I : Ok, d'autres critères ?

R : Je réfléchis.

I : Facteurs pardon.

R : Non c'est vraiment pratique et que tout arrive chez soi rapidement.

I : Ok, alors quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ?

R : L'endroit ou le site ?

I : L'endroit. Le site quoi.

R : Bah tout d'abord le prix, si les échos de ... Comment on appelle ça ? Du service de retour.

I : Du service après-vente.

R : Oui pardon. Donc les échos qu'on a des services après-ventes. Ce que je fais aussi, c'est de souvent regarder les évaluations des gens. Et si je vois qu'ils disent que le service après-vente est super, je suis preneur encore plus pour tout ça.

I : Ok, d'autres critères ?

R : Surtout les garanties, les services après-ventes, les promotions, l'interface du site aussi. Ça donne une certaine confiance quand on fait des achats et aussi le nom de l'enseigne ça donne encore plus confiance pour faire des achats.

I : Pour quelles raisons ?

R : Souvent quand on connaît l'interface, le site ou le magasin, on a encore plus confiance, on se sent plus à l'aise d'acheter.

I : Confiance pour quelles raisons ? Confiance de quoi ?

R : Donc je pense que quand on connaît déjà l'enseigne, on se sent plus en confiance d'acheter dans ces magasins là que dans un magasin où on n'en a jamais entendu parler.

I : Confiance sur quoi ?

R : Confiance en achetant. Surtout en ligne, quand on ne connaît pas. On n'est jamais sûr de ce qui peut nous arriver quand on ne connaît pas l'enseigne. Alors que quand on la connaît, on est plus en confiance donc on achète plus rapidement.

I : Ok. Alors que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Donc mettre en place de nouvelles technologies ...

I : Pour les achats en ligne.

R : Pour la promotion ou pour l'achat.

I : Les deux. Tout. L'ensemble.

R : Je pense que si c'est pour le bien-être de l'acheteur, je pense que c'est très bien de faire ça.

I : Qu'est-ce que vous entendez pour le bien-être de l'acheteur ?

R : Si c'est pour rendre encore plus pratique, ou si c'est pour rendre ... attirer encore mieux les personnes ça peut être intéressant sans envahir la vie privée des acheteurs.

I : Ok. A quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous de celle-ci ?

R : Le nom d'une enseigne ou ...

I : N'importe.

R : Moi quand j'achète c'est souvent... Je ne suis pas trop vêtement et tout ça. Mais par exemple Vanden Borre, Media Markt et tout ça.

I : Et que pensez-vous de celles-ci ?

R : C'est des enseignes assez connues donc je pense que c'est quand même intéressant avec souvent aussi des bons échos du service après-vente et sécurité. Donc voilà.

I : Connaissez-vous des actions de marques en lignes ? Ou avez-vous des idées d'actions de marques en ligne ?

R : Des actions ?

I : Donc ce qu'elles peuvent faire.

R : Ce qu'elles peuvent pour faire la promotion ou ...

I : N'importe.

R : Oui bien sûr donc ... J'en connais beaucoup. Donc les pubs ciblées mais malheureusement ça touche à la vie privée des gens qui sont sur internet. Mais je sais qu'ils font ça. Cibler des pubs par rapport aux recherches et tout ça. D'un côté j'aime bien, de l'autre côté, il ne faut pas qu'elles soient trop envahissantes non plus, les pubs. Il y a aussi des pubs ciblées aussi. Ils vont parfois faire des offres exclusives par rapport aux recherches donc ça peut être intéressant. Il y a des facilités de paiement. Il y a beaucoup de ... Dans le monde de l'achat en ligne, il y a beaucoup de nouvelles technologies qui s'ouvrent aux acheteurs.

I : Vous avez d'autres idées ?

R : Pour l'instant, je n'en ai pas encore.

I : Ce n'est pas grave. Donc maintenant, je vais vous montrer une petite vidéo. Et vous me direz ce que vous en pensez. Regardez la bien.

// VIDEO HYUNDAI : site en ligne //

I : Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Donc un site pour ... Un site de voiture de la marque Hyundai. Je trouve que c'est un site avec une interface très agréable, où l'on sait très facilement s'y retrouver. On se sent bien

concerné. Si j'étais chercheur, acheteur d'une voiture, je me sentirais directement impliqué pour acheter une de ces voitures car l'interface est vraiment très agréable et tout est bien clair pour l'acheteur.

I : Comment ça agréable ?

R : Il y a beaucoup de possibilités. Il y a la possibilité de faire une simulation 360°. Il y a vraiment toutes les informations. Ils mettent bien en avant les avantages. Je n'ai pas directement vu qu'ils mettaient les désavantages. Je pense qu'en tant qu'acheteur, on doit avoir un avis critique mais en tout cas, les points positifs de la voiture étaient bien mis en avant. Et pour l'acheteur en fait, c'est agréable d'avoir tous ces petits outils comme le 360°, où l'on peut vraiment se projeter dans l'achat de ces voitures. Où l'on pourrait même limite dans sa tête rouler avec tellement c'est une réalité virtuelle augmentée, pour donner envie aux personnes de s'y intéresser encore plus.

I : Ok, et qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé ?

R : J'ai aimé l'interface, les outils pour encore plus connaître en détails la voiture. Les graphiques aussi et plein d'autres choses.

I : C'est à dire ?

R : Ils mettaient en avant aussi les prix qu'ils ont eus j'ai vu. Il y avait aussi une vidéo promotionnelle qui était quand même intéressante même si les pubs quand elles sont en anglais, je ne pense pas que c'est top. Il faudrait les mettre en français aussi. Donc, tout était clair pour quelqu'un ... Dans la bonne langue avec une bonne répartition sur les mots. On savait facilement tout lire et c'était intéressant à regarder.

I : Est-ce que c'est représentatif des expériences d'achats en ligne ce que vous venez de voir ?

R : Oui.

I : Pour quelles raisons ?

R : C'est parce qu'il y avait toutes les options, les couleurs, toutes les options qu'on pouvait avoir. C'est vraiment une simulation type de ce que j'aime bien, des sites où j'aime bien aller parce que tout est clair, les prix sont clairs. Y a les informations de garantie, tout ça. Donc pour moi c'est un site type où on se sent en confiance pour acheter en ligne.

I : Ok. Alors connaissez-vous le mot METAVERS ? Quel mot vous évoque le mot METAVERS pardon.

R : METAVERS, si je ne me trompe pas, c'est un concept où l'on peut surfer sur le net ou faire des expériences en réalité virtuelle. Où l'on peut aussi communiquer avec d'autres personnes qui sont sur le METAVERS. Je pense que c'est peut-être même en collaboration avec Facebook si je ne me trompe pas. Il y a un tas d'options chouettes où l'on peut plonger dans une réalité virtuelle en ligne.

I : Ok, et par quel biais connaissez-vous le METAVERS ?

R : Je pense qu'il y a eu des articles sur les réseaux sociaux. Ils en ont peut-être même parler dans les journaux télévisés. Je m'y intéresse un petit peu aussi à tout ce qui est réalité augmentée et tout ça. Et voilà, je connais ça par ce biais-là.

I : Alors maintenant je vais vous montrer la définition du mot METAVERS. Vous pouvez la lire.

R : Ok, je pensais que c'était en collaboration avec Facebook mais je ne vois pas ça dans la définition.

I : Alors vous avez compris ?

R : oui j'ai compris.

I : Alors maintenant je vais vous montrer une petite vidéo.

// Vidéo 2 METAVERS Hyundai //

I : Alors pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Alors je viens de voir un jeu interactif avec des petits bonhommes qui ressemblent à des legos. Je pense même que c'est un jeu où il y a une collaboration avec la marque Lego et également Hyundai. Où je pense qu'ils essayent d'attirer les gens à aimer les voitures Hyundai car ce jeu on dirait une petite île de la marque Hyundai avec des voitures Hyundai. Il y a un peu d'informations sur les voitures sans trop donner de détails. Les graphismes des voitures n'étaient pas minimalistes mais pas super détaillés non plus. Mais ça représenter un petit peu les voitures qu'on ... Les marques de voitures Hyundai. Et ça peut être un jeu qui est assez chouette à jouer pendant quelques temps mais pas trop longtemps non plus.

I : Et qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé ?

R : Bah j'ai aimé le concept d'un jeu en réalité virtuelle où il y a un peu de pub pour Hyundai et Lego mais les pubs ne sont pas dérangeantes. C'est un jeu interactif en même temps donc c'est chouette également.

I : Ok. Et en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués.

R : Bah c'est différent parce qu'en première instance c'est un jeu. Donc les gens peuvent s'amuser un peu plus. Mais par contre, je trouve que la voiture même n'est pas assez détaillée dans le jeu. S'ils veulent faire de la pub en tout cas. S'ils veulent faire de la pub pour la voiture, les graphiques ne sont pas assez détaillés mais je pense que c'est une manière ludique pour faire connaître la marque, la marque Hyundai en tout cas. Et voilà.

I : Ok. Et en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne, de la vidéo des achats en ligne que vous avez vu ?

R : Les achats en ligne sont plus détaillés. Je pense que les achats en ligne, sur le site, les informations sont plus claires. Et sur ce jeu-là, c'est plus une manière ludique de faire connaître la marque mais ce n'est pas forcément une incitation à acheter une voiture directement. C'est juste une manière ludique de faire connaître la marque. Je ne pense pas que sur ce petit jeu-là, on peut acheter une voiture.

I : Et si je vous dis maintenant que vous pouvez acheter la voiture sur ce petit jeu-là ?

R : Ça me ferait un peu peur parce que je préfère bien regarder tous les détails. Je n'ai pas vu tous les détails et les graphiques ne sont peut-être pas assez représentatifs par rapport au site des achats en ligne.

I : Vous avez parlé des informations, que vous avez plus d'informations ou qu'elles étaient mieux présentes sur le site d'achat en ligne.

R : Oui, c'est peut-être parce que j'ai plus l'habitude de faire mes achats en ligne sur des sites que sur des jeux comme ça. Mais oui, j'étais plus focalisé sur le côté ludique du jeu que sur l'envie d'apprendre à connaître une voiture spécifique. C'était plus un jeu ludique pour faire connaître la marque.

I : Et si vous aviez le choix, sur quel site Hyundai vous connecteriez-vous et pourquoi ?

R : Pour acheter ?

I : Expliquez.

R : Si c'est pour acheter, je préfère aller sur le site directement ainsi je sais lire tranquillement toutes les informations. Mais si c'est pour un peu m'amuser, bah le côté réalité virtuelle est intéressant aussi.

I : Donc vous iriez pour le côté informations sur le site d'achat en ligne ?

R : Oui

I : Et si c'est pour le côté ludique, vous iriez sur le METAVERS ?

R : Oui et pour faire connaître la marque car j'ai vu qu'il y avait quand même quelques petits textes avec des points positifs de leurs voitures mais acheter de cette manière-là, sur le jeu de réalité augmentée, m'inspire un peu moins confiance que d'aller sur le site où je peux tranquillement regarder toutes les infos sans être, un petit peu, attiré par le jeu et plus par les informations.

I : Et mise à part le fait que les graphismes sont moins représentatifs des voitures et que vous avez moins d'informations. Est-ce qu'il y a des choses ...

R : Je pense que dans le jeu en réalité augmentée, il devrait être un peu plus clair où on sait lire voir des petites fiches aussi parce que là j'étais plus attiré par le jeu que j'oubliais de regarder les informations importantes que je regardais sur le site. Mais peut-être pas dans le jeu directement. Mais c'est une manière intéressante de faire connaître la voiture et ses fonctionnalités et tout ça.

I : Et quelles expériences vous a paru la plus intéressante et pourquoi ?

R : A tester, j'aimerais bien faire la réalité augmentée. Mais pour faire mes achats je préfère aller sur des sites.

I : Mais laquelle vous a paru la plus intéressante des deux vidéos ? Entre les deux vidéos que vous venez de voir, laquelle vous a paru la plus intéressante ?

R : Je suis plus en confiance avec le site mais à tester, j'aimerais bien faire le jeu de réalité virtuelle.

I : Ok, et est-ce que c'est intéressant pour des marques telle que Hyundai d'être présente sur le METAVERS ? Le METAVERS c'est ce que vous venez de voir.

R : Oui. Je pense qu'il faut suivre un petit peu les technologies et proposer des options comme celles-là peuvent attirer des gens. Même si je pense que les gens vont tout le temps privilégier les sites pour faire leurs achats. Je pense que ...

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que c'est, en tout cas pour notre génération, c'est plus clair, c'est moins brouillon que de regarder dans une réalité augmentée.

I : C'est moins brouillon ?

R : Oui, c'est plus clair sur le site, tout est plus facile à lire que sur le jeu. Niveau praticité.

I : Et donc est-ce que c'est important pour des marques telle que Hyundai d'être présentes sur le METAVERS ?

R : Je pense que ça peut être intéressant pour faire leurs pubs mais pas pour faire les achats.

I : Ok, et pour d'autres types de marques ?

R : Ça dépend quelle ... De voiture ou de toutes les marques ?

I : De toutes les marques.

R : Oui, en tant que placement de produit, ça peut être intéressant de s'approprier la réalité augmentée mais je ne pense pas que c'est nécessaire pour toutes les marques non plus. Par exemple, les voitures et des choses comme ça, ça peut être intéressant.

I : Et pour quel type de marque ce ne serait pas intéressant ?

R : Par exemple ... C'est intéressant pour toutes les marques pour se faire connaître mais je pense que pour une voiture dans la réalité augmentée, on plonge encore plus dans le concret. C'est comme si on avait déjà roulé avec une voiture Hyundai en réalité augmentée. Et c'est quand même intéressant, tu te dis : ah, en réalité augmentée, j'ai déjà roulé avec une Hyundai. Ça rapproche encore plus le client vers une projection d'achat ou d'avoir une voiture comme ça.

I : Et si je vous parle pour un vêtement par exemple Gucci.

R : Pour ça je pense que c'est un peu moins indispensable que pour une voiture.

I : Pourquoi ?

R : Parce qu'acheter une voiture, c'est un achat qu'on fait qu'une fois et c'est une chose importante. Alors que des vêtements, c'est quelque chose qu'on fait plus souvent et qui est un peu plus banal pour l'acheteur.

I : Donc ce serait un peu plus intéressant pour des produits inhabituels ou qu'on effectue un peu moins souvent.

R : Oui, pour des achats un peu plus rares comme des voitures.

I : Plus rare ou plus important niveau argent ?

R : Ouais, plus important niveau argent et plus rare. Une voiture on en achète une fois tous les dix ans alors que des t-shirts on en achète 100 fois par an.

I : Et par exemple, pour une marque comme Pizza Hut ?

R : Ça peut être intéressant de faire du placement de produits dans ces jeux-là. Mais il faut faire attention que le jeu reste intéressant aussi. S'il y a plein de placement de produits, peut-être que le joueur, si c'est un jeu, le joueur va peut-être se lasser de toutes ces pubs.

I : Non, mais si on est dans le METAVERS comme vous venez de voir dans la deuxième vidéo.

R : Oui mais s'il y a plein, plein, plein de pubs et de placement de produits dans ces jeux là, ça peut-être plus dérangeant qu'autre chose.

I : Qu'est-ce que vous entendez par pub ?

R : C'est des placements de produits. Donc, si dans ce jeu-là, on intègre toutes ces marques-là, bah peut-être que pour l'utilisateur de ce jeu, il va peut-être moins adhérer au jeu.

I : Ok. Et qu'est-ce que vous pensez que des entreprises et/ou sont présentes dans le METAVERS ?

R : Je pense qu'à une certaine dose, ça peut être intéressant pour certains achats comme les grosses voitures.

I : Non mais pour les entreprises, est-ce que c'est intéressant d'être présent ou ...

R : Oui, ça peut être intéressant mais il ne faut pas trop faire de placement de produits non plus. On en a ... Je pense que les utilisateurs d'internet en ont un peu marre d'avoir du placement de produits ou des pubs un peu partout. Et ils aimeraient bien profiter d'un jeu ou d'une expérience sans avoir plein de pubs un peu partout aussi.

I : Ok. Et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : C'est un pas ... C'est quelque chose d'intéressant car c'est quelque chose de nouveau. Et je pense que les gens aiment bien le nouveau mais peut-être qu'ils vont s'en lasser après quelques temps mais c'est une technologie intéressante.

I : Ok. Et comparé aux sites d'achat en ligne, y a-t-il des critères que vous trouvez plus intéressants dans le METAVERS ou moins intéressants ? Par exemple le côté social ou ludique

R : Donc, dans le METAVERS, je trouve qu'il y a quand même des aspects chouettes. C'est qu'on peut plonger encore plus dans notre réalité à nous et ça peut être intéressant de le faire un peu. Mais faire attention de ne pas trop le faire non plus. Mais c'est chouette en tout cas.

I : Et pour faire vos achats ? Est-ce que vous iriez sur le METAVERS faire votre achat ? Par exemple, au lieu d'aller acheter en ligne.

R : Les achats ce serait ... Je pense que je ne suis pas encore assez en confiance avec le METAVERS pour faire mes achats en réalité augmentée.

I : Pour quelles raisons ?

R : Je ne sais pas. Je pense que c'est encore quelque chose de trop nouveau et je pense que sur les sites tout est plus clair.

I : Comment ça plus clair ?

R : On est moins tenté de jouer, on sait plus regarder tranquillement les petits textes et choisir notre couleur de ... Les détails de ce qu'on aimerait bien acheter. C'est plus facile à faire.

I : Donc mélanger le côté ludique avec le côté achat ne vous plaît pas plus que ça.

R : Oui, c'est bien pour faire ...

I : Ou vous en avez peur ?

R : Oui c'est bien pour faire connaître un petit peu les produits mais pour faire les achats c'est toujours plus sécurisé, c'est toujours mieux de le faire sur les méthodes qu'on a eu l'habitude aussi.

I : Nous allons par exemple parler de l'aspect social qui est différent dans le METAVERS que sur les sites d'achats en ligne, qu'est-ce que vous en pensez en général ?

R : Les différences avec ...

I : L'aspect social. Oui entre les sites d'achats en ligne et le METAVERS. Car sur le METAVERS, vous avez d'autres avatars avec lesquels vous pouvez discuter.

R : Ah oui, ça c'est intéressant. C'est plus le côté ludique qui est intéressant là-dedans dans la réalité augmentée. Et c'est vrai qu'on se sent plus concerné avec des petits avatars qui viennent nous parler, on se sent plus concerné. Et ça donne peut-être plus l'envie d'en apprendre plus sur la marque ou sur les choses auxquelles on s'intéresse.

I : Ok. Par exemple, vous êtes dans le METAVERS et vous devez acheter une voiture, le fait qu'il y a peut-être un petit avatar qui va venir vous conseiller. Est-ce que ça ne vous rassurera pas pour faire votre achat sur le METAVERS ou autre ?

R : En tout cas, nous on le sait que c'est de l'intelligence artificielle donc c'est comme si on lisait des textes. Mais c'est tout le temps le côté ludique qui peut être chouette. On peut même poser des questions et tout ça si je ne me trompe pas. C'est une manière interactive d'en apprendre plus sur un produit donc c'est chouette.

I : Donc grâce à cela, ça vous donne envie d'en apprendre plus mais ça ne vous ne vous met pas plus en confiance ?

R : Oui c'est ça.

I : Ok. Donc pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que vous irez toujours sur les sites d'achat en ligne pour effectuer vos achats car vous avez plus d'informations et que vous êtes moins perturbé et que vous avez également de meilleurs graphismes pour vous imaginer et projeter sur vos achats.

R : Oui

I : Tandis que le METAVERS, ce serait plus un endroit où vous iriez pour le côté ludique, pour s'amuser et peut-être pour découvrir de nouvelles marques ou en apprendre plus sur des sujets.

Ou pour les entreprises justement de se montrer et de justement peut être d'attirer de nouveaux clients.

R : Oui c'est ça. Je pense que ouais. Donc le METAVERS c'est vraiment une manière de faire connaître les produits, d'en apprendre plus et de poser des questions car on se sent plus concerné avec les avatars et tout cela. Mais ce n'est pas forcément la chose qui donne le plus en confiance pour faire des achats.

I : On va dire par exemple, le fait d'acheter, le fait de payer, vous n'irez jamais sur le METAVERS mais vous irez sur le METAVERS et ensuite sur le site d'achat en ligne pour réaliser votre achat.

R : C'est exactement ça.

I : Donc pouvez-vous me confirmer que tout cela est bien correct ?

R : Oui, tout cela est bien correcte.

I : Ok, souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non, je pense que j'ai été assez précis. Je n'ai rien à ajouter.

I : Ok. Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Peut-être aussi voir dans le METAVERS, voir les pors et les contres car c'est un produit intéressant mais il faut quand même avertir les personnes qui souhaitent faire des achats ou qui souhaitent s'intéresser à des produits là-dessus, que c'est une réalité augmentée et qu'il ne faut pas trop se laisser embobiner par le côté intéressant de la réalité augmentée pour faire des achats. Et qu'il faut toujours être un peu dans la prévention et qu'il ne faut pas se laisser embobiner par le côté ludique de ces jeux-là. Donc je pense qu'il faut être un peu retissant, il faut s'intéresser mais faire attention des dangers de la technologie et de la réalité augmentée.

I : Ok. Aimerez-vous rajouter autre chose ?

R : Non

I : Alors pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Profession, âge, etc. C'est anonyme.

R : Oui, je sais. Je suis coordinateur culturel de la commune de *****. J'ai 23 ans et je suis bilingue.

I : Et les hobbies ?

R : J'aime bien faire du sport, du pickleball, des sports de raquettes et j'adore faire la fête. J'adore le côté social avec les gens. J'adore l'art aussi.

I : Et justement le côté social, ça ne vous donnerait pas plus envie d'aller sur le METAVERS ?

R : Non parce que c'est une réalité augmentée et il faut profiter de la vie. Et de ne pas trop se laisser emporter par les nouvelles technologies.

I : Ok, donc vous n'irez pas sur ...

R : Ludiquement de temps en temps, comme si on jouait à un petit jeu mais ça ne doit pas être quelque chose qui prend plus de place que notre vie réelle.

I : Ok. Donc merci d'avoir participé à cet entretien. Noter que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Et je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : Au revoir.

3.9. Interview 9 (Nathalie, 55 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 9 : Oui, je suis d'accord.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non

I : Alors, est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Oui

I : Pouvez-vous me décrire une de vos journées de type ?

R : Journée type, alors levé très tôt le matin, la douche, petit déjeuner et puis je pars pour le boulot. Bon j'arrive pour mon boulot, j'allume mon PC. Je pointe. Première chose à faire et puis après, je vais boire un café avec mes collègues au coffee corner et après vers 08h30, nous reprenons le travail jusqu'à 12h00. En ayant peut-être des réunions entre-temps. Le midi, on fait une pause d'une heure, on va manger au mess, on remonte et puis après je fais mon travail jusqu'à 16h30. Et donc, comme je suis comptable, je paye des factures, je fais des bordereaux de paiement et je fais les frais de déplacement de mes collègues.

I : Ok, et après votre journée de travail, vous faites quoi ?

R : Je reprends la voiture, je rentre à la maison, je fais à souper, je fais la vaisselle et puis je m'installe un tout petit peu devant la télévision avant d'aller faire un gros dodo.

I : Alors, est-ce que la journée que vous avez décrite est représentative de toutes vos activités ?

R : Non

I : Vous pouvez me décrire alors une journée peut-être où vous ne travaillez pas ?

R : Quand je ne travaille pas. C'est le ménage à la maison, le repassage, les lessives et peut être de temps en temps, faire les magasins si j'ai le temps. Et faire à souper et faire des plats à l'avance comme ça tranquille pour quand je rentre du boulot.

I : Et vous ne faites pas de loisirs ?

R : Le loisir c'est les week-ends.

I : Et vous faites quoi ?

R : De temps en temps, je vais marcher quand j'ai envie. Ou alors je bouquine ou alors je dessine.

I : Arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : Oui

I : Pour quelles raisons et à quelle fréquence ?

R : Le matin surtout pour aller voir les informations sur RTL TVI. Et puis Internet pour regarder des restos, regarder la planification des vacances.

I : Donc c'est tous les jours ?

R : C'est tous les jours.

I : Vous arrive-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ?

R : Non ?

I : Pourquoi ?

R : Parce que je n'ai pas les réseaux sociaux sur mon GSM.

I : Et pourquoi vous n'avez pas les réseaux sociaux sur votre GSM ?

R : Parce que je n'ai pas envie.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Ça ne m'intéresse pas et puis je n'ai pas envie de divulguer ma vie privée sur les réseaux sociaux.

I : Ok. Alors vous arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne.

R : Oui

I : Et à quelle fréquence et pourquoi ?

R : Les boutiques de vêtements, de temps en temps. Et maintenant ça va être les boutiques pour faire des albums photo.

I : Et à quelle fréquence ?

R : Oh, les boutiques de vêtements, c'est peut-être une fois ou 2 fois par mois. Les photos, c'est peut-être 3-4 fois sur l'année quoi.

I : Vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Oui

I : Pourquoi ?

R : Parce que ça me détend.

I : Et à quelle fréquence ?

R : Tous les jours.

I : Tous les jours aussi. Sur votre PC, sur votre GSM ?

R : GSM.

I : D'accord, alors considérez-vous comme une étant une personne connectée ?

R : Pour moi oui.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que je suis toujours sur mon GSM pour regarder mes infos, la météo, jeux.

I : Dû à l'utilisation intensive d'internet ?

R : Oui

I : Je vais vous montrer une petite vidéo mais avant ça j'ai quelques questions. Alors, quel mot vous évoque le mot METAVERS ? Connaissez-vous le METAVERS ?

R : Non

I : Mais si je vous demande ce que ça vous évoque le mot METAVERS juste avec le nom ? Peut-être rien.

R : Rien.

I : Ok, donc vous ne connaissez pas le mot METAVERS ? Vous n'en avez jamais entendu parler ?

R : Jamais

I : Alors je vais vous montrer une petite vidéo justement d'un METAVERS. Donc, il faut bien regarder la petite vidéo. Vous voyez bien ?

R : Oui, ça va.

/// vidéo METAVERS Hyundai ///

I : Donc ça c'est un METAVERS de Hyundai. Donc voilà la petite vidéo. Ce que vous venez de voir c'est un METAVERS de Hyundai. Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Un petit bonhomme qui court tout le temps pour voir des voitures, ce qu'il a dans la voiture. Faire des achats, j'ai vu qu'il n'en faisait pas beaucoup, à part une tasse de café. Et je vois toujours le petit bonhomme qui court partout.

I : Vous n'avez rien vu d'autres ? Il n'y a rien qui vous a choqué ?

R : Non, on passe d'une simulation de voiture à un parc avec un food truc donc.

I : Alors, qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Le petit bonhomme qui veut acheter et qui clique sur le ... Non je ne vois pas l'intérêt de mettre ça dans une vidéo.

I : Et il n'y a rien d'autres ?

R : Non

I : Et il n'y a rien d'autres que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Non, parce que le petit bonhomme ça ne me dérange pas qui court partout comme ça.

I : Ok, et en quoi est-ce différent ou pareil des achats en ligne que vous avez effectués ?

R : C'est à peu près la même chose quand on veut acheter quelque chose. Achat d'une nouvelle voiture. Lui il va essayer une voiture, on voit l'intérieur donc c'est exactement la même chose que quand tu vas sur Internet et que tu cliques sur la voiture et tu la vois à 360°.

I : Donc pour vous c'est la même chose ?

R : Moi pour moi c'est le même.

I : Ok. Il y a d'autres similarités ou différences ?

R : Mais quand on voit le Food Truck, on a une expérience aussi comme ça, que quand on a été dans un festival, on avait tous sur un bracelet et on mettait un bracelet. Moi pour moi quand j'ai vu le Food Truck j'ai pensé à ça.

I : Ouais mais là, on parle des achats en ligne. La différence avec les achats en ligne ou une similarité ?

R : Les achats en ligne maintenant, moi je vais être un peu plus prudente pour faire des achats en ligne.

I : Comment ça ?

R : Parce que j'ai souvent été déçue par rapport à des vêtements. Donc maintenant, je vais être beaucoup plus prudente d'aller sur des sites comme ça et de dire voilà, j'ai vu ça, je veux l'acheter en ligne donc j'essaye.

I : Ok. Il n'y a pas d'autres similarités ou de ressemblance avec les achats en ligne ?

R : Non

I : Alors je vais vous montrer une autre petite vidéo. Et il y a aucun truc que vous voulez rajouter sur l'expérience que vous venez de vivre ? La vidéo que vous venez de voir ?

R : Non

/// vidéo site en ligne Hyundai ///

I : Alors, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : La configuration des Hyundai quand tu as envie d'en acheter une.

I : Donc vous pouvez être plus précise. Qu'est-ce que vous avez vu ?

R : Ben automatiquement la sélection d'une voiture et là on voit la composition, la couleur, les options, à 360° à l'intérieur de la voiture et puis bien sûr, l'essai de la nouvelle voiture hybride où électrique de chez Hyundai.

I : Qu'avez-vous aimé ou pas aimé ?

R : La vidéo sur Youtube de l'ioniq. C'est un peu trop long.

I : Ouais mais non, mais pas la vidéo, mais qu'est-ce que vous aimez bien faire en général sur le site par exemple. Qu'est-ce que vous avez bien aimé du site ?

R : J'ai bien tout aimé puisque voilà, je ne vais pas le cacher, j'ai acheté une Hyundai donc ça m'a permis aussi de regarder ce que j'allais prendre comme couleur, l'intérieur, l'option de la voiture si c'est plus une moins grosse ou une plus grosse. Bon voilà bon c'est agréable ce site-là.

I : Et quand vous avez fait votre achat de voiture, avez-vous été sur un site en ligne pour le faire ?

R : Ouais, j'ai été sur Hyundai.

I : Et vous l'avez acheté en ligne ?

R : Non, j'ai été chez mon concessionnaire pour l'acheter.

I : Et ça vous a permis de faire quoi et de savoir quoi ? Pourquoi vous avez été en ligne ?

R : Déjà pour voir quelle cylindrée je voulais prendre, voir le modèle parce que bon, ils avaient changé de modèle, voir la couleur et voir des petits aspects avant d'aller chez mon concessionnaire et de lui poser des questions et de lui dire : voilà je veux ça, ça, ça dessus, est-ce que c'est possible ou pas ?

I : Ok, et pourquoi vous ne l'avez pas fait directement en magasin ?

R : Parce que je me suis dit qu'on pouvait l'essayer ici, faire un avant-projet, et je vais dire de parce qu'on pouvait le faire. Donc voir à peu près les conditions qui pouvaient m'être faites en plus sur l'achat de la voiture.

I : Ok. Et le fait de regarder sur Internet, ça vous a permis de faire des choses qui n'étaient pas possibles en physique ?

R : En physique. Parce que bien souvent, chez les concessionnaires, les voitures ne sont pas toujours là.

I : Ok, il y a d'autres choses ?

R : Non.

I : Et pourquoi vous n'avez pas fait votre achat en ligne directement ?

R : J'aime toujours bien avoir le contact social avec la personne quand on fait un gros investissement.

I : OK. Pourquoi ?

R : Parce que c'est beaucoup plus facile d'être avec une personne derrière. Si on a des questions à poser. Que si on est en ligne, il faut mettre une question, il faut attendre la réponse. Tandis que là, on est chez le concessionnaire. Et si on a des questions réellement précises quand on est là, on a tout de suite les réponses.

I : Est-ce que la vidéo que vous venez de regarder était représentative des expériences d'achat en ligne ?

R : Oui.

I : Pourquoi ?

R : Parce que tout est complet.

I : Ok.

R : Ici j'ai fait une simulation d'assurance, mais si je voulais, je pouvais avoir mon assurance directe en ligne.

I : Vous ne l'avez pas fait ?

R : Je n'ai pas fait parce que j'ai fait une comparaison de 2 sociétés d'assurance.

I : Et ça, c'est grâce à en ligne que vous avez ...

R : C'est grâce à en ligne que j'ai pu voir en allant chez mon banquier. Aujourd'hui, j'ai pu constater qu'il était beaucoup plus cher que sur une autre assurance que je vais pouvoir faire. Mais c'est ce que j'avais déjà fait en ligne.

I : Et quels sont les facteurs qui influencent votre choix de faire vos achats en ligne ? Par exemple, vous avez dit que vous avez fait, de temps en temps, vos achats en ligne, pour les vêtements, pas pour les gros investissements, mais que le contact social était important. Est-ce qu'il y a d'autres critères qui influencent de faire votre achat en ligne plutôt qu'en physique ou justement des critères qui vous font acheter en physique et pas en ligne ?

R : Quand ce sont des gros investissements, comme une voiture ou une maison ou n'importe quoi, c'est mieux d'avoir quand même les personnes devant soi tandis qu'un vêtement, on va dans une boutique, ça ne va pas, on le remet directement dans la boutique quoi. Tandis qu'en

ligne, on sait les conséquences de ce que ça arrive, si ça ne fonctionne pas. Si ça ne fonctionne pas ou si ça ne va pas, bah on repli, on renvoie à la poste et c'est tout.

I : Et ça, vous n'aimez pas ou vous aimez bien ?

R : Bah j'aime bien, oui et non. Ça me pèse des fois d'aller à la poste parce que j'ai mon vêtement qui ne va pas.

I : Ok. Et il y a d'autres facteurs qui influencent...

R : Ce qu'il y a

I : Pourquoi vous n'allez pas souvent faire vos achats en ligne ?

R : J'aime bien aller me promener et faire les boutiques. C'est plus agréable que d'être en ligne.

I : Pourquoi ?

R : Au moins, on voit du monde.

I : Ok. Donc c'est plus pour l'aspect social ?

R : Ouais, l'aspect social. Et puis, on arrive dans un magasin, on parle avec les vendeuses, elles conseillent. Tandis que quand on est en ligne, on voit le vêtement, bah oui, non, ça va aller, ça va pas aller. Tandis que là, on peut essayer, ils donnent des conseils donc c'est toujours agréable d'avoir un bon petit conseil.

I : Ok. Et il y a d'autres facteurs, par exemple pour lesquels vous préférez faire justement vos achats en ligne ?

R : Bah disons que des fois, c'est plus par fainéantise que je fais un achat en ligne.

I : Comment ça ?

R : Parce que je n'ai pas envie de sortir donc voilà quoi. Bon je me suis dit ...

I : Ok mais vous venez de dire que justement vous aimez bien sortir.

R : Bah oui mais il y a des fois, il y a des circonstances où tu te dis que tu n'as pas envie de sortir et tout. Et bon, alors tu dis que tu vas le faire en ligne quoi. Mais il y en a d'autres, par exemple des autres achats que moi je peux faire, comme les albums photos ou des peintures que je fais, malheureusement ces achats là je ne peux plus les faire dans les magasins parce qu'ils n'en font plus, il n'y en a plus. Donc, à ce moment-là, je suis obligée de passer en ligne.

I : Il y a d'autres critères justement comme ça ? Par exemple, le fait des albums photos qui ne sont pas en magasin. Donc c'est pour avoir un produit, on va dire qui n'existe plus en magasin. Ou bien parce que vous n'avez pas envie de sortir, on va dire. Donc c'est on va dire en fonction de votre humeur.

R : Peut-être mon humeur pour les vêtements ou quoi. Mais ici, pour les albums photos maintenant, ça devient très difficile de trouver encore un photographe, je vais dire, qui font encore les albums photos. Et maintenant, avec tout ce que nous avons, tout ce qu'il y a sur internet, on a des albums photos qui sont magnifiques et qu'on peut faire nous-mêmes.

I : Ah ouais, donc là c'est parce que vous pouvez créer votre album ?

R : Je crée mes propres albums photos avec les photos que j'ai envie de mettre dedans, les petits commentaires que j'ai envie de mettre. Donc voilà, ça c'est bien sûr, je vais sur les sites internet.

I : Donc on va dire en ligne, ça vous permet de plus personnaliser votre produit.

R : Ouais, c'est ça.

I : Ok, vous avez d'autres facteurs comme ça ? D'autres critères, pardon.

R : Non.

I : Je ne sais pas, il y a peut-être autre chose.

R : Non, non.

I : OK. Quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ? Pourquoi vous choisissez tel endroit ou tel site, en particulier pour faire vos achats ?

R : Parce que ce sont des bons critères que bien souvent on a quand on répond à des questions et tout. On voit les critères qui sont là et qui disent, oui bon vous pouvez aller là parce qu'il y a une sécurité pour le paiement

I : Ok.

R : De 2, bah le retour bien souvent quand ça ne va pas, c'est souvent, de temps en temps gratuit, ce n'est pas toujours gratuit.

R : Donc on va dire par sécurité et pour le service après-vente.

I : Oui, le service après-vente.

I : Et ça c'est vos critères ?

R : Critères d'office ça.

I : Et il y en a d'autres ?

R : Non

I : Non ? Ok. Alors, que pensez-vous justement de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Ça va faire la différence. Moi, pour moi, ça va être la fermeture de toutes les petites boutiques.

I : Pour quelles raisons ?

R : Si on fait tous nos achats en ligne. Il y a déjà beaucoup de magasins que maintenant on peut faire des achats en ligne donc ça va être la fermeture, moi, pour moi des petites boutiques ou restructuration du personnel et voilà moi pour moi c'est ça.

I : Mais il y a quand même des personnes qui vont toujours aller dans les magasins physiques. Vous vous préférez même ...

R : Ah ouais, moi je préfère. Mais moi dans mes connaissances, j'ai certaines connaissances dans mon milieu de travail, qui préfèrent tout faire sur Internet. Parce que de 1, c'est une

économie de temps, on n'a pas besoin de se déplacer avec la voiture et puis on ne fait pas la file dans des boutiques.

I : Et ça vous, ces critères-là ?

R : Non, moi ça me ... Moi non.

I : Ok. Donc vous êtes un peu contre de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Oui, moi je suis contre

I : Parce que vous pensez que ça va retirer des emplois ?

R : Retirer de l'emploi.

I : Et que plus de gens vont faire leurs achats en ligne. Alors, à quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Une marque en ligne ?

I : Une marque en général. Si elle n'est pas qu'en ligne, ce n'est pas grave.

R : Souvent les marques, c'est une marque de vêtement.

I : C'est bon

R : Signé Nature, c'est une marque de vêtements mais que cette marque-là, elle n'est pas en ligne. Donc si j'ai envie d'un vêtement de cette marque, je suis obligée d'aller dans des boutiques qui sont reconnues de vente Signé Nature. Mais en ligne je ne sais pas le faire.

I : Donc ils n'ont pas de site en ligne ?

R : Ils ont un site en ligne, mais on ne sait pas commander chez eux et le recevoir. Comme dans certaines boutiques. Bon, moi je vais sur le Bonprix ou je vais sur La Redoute ou Blancheporte, que là à ce moment-là, il y a des belles marques aussi, mais là je commande et je le reçois.

I : Vous le recevez où ?

R : Ici, chez moi quoi. Ou alors quand je ne suis pas là, il faut que je me déplace à la poste parce que mon colis est arrivé à la poste.

I : Ok. Et donc ça, vous aimez bien justement que ce n'est pas possible d'acheter leurs produits ? Qu'est-ce que vous en pensez de ça ?

R : Ce n'est pas plus mal parce que au moins on peut se rendre compte, aller dans une boutique, on peut aller se rendre compte du vêtement comment il est. Parce qu'on peut choisir en ligne en voyant une photo et que dans un sens il ne tombera pas, il n'ira pas et que c'est quand même bête de refaire des frais de nouveau pour ré-envoyer à la boutique.

I : Ok. Connaissez-vous des actions de marques en ligne ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : Des marques en ligne j'en reçois presque tous les jours sur mon GSM. Que ce soit Point Carré.

I : Ouais mais des actions de marque en ligne ? Des choses qu'ils pourraient faire ? Si vous n'avez pas d'idée, ce n'est pas grave.

R : Non je n'ai pas d'idée là.

I : Quand vous avez vu les 2 vidéos. Avec la première et la 2e, qu'est-ce qui est similaires et/ou différent entre les 2 vidéos que vous avez visionnées ?

R : La première, on voit vraiment que c'est des ... On se croirait dans un jeu dans la première. Et que la 2e, c'est plus une explication d'un produit qu'on a envie d'acheter. Tandis que la première, on se croirait un petit bonhomme qu'on fait aller avec la souris ou qui doit aller toucher des points pour avoir des résultats ou de l'argent en plus dans sa cagnotte ou quoi ? Voilà moi, la première vidéo me fait penser à un jeu.

I : Donc, à part l'aspect ludique on va dire, il y a d'autres différences où ressemblances entre les 2 vidéos ?

R : C'est toujours la marque Hyundai, ça oui. Bah oui les différences, c'est que la 2e c'est plus commerciale.

I : Mais ce qu'on peut y faire réellement sur les vidéos ? Qu'est-ce que vous avez vraiment vu ? Ça peut être des petits détails.

R : Je ne vois pas.

I : Ce n'est pas grave. Et si vous aviez le choix, sur quel site de Hyundai vous connecteriez vous et pourquoi ? Entre la première vidéo et la 2e ?

R : Moi je me connecte sur la 2e.

I : Pourquoi ?

R : Parce que c'est un site qui directement... On est sur Hyundai, donc on sait déjà où aller pour la voiture. Donc on sait déjà sélectionner le modèle et automatiquement on l'a. Tandis que peut être dans la première, il faudrait un peu plus faire un jeu ou quoi. Tandis que moi, j'irai plus vite sur le 2e.

I : Mais pourquoi ?

R : Parce que j'ai directement le montant et la somme de la voiture.

I : Mais si dans la première on avait directement la somme également ?

R : C'est le dessin derrière. Comment on dit ?

I : Le graphisme

R : C'est le graphisme derrière qui ne me plaît pas.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que ça me fait penser à un jeu. Je me retrouve dans un jeu de PC ou dans un jeu qu'on a sur les GSM. Moi ça me fait penser à cela quand j'ai vu le petit bonhomme.

I : Et vous n'aimeriez pas faire vos achats de cette façon ?

R : Non

I : Donc vous n'aimerez pas faire vos achats avec un petit jeu ?

R : Non

I : Pourquoi ?

R : Je ne sais pas. Je n'aurais pas confiance. Je n'aurais pas confiance en la technologie du graphisme et du ... Non j'aime autant avoir le vieux système. Je sais bien je suis vieux jeu mais...

I : Il y a d'autres critères pour lesquels vous préféreriez vous connecter sur le site d'achat en ligne plutôt que sur le METAVERS ? Le METAVERS c'était la première vidéo.

R : Non, j'aime autant l'achat en ligne.

I : Ouais mais il y a d'autres critères que la confiance, on va dire, et les graphismes ? La sécurité et les graphismes.

R : Non, pour moi j'ai tout dit. Moi, le plus important, je trouve, c'est quand on a la sécurité sur un site.

I : Et sur les sites d'achats en ligne comment vous savez que vous êtes en sécurité ?

R : Il le marque automatiquement que moi quand je suis sur un site, par exemple sur Bonprix, j'ai la sécurité qui est dessus. Mais je ne ferais pas mes paiements en ligne.

I : Je n'ai pas compris. Vous pouvez expliquer ?

R : Donc ça veut dire que je peux aller sur le site, il est sécurisé et tout ça mais pour faire un paiement en ligne, j'aurais toujours peur qu'il y ait un couac ou n'importe quoi. Ou on viendrait prendre mon numéro de carte ou quoi. Je suis toujours septique de faire des paiements en ligne.

I : Et comment vous faites pour faire vos achats en ligne ?

R : J'ai toujours un virement anciennement pour les vêtements et quand je dois faire les achats de peinture ou d'album, je paie avec ma carte visa.

I : Quelle expérience vous a paru la plus intéressante et pourquoi ? Entre les 2 vidéos.

R : Moi ce que j'ai bien aimé c'est toujours avec la 2e vidéo parce que bon voilà. J'ai eu l'expérience ici par rapport à l'achat de ma nouvelle voiture et j'ai trouvé ça super sympa. Automatiquement, on a eu le détail de A à Z, le prix qu'on allait payer avec les remises qu'on allait avoir directement du garage. C'est ça moi je trouve. C'est bien.

I : Donc pour vous, la 2e vidéo était plus intéressante ?

R : Ouais. Moi pour moi oui.

I : Ok. Pour quelles raisons ?

R : Au moins là, on a tout le descriptif. Donc on veut une telle couleur, on a la couleur. On veut l'intérieur, on voit bien l'intérieur et tout. Et puis, on a le prix réellement à la fin quoi. Avec les remises de chez Hyundai qu'ils peuvent faire.

I : Ok. Et est-ce que c'est important pour des marques telle que Hyundai d'être présente sur le METAVERS ? Si oui, pourquoi ou sinon, pourquoi ?

R : Je pense que oui, parce que l'évolution de la technologie maintenant qui va arriver, donc je pense que ça va être, les nouvelles façons et les nouvelles technologies qui va avoir sur le marché. Hyundai va devoir s'adapter et il va s'adapter. Au METAVERS, ils vont s'adapter à ça.

I : Donc c'est une obligation pour eux ?

R : Ça va être une obligation pour eux s'ils veulent encore vendre des voitures. Parce que maintenant, les gens vont aller vraiment sur la nouvelle technologie. Comme maintenant, on parle beaucoup de l'intelligence artificielle, les gens vont vraiment partir là-dessus.

I : Et pour d'autres types de marques ?

R : Ce sera la même chose.

I : Et ce serait pour tous les produits, n'importe quel produit ?

R : Moi je pense que, au tout départ, ça va être plus pour les voitures et tout ce qu'il y a PC, GSM. Je pense qu'il va avoir une grosse évolution là-dedans.

I : Donc, ils vont aller plus vers le METAVERS pour vendre leurs produits ?

R : Oui

I : Et pourquoi d'abord ces produits-là ?

R : Parce que c'est directement les produits que les personnes flashent dessus. Chez Apple, ils vont faire un METAVERS avec le nouvel iPhone. Ça va être parti pour tout le monde, surtout dans la nouvelle génération qui va arriver.

I : Et ça, ce serait dû à quoi ?

R : À l'évolution

I : Oui mais pourquoi ces produits-là ?

R : Pourquoi ces produits-là ? Parce que ce sont des produits qui sont phares et que c'est des produits que tout le monde a envie d'avoir.

I : Donc par exemple, on va dire, un Brico se serait déjà moins intéressant pour lui.

R : Oui pour lui oui.

I : Mais il serait obligé mais ...

R : Il sera obligé peut-être pour faire l'évolution de ces machines, ces tailles-haies, ces tondeuses et/ou tout ça. C'est comme chez Krëfel avec les nouvelles machines à laver ou tout ça. Mais au départ ça sera toute la technologie qu'on parle : de télévision, GSM, PC.

I : Ok. Alors, que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?

R : Ça sera un grand bien pour eux car maintenant les gens vont aller vers ça.

I : Ok et vous vous en pensez quoi ? Pour eux, c'est intéressant, mais pour vous, qu'est-ce que vous en pensez de ça ?

R : Ben tout ce que je pense, c'est que je n'aime pas tellement la façon dont s'est présenté. Mais il faudra s'habituer avec les nouvelles technologies qui vont arriver. On n'aura pas le choix. Je le vois déjà bien avec mon bureau donc je suis obligée de m'adapter.

I : Et ça vous dérange ça ?

R : Bah en ayant connu l'ancienne méthode de travail, oui ça me dérange un peu, mais je m'y habitue.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Bah parce qu'on a toujours eu notre petit confort sans bouger, sans bouger de méthodes de travail et que bon maintenant voilà. Maintenant, on met de plus en plus de sécurité sur nos PC, sur nos GSM, parce que bon les cyberattaques arrivent tout le temps aussi. Donc on s'adapte aux nouvelles évolutions de travail et de notre matériel qu'on nous met à notre disposition.

I : Et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Oui, ça sera un grand bien pour les nouvelles générations à venir.

I : Pourquoi ce serait un grand bien pour les nouvelles générations ?

R : Parce qu'ils feront tout à distance.

I : Pensez-vous que ça va remplacer les achats en ligne ?

R : Pour certaines choses, pour moi oui.

I : Quel genre de choses ?

R : Bah les choses avec les voitures, les GSM et tout ça, ça sera parti là-dedans.

I : Ok, et vous avez parlé à un moment du fait que vous aimez bien le contact social et que c'est pour ça que vous faites vos achats en physique. Mais là, dans l'expérience du METAVERS, vous aviez une place où la personne buvait un café, où il peut rencontrer et parler à d'autres petits avatars. Est-ce que ça, ça ne vous plaît pas au final ?

R : Non

I : D'avoir un contact social par le biais du METAVERS ?

R : Non

I : Pourquoi ?

R : Parce que le contact social, c'est avoir les personnes devant soi. Mais pas par le petit bonhomme là.

I : Donc c'est parce que c'est par le biais ...

R : Oui, c'est par biais d'un avatar quoi. Ça non. Moi il me faut une rencontre de personnes.

I : Ok. Et donc pour vous le contact social, qui est peut-être plus évolué, on va dire dans le METAVERS que sur un site d'achat en ligne. Ça ne vous poussera pas plus à aller dans le METAVERS ?

R : Non

I : Pour quelles raisons ? Parce que ce n'est pas une vraie rencontre pour vous ?

R : Parce que ce n'est pas une vraie rencontre quoi.

I : Et vous avez dit également, que c'était bien parce qu'on pouvait, quand c'était en magasin physique, les vendeurs peuvent vous conseiller. Mais sur le METAVERS, vous pourrez également vous faire conseiller par quelqu'un. Est-ce que ça ne vous attire pas plus que ça ?

R : Non ça ne m'attire pas.

I : Pourquoi se faire conseiller par un avatar, par quelqu'un de vrai, ça ne vous donne pas plus envie d'aller dans le METAVERS ?

R : Non, j'aime autant avoir la personne devant moi qu'un petit avatar comme ça non.

I : Pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que le METAVERS, se sera quelque chose qui sera obligatoire pour les entreprises, surtout pour des nouveaux types de produits ou des produits phares on va dire, tels que les voitures, les GSM, les PC. Ce sera surtout des produits connus on va dire et importants. Et tous ces produits-là iront sur le METAVERS. Par contre, pour vous, ce serait un peu ennuyeux parce que vous vous dites que, à cause de ça, les gens vont perdre un peu leur emploi. Et les sites d'achats en ligne, vous préféreriez encore aller, pour le contact social, dans un vrai magasin et que les seules options pour lesquelles vous faites vos achats en ligne, c'est parce qu'il n'y a plus le produit dans un magasin ou que vous n'avez pas envie de sortir.

R : Et le fait aussi que maintenant j'ai une liseuse, ben il faudra télécharger des bouquins donc. C'est pour ça que je paierais en ligne aussi par rapport à ça.

I : Justement pour la liseuse. Pourquoi vous avez acheté une liseuse ? Et est-ce que vous préféreriez aller sur Internet et lire vos livres comme ça ou ...

R : Non, c'est parce que c'est de 1 : Les bouquins deviennent de plus en plus chers et de 2, c'est plus facile de glisser dans une valise quand on s'en va en vacances, de mettre une liseuse que de mettre 3-4 bouquins. Il y a le poids qui est là.

I : Ok. Donc pourriez-vous que me confirmer que tout ce que j'ai dit est bien correct ?

R : C'est correct.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non

I : Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?

R : Non

I : Alors, pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Profession, âge, et cetera. C'est anonyme.

R : Employé d'administration, service comptabilité à la province de Namur et j'ai 55 ans.

I : Et des hobbies ?

R : La lecture, c'est la peinture, c'est la cuisine, c'est la télévision de temps en temps. Voilà.

I : Merci d'avoir accepté de participer cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée.

R : Merci

I : Au revoir

R : Au revoir

3.10. Interview 10 (Régine, 63 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinion et penser en toute transparence. Afin de capturer les informations avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 10 : Oui

I : oui, vous êtes d'accord de participer ?

R : Oui, je suis d'accord.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non, j'attends.

I : Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Oui.

I : Pouvez-vous me dire ce que vous avez fait aujourd'hui ?

R : C'était une journée un peu ennuyante. Au matin, j'ai fait du ménage, après j'ai fait des courses. Je suis allé chercher mon petit-fils à l'école et je l'ai conduit au sport. Et entre-temps, je suis allé voir ma maman, aller chercher ces médicaments et lui ai reportés.

I : Ok. Et pouvez-vous me décrire une de vos journées type ?

R : C'est une journée de retraités.

I : C'est à dire ?

R : Généralement, juste après le petit-déjeuner, j'écoute où je regarde un podcast d'espagnol parce que j'ai commencé à m'intéresser à l'espagnol depuis que je suis retraité. Puis après, suivant les jours, je remets la maison en ordre, je ... Parfois, je vais à une réunion parce que je fais partie d'un comité de CPAS, donc comité spécial et Conseil du CPAS. Je regarde mes mails, j'en ai beaucoup moins qu'avant évidemment. Je suis assez active aussi sur les sites de recherche de voyage parce que j'aime voyager, je lis, je fais des sudokus, des mots croisés, des jeux logiques. Je marche régulièrement, je cours 2 fois par semaine, je vais à la piscine une fois par semaine. En gros, c'est à peu près tout. Et je m'occupe aussi des devoirs de mes petits-enfants et je les conduis régulièrement au sport.

I : D'accord. Alors, est-ce que la journée que vous avez décrite est représentative de vos activités en général ?

R : La journée d'aujourd'hui ?

I : Non mais la journée décrite type.

R : Oui

I : Ok alors arrive il de vous connecter sur Internet ?

R : Oui, oui.

I : A quelle fréquence et pourquoi ?

R : Quelle fréquence ? Tous les jours. Mais combien de temps par jour, ça dépend. Au moins une fois par jour, mais certainement 2 ou 3 fois. Pour les podcasts. Soit les podcasts, soit Youtube pour l'espagnol. Spotify aussi. Parfois, j'écoute des podcasts en espagnol quand je marche. Ma boîte mail comme avant. Messenger parce que je fais partie d'un groupe politique et on échange via Messenger. Facebook une fois par semaine.

I : Ok arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux. Ça, vous avez répondu. Une fois par semaine on va dire.

R : Facebook une fois par semaine, Messenger si tant est que c'est un réseau social, ça tous les jours.

I : Arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : Ça m'arrive. Ce n'est pas la majorité de mes achats, mais ça m'arrive. Parfois des livres ou des chaussures de sport ou des ... Mais c'est assez peu fréquent.

I : Ok. Vous considérez-vous comme une personne connectée ?

R : Non, pas vraiment.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que dans mon esprit, quelqu'un qui est connecté, c'est quelqu'un qui passe quand même pas mal de temps sur un écran. Soit les réseaux sociaux, soit Tiktok, Youtube. Mais un temps supérieur à ce que moi je passe. Nettement supérieur.

I : Donc connecté pour vous, c'est juste une question de temps ?

R : Je me rends compte que c'est un petit peu erroné ce que je pense, mais on peut...

I : Je ne sais pas. Il n'y a pas de mauvaise réponse.

R : Non, non je sais. Non ce n'est pas juste une question de temps. Je ne me suis jamais posé la question en fait. Disons que je me connecte donc par moment je suis connectée.

I : D'accord. Pouvez-vous me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ?

R : C'était un pull pour mon petit fils à customizer avec un tracteur et son prénom. C'est le dernier achat que j'ai fait en ligne. Je n'ai pas été mécontente, si ce n'est que c'est la première fois que le délai de livraison était assez long.

I : Donc à part le délai de livraison que vous avez ...

R : C'était conforme.

I : Pas aimé, la qualité qui était bonne. Il y a d'autres choses que vous avez aimées ou pas aimées ?

R : Moi je n'aime pas faire ce genre d'achat en ligne parce qu'on n'a pas... Justement là il fallait coller une photo, mettre des écritures et on n'a pas rendu identique sur l'écran qu'après quand le t-shirt arrive. On se dit mais j'aurais peut-être dû le faire un petit peu plus grand ou déplacer un petit peu par-ci par-là. Donc je me dis que c'est peut-être parfois mieux d'aller en magasin et d'avoir à faire à quelqu'un dont c'est le métier et qui vous dit : Ah bah non si vous le mettez là, ça va faire un gros placard, moi je mettrai, je changerai un peu de place que là. Lui il était content de son achat, mais... Voilà

I : Mais pourquoi vous ne l'avez pas fait en magasin ou...

R : Il avait trouvé un site où on pouvait le faire et on l'a fait comme ça quoi. C'est quelque part, c'est aussi un petit peu de la fainéantise. On est devant ordinateur, on commande, c'est facile. Si on doit aller en magasin, on prend la voiture, nous on habite la campagne, on doit faire 15 Kilomètre pour aller à Tournai et on rame pour se garer.

I : C'est vrai

R : On paye pour se garer et voilà.

I : Ok, donc allez-vous souvent sur Internet pour réaliser vos achats ? Vous avez dit que non.

R : Non

I : Quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ? Pour quelles raisons ...

R : J'achète mes vacances en ligne parce que je les paye avec ma carte Mastercard dans laquelle j'ai une assurance annulation incluse. Donc ça m'évite de payer les assurances quand je réserve mes vacances en ligne ou des billets d'avion.

I : Ok. Et cette assurance vous ne l'avez pas quand vous faites votre réservation dans le magasin physique, on va dire ici ?

R : Si mais comme ça j'ai le temps. Je n'ai pas quelqu'un devant moi qui cherche un conseiller, à me guider. Je regarde, je passe d'un site à l'autre, je me sens plus libre.

I : Ok, donc c'est en fonction de l'achat du produit, c'est une question de liberté. Parce que tout à l'heure, vous avez dit justement que vous préférez être conseillé pour le pull ?

R : Oui . Ça dépend de mes besoins. Là, le pull, je me suis rendu compte quand il est arrivé qu'un conseil n'aurait pas été superflu pour le placement des images. Par contre, si je prends un billet d'avion, si je réserve un ticket de concert, si je prends un voyage, là, je sais exactement ce que je veux et je n'ai pas besoin d'être conseiller. Et je ne dois pas faire 50 agences non plus. Pareil. Enfin j'exagère 50 mais je ne dois pas rendre dans plusieurs agences. Je clique et je change de site et je compare les prix et je compare les hôtels. Je peux en voir plusieurs. Si je n'ai pas fini aujourd'hui, je recommence demain matin. Ça c'est pour les vacances. Un ticket de concert par exemple, je sais ce que je veux, je le prends. Voilà.

I : Donc ça dépend du produit que vous achetez ?

R : Oui, Il y a des choses comme des vêtements, moi j'aime encore bien à avoir le tissu ou le textile en main, l'essayer tout de suite, voir si ça me va que de voir après non ça ne va pas, je dois le remballer, aller renvoyer donc.

I : Il y a d'autres critères qui influencent le choix de faire un achat en ligne plutôt que d'aller dans un magasin physique ?

R : Non, c'est juste ça en fait. Personnellement, ce que j'achète le plus en ligne, c'est justement, je ne pars pas en vacances tous les jours, mais si je dois réserver un billet d'avion ou des vacances, si je dois acheter un ticket de concert, parfois un livre.

I : Ok

R : Parce que j'ai lu les critiques, le résumé et que je sais déjà que c'est un livre que je vais acheter. Je ne vais pas ...

I : Et pourquoi vous n'allez pas dans un magasin pour l'acheter ce livre ?

R : Parfois parce que tout simplement pour ne pas prendre la voiture. Si je suis en route, je peux l'acheter au magasin. Mais si je suis en train de faire un achat par exemple sur Internet, ça m'est arrivée une fois de commander sur Amazon, pour ne pas le citer, et j'avais envie d'un livre. J'ai dit Bah tiens je le commander en même temps, ce sera les mêmes frais de port.

I : Donc ça dépend de ...

R : Si je sais vraiment ce que je veux, je le fais sur Internet. Si j'ai besoin d'essayer comme des vêtements. Ça non. Si je vois un titre de livre avec un petit résumé mais que je me dis c'est un auteur que je ne connais pas, c'est une histoire, je ne vais pas l'acheter non plus. C'est quand je suis sur de moi que j'achète sur Internet.

I : Ok. Quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ? Mais c'était tout je pense.

R : Ben j'avais tout dis.

I : Alors, que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Quel genre de technologie ?

I : Un peu de tout, ce que vous pensez. Ça peut être par exemple la réalité augmentée, comme Ikea ils font.

R : Ah oui les 3D.

I : On peut simuler un meuble dans sa maison par exemple grâce au biais de son smartphone. C'est un exemple. Il y a plein d'autres technologies, mais je parle de technologie comme ça. D'autres personnes m'ont parlé de drones, par exemple pour faire le service de livraison. Donc c'est un peu près tout ce qui peut être inimaginable, je veux dire.

R : Bah je crois qu'il y a déjà pas mal. Et moi je regrette quand même un petit peu pour tout ça que finalement je vois qu'on commande des repas en quelques clics avec Hello Fresh et tout ça. On commande et finalement, ça fait quand même, je me rends compte, même si je le fais parfois moi-même. Mais ça fait la part belle, je pense aux grosses boîtes au détriment des petits commerçants qui eux n'ont pas toujours les moyens financiers et technologiques de mettre en ligne ce genre de technologie. Et ça c'est quand même un petit peu dommage.

I : À part ça ?

R : On est aussi quand même. C'est vrai que quand on va faire ses courses, généralement on prend sa voiture. Mais tout ça ce n'est pas très écologique non plus. Tous ces wifi et toutes ces antennes et donc plus, plus, plus, plus, plus, ça finit quand même par faire beaucoup aussi, je trouve.

I : Alors, à quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Une marque en ligne.

I : Ce n'est pas obligé d'être uniquement en ligne la marque. C'est une marque en ligne, mais elle peut avoir des magasins physiques je veux dire. Si vous n'avez pas d'idée, ce n'est pas grave.

R : Ben on a parlé d'Ikea tout à l'heure. C'est vrai, ça je le fais quelques fois, c'est d'aller voir sur les sites parce que d'un magasin Ikea à l'autre, parfois il y a une différence de prix entre le même meuble ou le même...

I : Le même produit.

R : Le même produit. Donc ça, ça m'arrive d'aller voir les magasins qui sont plus ou moins égale distance de la maison. Je ne vais pas faire 100 km de plus. D'aller voir sur les sites des magasins, Brico, ...

I : Chaque magasin a son propre site ?

R : A Ikea oui.

I : Ah bon ? Donc ils ont tous un site particulier sur Internet ?

R : Non, il y a Ikea en général, et après si tu choisis Lomme, Mons et que tu choisis ton article à partir du moment où t'as déjà la référence et la catégorie, Tu sais aller voir le prix.

I : Les prix sont différents ?

R : Et les prix sont différents d'un magasin à l'autre.

I : Et même si vous prenez en ligne ?

R : Ah mais moi ça je ne le fais pas. Je vais quand même le voir sur place.

I : Ouais bien sûr, mais je veux dire...

R : Mais ça je suppose.

I : Mais sur le site Internet, vous regardez les prix et ils sont différents ? Quand vous mettez par exemple, imaginons, Mons ou Tournai, vous allez voir sur Internet pour voir si les prix sont différents.

R : Ouais

I : Donc ça veut dire que sur Internet, il met un prix différent ?

R : Le magasin Ikea Lomme et Ikea Mons. En tout cas les prix ne sont pas les mêmes.

I : C'est marrant ça. Je ne le savais pas.

R : Après si on fait Ikea, je ne sais même pas l'Ikea si on commande à la maison mère. Je ne sais pas s'il y a une maison mère qui fait des livraisons, mais je ne pense pas. Je crois qu'il faut se faire livrer en magasin. Je ne sais pas. Je n'ai jamais cherché, je ne saurais pas dire.

I : Je ne sais pas non plus. Ok. Alors connaissez-vous des actions de marque en ligne ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : Les déstockages et tout ça ?

I : Oui.

R : Oh oui, il y a une marque qui fait qu'on peut acheter autant d'articles qu'on veut et on en renvoie autant qu'on veut, là c'est Zalando ou je ne sais pas quoi. Une dans les chaussures. Mais tout ça je ne commande pas donc je ne connais pas bien.

I : Mais ils font quoi ?

R : On peut commander admettons 7 paires 3 fois la même dans 3 pointures, 37-38-39

I : Différente

R : Ou des autres et puis on garde que ce qui nous va. On en garde une et on renvoie les 7 autres et on n'a pas de frais.

I : Je ne savais pas

R : C'est des chaussures. Ce n'est pas Zalando. J'ai entendu mais je n'ai pas vécu.

I : Je vais vous montrer une petite vidéo, faut juste la regarder et après on en discutera.

/// Vidéo site en ligne Hyundai ///

I : Alors, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Une publicité d'une marque de voiture. Avec les différentes options pour... On peut choisir en ligne la couleur des sièges apparemment, les matériaux, la couleur de la voiture certainement d'autres options aussi que je n'ai pas bien vu, peut-être la force du moteur. Je ne sais pas. Ça j'ai vu.

I : D'autres choses encore que vous avez vues ?

R : Il présente toute la gamme. Ils finissent par, à mon avis, la plus chère, celle qu'on a vu en démonstration. C'est presque, peut-être le modèle, un des premiers modèles, j'imagine. Les prix, les possibilités de financement. J'ai l'impression qu'on pourrait presque l'acheter en ligne mais je ne suis pas sûr.

I : Alors, qu'avez-vous aimé et ou pas aimé dans ce que vous venez de voir ?

R : Ce qui est intéressant, c'est qu'à partir du moment où on a en tête un modèle, c'est vrai qu'on peut déjà, changer les couleurs, et cetera. Se faire une idée de l'apparence du produit avant d'aller au garage. Après, je pense qu'une voiture, il faut quand même l'essayer et voilà. Mais je ne suis pas sûr qu'on puisse commander en ligne, mais j'ai l'impression que oui.

I : Il y a d'autres choses que vous avez aimées ou pas aimées ? Vous n'aimez pas le fait que vous ne pouvez pas essayer la voiture par exemple. Vous avez bien aimé que vous pouvez la personnaliser, la customiser.

R : Oui, se faire une idée. Pour moi, c'est un outil pour se... Moi si je devais l'utiliser, ça serait un outil pour me faire une idée avant d'aller au garage et de me dire ils n'ont pas tous les coloris en stock, ils n'ont pas ... Avoir une idée déjà, de dire si elle n'est pas en stock, oui ça vaut la peine j'attends de commander une rouge ou une verte. Mais sinon ... Mais je ne suis pas très voiture en plus donc.

I : Mais ce n'est pas grave. Alors est-ce que la vidéo que vous venez de voir est représentative des expériences d'achat en ligne ?

R : Je pense oui. C'est vrai qu'on a différent, oui, c'est un peu représentatif. Si je prends. Quand je vois les vêtements, on peut choisir la couleur du t-shirt, la taille. Enfin à une autre échelle bien sûr, mais c'est un peu ouais, c'est un peu le même déroulement je pense.

I : Alors quel mot vous évoque le mot métaverse ?

R : Rien du tout.

I : Rien du tout. Alors connaissez-vous le mot métaverse ?

R : Non

I : Ok, alors je vais vous montrer une autre petite vidéo. D'un métaverse de Hyundai justement. Voilà, regarder également attentivement.

/// Métaverse Hyundai ///

I : Alors, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : C'est montage en 3D. Moi ça m'a fait penser à un jeu vidéo. Ou tout est virtuel en fait.

I : Ok. Rien d'autre à ajouter ? Qu'est-ce que vous avez vu qui pouvez faire par exemple ?

R : Il commande son café. Il essaye la voiture. Après dans le garage, je n'ai pas bien vu tout ce qu'il faisait.

I : Il essayait des vêtements. Il essayait de regarder les vêtements.

R : Ah c'est ça. En fait, il est tout seul, tout le temps devant une machine.

I : Mais il était tout seul tout le temps ?

R : Non dans l'espèce de roulotte là, il y avait un personnage. Où il a acheté le café. Mais non mais ce que je veux dire c'est que en fait, je ne le vois pas en interaction avec quelqu'un d'autre.

I : Ok. Qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé dans ce que vous venez de voir ?

R : Si c'est un objectif de promouvoir un produit. Si c'est ça l'objectif, pour moi il n'est pas atteint.

I : Pour quelles raisons ?

R : Bah déjà, la voiture en question n'est pas tellement mise en valeur par rapport à tout le reste de ses activités, je trouve.

I : Comment ça elle n'est pas mise en valeur ?

R : On le voit bien entrer dans le garage, essayer une voiture. Au début, oui. Mais après on l'oublie, on passe à autre chose.

I : Et dû à quoi ?

R : Il sort du garage et vit sa vie. Il continue à vivre sa vie, faire ses petites courses. Il fait un jeu aussi. Moi je suis peut-être restée enfant mais je me laisse prendre dans l'histoire et puis après j'oublie la voiture.

I : On va dire le côté ludique à surpasser le but de promouvoir.

R : Pour moi oui. Surtout que si on l'avait vu, la vidéo à l'envers.

I : Oui

R : Qu'on commence par la fin et puis après qui entre à l'intérieur et qui essaye les voitures. Là, l'idée de la voiture, elle reste plus encrée pour moi dans mon esprit.

I : Ok. Si maintenant on ne voyait plus ça comme vraiment une vidéo, mais comme si c'était vous qui bougez le personnage. Donc c'est à dire qu'il n'y a plus d'ordre en fait, c'est vous qui choisissez où vous allez.

R : Ah oui.

I : Par exemple, vous pourriez choisir un autre vêtement ou une autre chose à faire.

R : Ouais mais ça ne me tente pas. Ce n'est pas trop mon truc.

I : Pour quelles raisons ?

R : C'est trop virtuel pour moi.

I : Ok, et qu'est-ce que vous entendez par virtuel ?

R : C'est un jeu. Pour moi, ça va rester un jeu si je peux... Mais je suis restée enfant dans ma tête. Si, je peux choisir les vêtements, prendre la voiture, rouler. Ça va rester sous forme de jeu pour moi et ça ne m'a pas tellement attiré.

I : Et si par exemple, on dit que la personne pouvait acheter quand même dans ce petit monde sa voiture. Et qui la reçoit en réel.

R : Se serait magique là.

I : Qu'est-ce que vous en penser ?

R : Mais je ne suis pas de la jeune génération qui a ... Moi j'ai besoin de ...

I : Oui mais justement c'est intéressant de savoir pourquoi vous ne voulez pas quoi ? Pour quels aspects vous n'êtes pas d'accord de passer votre achat de voiture, par exemple, en passant par le biais de ce métaverse ?

R : Mais parce que ça sera un petit bonhomme qui n'est pas à moi qui va s'asseoir dans la voiture. Je ne saurais pas si moi je me sens bien dedans. Je n'aurais pas le ressenti. Si j'achète une voiture, je demande quand même à l'essayer pour voir si elle me convient. Là le test, pour moi, il reste du domaine du jeu vidéo, on la conduit mais c'est comme on joue dans les lunaPark et des trucs comme ça quoi. Pour moi, c'est ça. Non, j'aurais besoin de... Et puis de négocier le prix, peut-être aussi. Et que je ne serai pas là, de cette manière. Il y a certainement pas de possibilité de négociation du prix.

I : Il y a peut-être moyen quand même. Je ne sais pas si vous vous en rappelez, mais au tout début il voit un petit personnage et il demande des informations sur la voiture. Imaginons, c'est un vendeur Hyundai qui est derrière le petit bonhomme et qui va vous ...

R : Donc c'est un ordinateur qui a été préprogrammé pour dire jusqu'où on peut descendre. En gros c'est ça. Peut-être, ça peut se faire.

I : Oui, ça peut se faire aussi, je ne sais pas. Ça peut être soit des vraies personnes, soit une intelligence artificielle.

R : Ouais, qui a été préprogrammée pour les... Non, parce que moi j'ai besoin du vrai contact. C'est quelque chose de physique.

I : Et pourquoi ça ne serait pas un vrai contact ?

R : Non ce n'est pas un vrai contact.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que ça se passe derrière un écran, la voiture, ce n'est pas moi qui vais m'asseoir dedans. Peut-être qu'elle conviendrait très bien ...

I : Ah vous parliez du contact en général, pas du contact social

R : Pas que, les deux. C'est le contact avec l'objet que j'achète. Comme si c'était un vêtement que j'ai besoin d'essayer et de voir s'il me va ou pas avant de l'acheter.

I : Par exemple, là les vêtements, vous n'auriez jamais acheté. On dit c'est on dit que c'est Hyundai-là qui vend les vêtements. Mais par exemple, un pull que vous voulez acheter, on va dire Zara, vous allez chez Zara et dans le petit monde, vous voyez les vêtements, jamais vous n'achèterez, jamais vous n'irez dessus ?

R : Je n'irai dessus que si j'ai déjà acheté un article similaire ou 2 ou 3 chez Zara, que je vois à peu près la longueur, la taille, comment ça va, et cetera. Parce que sinon ça va m'embêter, si ça ne va pas de devoir le renvoyer.

I : Mais c'est dû à quoi que vous n'arrivez pas à savoir, à projeter ? Du juste au contact physique ? C'est à cause de quoi que vous n'arrivez pas à vous projeter ? De savoir si la pièce vous va bien ou si vous l'aimez bien ?

R : L'aimé bien, ça si je peux le dire. Mais je ...

I : Vous avez dit, vous avez besoin du contact physique.

R : Oui, une voiture. Moi je ne suis pas grande par exemple. Voilà, une fois que je suis installé au volant. Je ne sais pas si on peut introduire là-dedans sa taille, son machin, son bazar, de manière à voir si on voit quand même bien, ou si on est tout ratatiné derrière le volant. Un petit peu tout ça quoi. Je ne suis pas prête. J'ai déjà fait des pas vers des achats en ligne et je peux très bien regarder des émissions, parfois avec des reconstitutions en 3D ou des choses comme ça. Ça, ça m'intéresse, c'est intéressant. C'est vrai que l'on visualise bien, ça apporte quelque chose. Mais pour les achats comme ça, je ne suis pas prête. Peut-être que dans 5 ans je serai prête, mais.

I : Ah donc vous vous laissez quand même l'opportunité à aller faire vos achats ...

R : Bah oui. Il y a 15 ans, jamais je n'aurais voulu faire le moindre achat sur Internet. Maintenant, j'en fais quand même.

I : Mais pourquoi ça a changé ? Pourquoi ce changement ?

I : Le temps que je m'adapte peut-être, ou le temps que je me rende compte que, en fin de compte, c'est quand même intéressant. Ça me fait parfois gagner du temps, ça me permet de comparer autrement. Au début aussi, il y avait le problème des achats avec les plus cartes bancaires où tout le monde disait : Faut pas se faire pirater et tout ça. Bon maintenant, il y a

tellement de garantie que... Je ne dis pas qu'il n'y a plus de piratage mais les banques ont des garanties aussi. Si, je ne dis pas que je n'évoluerai pas dans ce sens-là, parce que c'est pas quelque chose que je n'aime pas. Ce n'est pas un outil que je n'aime pas. C'est pour certains achats, ça ne convient pas. Je pourrais très bien aller sur le site, regarder, me dire oui, c'est bien ça, c'est bien ça, c'est bien ça. Mais après j'irais quand même au garage. Je n'achèterai pas, je ne finaliserai pas sur le site.

I : C'est plus à titre informatif et découverte.

R : Pour l'instant, oui.

I : Alors en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ? La 2e vidéo.

R : C'est vrai que c'est plus attractif, c'est ludique. Moi, les achats que j'ai effectués, c'était sur un site qui correspondait plus à la première vidéo, où effectivement soit s'il y avait une taille ou une couleur, on pouvait choisir. Je n'ai jamais eu affaire à un site comme ça. C'est plus évolutif ça c'est sûr.

I : Et à part ça, il n'y a rien d'autre ?

R : Si quand même c'est plus... On peut essayer d'entrer dans la peau du personnage. Mais pour moi, ça reste informatif.

I : Donc ça c'est déjà une différence. Sur les achats en ligne, vous pouvez finaliser et sur le métaverse, on va dire que vous n'allez jamais finaliser votre commande.

R : Ah peut-être que si mais pas maintenant. Je ne suis pas prête. Surtout pour un gros achat comme ça. Si c'était un plus petit achat, là je ne dis pas. Mais une voiture, c'est un budget quand même.

I : Ok.

R : C'est aussi le budget qui fait que.

I : Et en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez visionnés de la première vidéo ? Les différences ou ressemblances entre les 2 vidéos ?

R : En gros, je crois que l'objectif est le même dans les 2 vidéos, c'est la présentation qui diffère.

I : Ok. Elle est différente ?

R : Elle est plus moderne.

I : Pour lequel ?

R : Pour la 2^e. Plus ludique.

I : Vous préférez quand même voir les habits sur le 2e ? Si vous devez acheter par exemple des habits, vous préférez...

R : Ah oui, on voit comment c'est porté. Si on peut mettre la taille du mannequin, c'est bien.

I : Ok. D'autres ressemblances ou différences ?

R : Les ressemblances c'est pareil. On peut aussi choisir la couleur, on peut aussi les transformer, adapter, voir ce qui nous convient, ce qui ne nous convient pas. Fondamentalement, je crois que c'est le même produit mais présenté différemment pour moi.

I : Ok. Alors si vous avez le choix, sur quel site de Hyundai vous connecteriez-vous et pourquoi ?

R : Sur le premier.

I : Pourquoi ?

R : Parce que je n'ai pas besoin de cet aspect 3D etc. pour le moment. Moi, je sais que je vais me laisser embarquer, comme je l'ai un peu fait pendant la vidéo, par tout l'aspect ludique et je vais louper des choses et je vais devoir revenir au début. Alors que le premier, c'était tout terre à terre et voilà.

I : Ouais, mais après c'est vous qui choisissez ce que vous faites sur le 2e ?

R : Oui

I : Alors quelle expérience vous a paru la plus intéressante et pourquoi ?

R : La 2e, c'était une découverte, une présentation de voiture comme ça pour moi. Donc ça m'a intéressé de le voir. Je ne connaissais pas, c'était une découverte.

I : Alors, est-ce que c'est important pour des marques telles que Hyundai d'être présent sur le métaverse ? Donc c'est la 2e vidéo.

R : Ah je pense que oui. Parce que c'est quand même à mon avis... L'autre façon de présenter, elle commence à faire partie du passé. Et par rapport à la concurrence, il faut être à la pointe. Donc, je pense que oui, c'est important.

I : Donc c'est important pour faire face à ses concurrents ?

R : Oui. Je crois que les gens vont aller de plus en plus vers ça. De toute façon, l'innovation, ça plaît toujours aux gens. Et les gens vont aller de plus en plus vers ce genre de présentation. Donc c'est important de le faire.

I : Et pour d'autres types de marques ?

R : Marque de voiture ?

I : Marque de produit.

R : Ça dépend. Enfin j'étais dirigeant d'une entreprise, je verrais ce que ça coûte comme investissement par rapport à ce que le prix de vente de produit me rapporte. J'imagine que l'investissement pour ce genre de présentation est quand même conséquent.

I : Donc ça dépendrait du retour sur investissement ?

R : Oui. Je vais dire, je ne vais pas vendre des boîtes de lait. Si l'investissement, il est énorme, qu'est-ce qu'on gagne sur une boîte de lait ou alors il faut avoir suffisamment de vente pour compenser. Faut voir ce qu'on vise aussi. Quel public est visé aussi.

I : Ok. Que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le métaverse ?

R : Je crois que c'est important pour elle de le faire. C'est l'innovation ! De toute façon, on dit toujours qui n'avance pas, recule. Donc les entreprises qui se lancent là-dedans pour se promouvoir, je crois qu'elles ont raison.

I : Et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement de métaverse ? Que pensez-vous de développer ce qu'on a vu sur la 2e vidéo ?

R : C'est un petit peu contradictoire pour moi parce que je me rends compte qu'on est de plus en plus dans un monde où il n'y a pas de contact cette fois-ci. Et je trouve que c'est quand même important de les garder parce que...

I : Qu'est-ce que vous entendez par contact humain ?

R : Quand vous allez au garage, vous devez quand même discuter avec le vendeur. Vous devez quand même demander aller après au bureau, voir l'employé qui vous fait des simulations, des machins, des trucs. Tandis que là, vous avez votre ordinateur et puis c'est tout.

I : Oui, mais on a quand même un contact humain si on veut à reparler à d'autres petits avatars.

R : Oui mais toujours par écran interposé.

I : Oui. Et ça, c'est dérangeant ?

R : Si on ne fait plus que ça, oui.

I : Ok. Et si par exemple, on voyait la personne en réalité virtuelle en plus ?

R : Bah ça serait toujours une réalité virtuelle.

I : Donc pour vous ça ne serait pas la même chose qu'un contact humain comme on se voit en physique ?

R : En fait ce qu'il y a, c'est que je trouve qu'on déshumanise de trop. On le fait tous. On va au supermarché, on scanne nos produits pour payer. On se parle derrière un écran. C'est facile maintenant, on n'est plus obligé de se déplacer. On fait un WhatsApp en visio ou un messenger avec la caméra et on se voit. Ça dure 5 min et on fait nos courses comme ça et on fait nos paiements comme ça et on fait ... Je sais bien que c'est le monde d'aujourd'hui et de demain mais ... Moi je trouve que trop c'est trop. Beaucoup ça va. Trop c'est trop.

I : Donc pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que pour le métaverse, c'est une obligation des marques pour permettre d'être encore présent sur leur marché et de concurrencer les autres qui se lanceraient dedans.

R : Ouais c'est vrai que ça représente bien c'est vrai. C'est une belle représentation des marques. Et que donc à ce niveau-là, c'est bien.

I : Que c'est plus ludique aussi

R : Ah oui, c'est plus ludique donc ça peut attirer beaucoup de personnes. L'aspect ludique est toujours important.

I : Donc ils auront une plus grande visibilité grâce au métaverse ?

R : Une plus grande visibilité ... Je pense qu'ils peuvent capter un public en tout cas grâce à ça.

I : Toucher un nouveau public par exemple.

R : Oui je pense qu'ils peuvent capter un public grâce à ça.

I : Que vous, vous iriez dessus mais pas pour finaliser. Par encore du moins.

R : Oui

I : Plus en termes de renseignement pour s'informer. Que le côté ludique fait passer un peu le but principal qui est d'acheter.

R : Oui pour moi.

I : Que comparer aux sites d'achats en ligne, c'est juste une évolution on va dire. Que ça a le même objectif, que ça fonctionne de la même façon mais que

R : C'est une présentation qui est innovante et différente par rapport aux présentations classiques qu'on avait avant.

I : C'est que la présentation du produit qui est différente ?

R : Non, c'est tout le concept. Parce qu'il y a tout un concept autour avec la ville etc. ça met en situation.

I : Ok. Donc ça nous plonge dans une situation.

R : Ça met un peu le personnage qui va se renseigner en situation.

I : Pouvez-vous me confirmer que cela est bien correcte ce que j'ai dit ?

R : Oui tout à fait. C'était correct.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ? Ou bien que j'ai oublié certains points importants pour vous que je n'ai pas redit dans le résumé ?

R : Non, c'était bien résumé.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être important et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : A chaud comme ça ?

I : Il n'y en a peut-être pas spécialement.

R : Non, à chaud comme ça, je ne vois pas

I : Aimeriez-vous rajouter quelque chose ?

R : Non

I : I : Pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Profession, âge, et hobby.

R : Directrice d'école retraitée. 63 ans. Les hobbies, la lecture, la marche principalement, les voyages, le théâtre.

I : Ok. Merci d’avoir participé à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l’avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : Merci

3.11. Interview 11 (Loukas, 13 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations, avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 11 : Oui.

I : OK. Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien. Avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non.

I : Ok. Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Très bien.

I : Vous pouvez me dire ce que vous avez fait ?

R : J'ai été à l'école, après on est allé chercher des pantalons pour mon frère, puis on est revenu. Et maintenant c'est l'interview.

I : Ok. Comment se passe une de vos journée type ?

R : Très bien. Je vais à l'école. D'abord le matin, je prends le bus ou bien je vais à vélo à l'école, puis j'ai mes cours. À midi, j'ai ma récréation, je rentre de l'école en prenant le bus et après je fais mes devoirs et je mange. Et après je vais dormir.

I : Ok. Est-ce que la journée décrite est représentative de toutes vos activités ?

R : Non, parce que lundi soir et le mercredi, je vais jouer au foot.

I : Ok. Et vous ne faites rien d'autre ?

R : Non.

I : Est-ce que vous pouvez me décrire une journée où vous n'allez pas à l'école ?

R : Je reste à la maison, je vais travailler à la ferme, je bricole dans le jardin, je vais rouler à vélo. Je joue au foot aussi.

I : Ok. Vous arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : Oui.

I : À quelle fréquence et pourquoi ?

R : Une fois sur deux. Comme ça. Pour parler à des amis. Pour voir ce qu'il se passe et tout ça.

I : Ok. Et donc tous les jours ? Une fois par jour ? Deux fois ? Plus ? Moins ?

R : Deux ou trois fois par jour.

I : Vous arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ?

R : Oui.

I : À quelle fréquence et pourquoi ?

R : Peut-être une ou deux fois par jour. Pourquoi, je ne sais pas. Parce que je m'ennuie, j'allume mon téléphone et je regarde.

I : Vous regardez quoi ?

R : Les infos et je parle à mes amis.

I : Quelles infos ?

R : Les infos : ce qu'il se passe dans le monde, dans la Belgique, dans le village.

I : Et vous trouvez cela sur les réseaux sociaux ?

R : Oui.

I : Comment ?

R : Mes amis me le disent et puis on regarde les vidéos et tout ça.

I : Ok. Vous arrive-t-il de vous connecter pour faire vos achats en ligne ?

R : Non.

I : Pourquoi ?

R : Parce que je n'ai pas l'âge de faire des achats en ligne tout seul.

I : Ok. Avez-vous déjà aidé quelqu'un à faire des achats en ligne ?

R : Oui.

I : Pourquoi ?

R : Pour m'acheter des trucs.

I : Ok. Pour acheter quoi ?

R : Acheter mon nouveau téléphone, des affaires pour le ski, des affaires de foot et des bricoles.

I : Et c'est vous qui regardez ou ... ?

R : C'est moi qui regarde. Après je demande aux personnes et ...

I : Eux ils font juste la transaction ?

R : Non, ils regardent d'abord si ce n'est pas des bêtises.

I : Ok.

R : Pour être sûr que ce soit vraiment ...

I : Un bon site ?

R : Ouais, et pour être sûr que cela me soit utile.

I : Ok. Et vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Oui.

I : Pourquoi et à quelle fréquence ?

R : Pas tous les jours. Souvent le week-end. Pour jouer avec les amis ou tout seul quand je m'ennuie.

I : Vous considérez-vous comme étant une personne connectée ?

R : Non.

I : Pourquoi ?

R : Parce que je ne suis presque jamais sur mon téléphone et sur les écrans.

I : Ok. Racontez-moi votre dernière expérience d'achat en ligne où vous avez aidé quelqu'un. Vous pouvez me l'expliquer, me la décrire, me dire comment ça s'est passé ?

R : La dernière fois, c'est quand j'ai cassé mon téléphone. J'étais avec mes grands-parents sur un site pour acheter des téléphones. J'ai regardé tout seul, puis j'en ai trouvé un. Je leur ai demandé si ça convenait et ils m'ont dit que non. Alors j'ai cherché après des autres. Là, ils m'ont dit que c'était un bon téléphone, pas trop cher, et cetera. Donc on a passé commande.

I : Ok. Qu'est-ce que vous avez bien aimé ou n'avez pas aimé dans l'expérience, dans le fait d'acheter ?

R : C'est que des fois, on me dit que je ne peux pas acheter alors que j'ai envie d'acheter.

I : Donc vous avez envie d'acheter plus ?

R : Des fois oui. Par exemple j'ai genre un téléphone. Bah si je veux une tablette, j'ai envie d'acheter une tablette. Et on me dit que c'est pour le téléphone que je suis là.

I : Et ça c'est à cause de quoi ?

R : Je ne sais pas. Parce que j'ai envie d'avoir tout et parce que ça me sert à rien d'acheter une tablette maintenant.

I : Quand vous allez dans un magasin normal, un magasin physique où on peut entrer dedans, est-ce que vous avez aussi ce problème-là de vouloir acheter plus ?

R : Non. Parce que quand je vais dans le magasin, c'est pour acheter des aliments et tout ça. Donc je ne m'intéresse pas à l'électronique. C'est juste quand je suis sur des sites pour m'acheter un téléphone par exemple, et que je vois quelque chose, je m'y intéresse.

I : Donc vous n'achetez jamais des vêtements ou d'appareils électroniques dans un magasin physique ?

R : Ah si, des vêtements si. Mais pas en ligne. Des vêtements dans un magasin physique, mais pas sur un site en ligne.

I : Ok. Et les appareils électroniques ?

R : Non, que sur des sites.

I : Pourquoi ?

R : Je ne sais pas, parce qu'il y a des sites où c'est moins cher.

I : Ok. Donc juste pour le prix ?

R : Oui.

I : Ok. Et il y a d'autres choses que vous avez bien aimé dans ça ou non ?

R : Non.

I : Vous avez été content de votre GSM ?

R : Oui.

I : Vous l'avez bien reçu ?

R : Oui.

I : Longtemps après ? Je ne sais pas.

R : Non. Allez, deux-trois jours après. En parfait état. Comme si je l'avais acheté en magasin.

I : C'était sur quel site ?

R : Back Market.

I : Comment ?

R : Back Market.

I : Back

R : Market.

I : C'est quoi ça ?

R : C'est un site de téléphones reconditionnés donc on les paye moins cher.

I : Ah oui, et ça marche bien ?

R : Oui, très bien.

I : Et il fonctionnait bien ?

R : Très, très bien.

I : Ok. Et il y a d'autres trucs cools là-dessus ? Pourquoi vous achetez là ?

R : Des ordinateurs, des tablettes, tout ce qui est électronique. J'achète là parce que c'est moins cher. I : Ok.

R : Juste pour ça, parce que c'est beaucoup moins cher.

I : Juste pour ça ?

R : Oui.

I : Ok, et si vous voyez par exemple sur un autre site en ligne moins cher, le même téléphone.

R : Je regarde pour être sûr que ce soit un bon produit, de bonne qualité. Et que ce soit absolument le même. Et je compare.

I : Et comment vous faites pour savoir si c'est un bon produit ?

R : Je regarde les statistiques des produits, les paramètres et tout ça.

I : Oui, ok. Donc allez-vous souvent sur Internet pour réaliser vos achats ?

R : Non, pas souvent. Allez, peut-être 2-3 fois par an grand max.

I : Même si c'est pour aider ?

R : Oui, oui

I : Pas que vous ?

R : Ah si.

I : Que 2-3 fois ?

R : Oui.

I : Et que pour quel genre de produit ?

R : C'est déjà arrivé une fois pour m'acheter un Tee-shirt. Une fois pour un téléphone, une fois pour quand mon frère a acheté son téléphone.

I : Quels facteurs influencent votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : Parce que ça va coûter moins cher. Juste pour ça.

I : Juste pour ça ?

R : Oui.

I : Ok. Et il n'y a pas des avantages ou d'autres inconvénients en ligne ?

R : En ligne, il y a des inconvénients parce que ... Par exemple, ici j'ai acheté il n'y a pas longtemps un Tee-shirt personnalisé avec une photo d'un tracteur. Si je vais au magasin, je peux parler à la personne en disant je veux ça absolument, on regarde ensemble. Tandis qu'en ligne, c'est derrière un ordinateur et c'est un peu compliqué.

I : Donc c'est pour avoir des conseils ?

R : Ça ne répond peut-être pas à nos attentes quand on le reçoit.

I : Oui, je vois. Et ça c'est embêtant ?

R : Des fois oui, mais souvent ça va.

I : Ok. Et c'est souvent la faute à qui s'il nous déçoit le produit ?

R : La faute à qui ?

I : Est-ce que c'est votre faute ou la faute de l'entreprise ?

R : Je ne sais pas.

I : Alors quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ? Donc pourquoi vous choisissez tel endroit pour faire ... Par exemple, pourquoi avoir choisi Back Market ?

R : Ouais, parce que c'est un site reconditionné, ça coûte beaucoup moins cher que sur un site normal. Par exemple, si je veux acheter un téléphone sur un site où ils vendent du neuf, le téléphone va coûter beaucoup plus cher que s'il est reconditionné.

I : Pourquoi vous avez acheté sur Back Market et pas sur un autre site de téléphone reconditionné ?

R : Parce que j'avais en première vue celui-là, que j'ai regardé, et que ça me plaisait. Donc j'ai acheté-là.

I : Et vous avez cherché sur d'autres sites ?

R : Non.

I : Vous avez juste cherché sur ce site-là et après ...

R : Mais ça fait plusieurs fois qu'on commande là-dessus. Donc je sais que c'est une valeur sûre. Donc quand j'ai vu là, j'ai acheté-là, ça va plus vite.

I : Ok. Donc vous savez comment ça se passe.

R : Oui, ce n'est pas la première fois qu'on commande des choses-là.

I : Et que vous n'avez pas de problème ?

R : Oui.

I : Alors, que pensez-vous de mobiliser des nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Moi je trouve ça pas trop bien.

I : Pas trop bien ?

R : Je trouve ça pas très bien parce qu'on réduit la sociabilité des gens. Du coup, les gens ne sortent plus, ils vont plus chez les commerçants. Ils sont toujours derrière les écrans au final, en ligne et tout ça.

I : Ok. Et ça, c'est pour toutes les technologies ?

R : Sur la plupart des sites en ligne en tout cas.

I : À quelle marque en ligne pensez-vous ? Et que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Une marque ? Donc un magasin c'est bon ?

I : Ouais, un magasin c'est bon.

R : Amazon

I : Amazon, c'est bon.

R : Je trouve que c'est bien parce qu'on peut avoir plusieurs produits par exemple. C'est sûr que c'est la facilité. Tu veux quelque chose, tu tapes dans la barre de recherche et tu l'as directement. Tu vois le prix, et si ça te plaît, tu l'achètes, si ça ne te plaît pas, tu regardes ailleurs. Mais je trouve ça pas bien parce que ça pollue énormément. Parce que ça, ça vient de Chine, ça vient rarement de Belgique.

I : Et vous faites vos achats sur Amazon ?

R : Non jamais.

I : Pourquoi ?

R : Parce que je n'aime pas. Je trouve que ça pollue de trop.

I : Ok. Juste pour ça ?

R : Et même, ça ne me sert à rien d'acheter des trucs là. Je n'ai pas d'utilité à acheter des choses là-bas.

I : Parce que ce n'est pas cher, non ?

R : Ouais mais bon, je n'ai rien que je dois acheter sur ce site-là.

I : Alors, connaissez-vous des actions de marque en ligne où avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : Non.

I : Quels mots vous évoque le mot métaverse ?

R : Je ne sais pas.

I : Connaissez-vous le mot métaverse ?

R : Non.

I : Non. Ok, alors je vais vous montrer une petite vidéo. Il faut que vous la regardiez attentivement. Je vais vous montrer une vidéo d'un métaverse, c'est le métaverse de Hyundai. Je ne sais pas si vous connaissez Hyundai.

R : Oui.

I : C'est son métaverse.

// Vidéo 1 : métaverse Hyundai //

I : Alors pouvez-vous m'expliquer ce que vous venez de voir ?

R : Je viens de voir un magasin, enfin un genre d'entreprises, un bâtiment Hyundai sur une vidéo, où on peut voir les différentes voitures qu'ils proposent. L'intérieur, l'extérieur. On voit aussi qu'on peut acheter certaines choses.

I : C'est quoi les choses ?

R : J'ai vu qu'on peut acheter la voiture, une casquette, de la nourriture. Après ils montrent tous les produits qu'ils vendent. À mon avis, ils doivent vendre ça aussi dans le réel. Et là sur cette vidéo, il montre tout ce qu'ils vendent.

I : Tu as vu d'autres choses ?

R : Non.

I : Il n'y avait rien de spécial ?

R : Non.

I : Et qu'est-ce que vous avez aimé ou qu'est-ce que vous n'avez pas aimé là-dedans ?

R : C'est cool qu'on peut voir ce qu'ils proposent : les voitures, l'intérieure, l'extérieure, les produits qu'ils vendent. Mais je ne trouve pas ça cool dans un jeu qu'on doit acheter pour avoir ces produits.

I : Comment ça ?

R : Ça fait trop de publicité. Ils vont même dans les jeux vidéo pour faire de la publicité.

I : Ok. Et ça vous n'aimez pas ?

R : Non. Je trouve alors que ça devient de trop. Parce qu'ils font déjà beaucoup de publicité à la radio, à la télé. Quand on voit leur magasin, les grandes enseignes et tout ça. Je trouve qu'ils n'ont pas besoin d'aller dans les jeux vidéo.

I : Ok. Donc on a vu un truc de Hyundai où on peut acheter des t-shirts, même la voiture on va dire. Exemple si vous achetiez la voiture et que vous pouviez l'acheter sur le petit jeu-là ? Vous aimeriez bien ou pas ?

R : J'aimerais bien parce que c'est cool d'avoir une voiture. Bah si j'aimerais bien.

I : Il n'y a rien qui vous dérange d'acheter votre voiture là-dedans ?

R : En soi si ça me dérangerait parce que c'est quand même... Parce que comme je viens de le dire ça fait trop des pubs, donc ça m'ennuie d'acheter une voiture de leur marque.

I : Oui mais là si vous étiez dans le jeu, dans le métaverse pour acheter une voiture Hyundai, donc c'est à dire que vous êtes le petit bonhomme.

R : Si, j'aimerais bien.

I : Et vous allez acheter une voiture. En se baladant sur...

R : Ouais, ça ne me dérangerait pas.

I : Ah oui, vous aimeriez mieux ou vous aimeriez moins ?

R : Ouais si, j'aimerais bien.

I : Et vous préférez ça qu'acheter dans un vrai garage ou sur un site en ligne ?

R : Ah non, je préfère aller dans un vrai garage.

I : Pourquoi ?

R : Parce que c'est pour le réel. Et puis c'est mieux d'acheter dans un vrai garage qu'en ligne.

I : Oui mais pourquoi ?

R : Parce qu'on voit le produit, on voit les personnes qui te la vendent. On a tous les renseignements comme on veut et quand on veut. Puis on est plus sûre d'avoir le produit car sur un site en ligne tu peux te faire arnaquer.

I : Ok. Mais par exemple, là vous voyez le produit aussi. Et il y avait des gens qui pouvaient vous donner des informations.

R : Oui mais je préfère en vrai parce que tu as un contact. Tu parles avec les personnes, tu as les personnes devant toi qui t'expliquent vraiment, tu peux poser ce que tu veux et quand tu veux.

I : Mais là aussi vous pouvez poser des questions.

R : Non mais je trouve que c'est mieux dans le réel parce que tu vois les personnes devant toi.

I : Donc il faut l'aspect physique pour les personnes ?

R : Oui

I : Et là, vous voyez la voiture ou des t-shirts ?

R : Ouais, on voyait tout.

I : Et ça ne vous dérange pas comment on les voyait ?

R : Non.

I : Il y avait aussi un petit jeu, ça ne vous a pas donné plus envie d'acheter ?

R : Non.

I : Le petit jeu avec la voiture, vous le trouvez comment ?

R : C'est cool mais ça ne sert à rien. C'est cool mais ça ne me donne pas plus envie d'acheter.

I : Alors en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ? Imaginons, on peut toujours acheter à travers le petit jeu, à travers le métaverse.

R : Mais on ne le reçoit pas dans la vraie vie ?

I : Si.

R : Il n'y a pas de différence, c'est juste que dans le jeu tu peux peut-être poser tes questions alors qu'en ligne tu ne peux pas les poser. Enfin si, mais il faut attendre longtemps pour qu'on te réponde.

I : Ok. Et à part ça, il n'y a pas de différence, pas de ressemblance ?

R : Tu vois l'intérieur, l'extérieur, tu tournes autour comme tu veux. L'intérieur c'est pareil, tu peux l'essayer etc.

I : Et en ligne vous pouvez l'essayer ?

R : Non.

I : Et là vous pouvez l'essayer ?

R : Tu peux rouler avec là dans le jeu.

I : Et c'est différent non ?

R : C'est quand même un peu mieux dans le jeu.

I : Vous préféreriez acheter dans le jeu qu'en ligne ?

R : Ça dépend quel jeu. Après si ouais, on sait voir l'intérieur, l'extérieur, poser les questions qu'on veut, quand on veut et qu'on te réponde tout de suite. Que tu peux essayer comme tu veux, oui.

I : Dans le jeu, c'est dans le metaverse. « C'est jeu ».

R : Ouais.

I : Bon, maintenant je vais vous montrer une autre vidéo. Il faut également la regarder attentivement.

// vidéo 2 : site en ligne Hyundai //

I : Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Je viens de voir un site Hyundai en ligne où on peut acheter des voitures, y a l'air. J'ai vu différents modèles de voiture. On pouvait voir les catégories de voiture, les spécificités, l'intérieur, l'extérieur et voir les statistiques et voir tous les avantages. J'ai aussi vu une vidéo sur les voitures électriques Hyundai. Et voilà. Les différents moyens de les acheter aussi.

I : Ok. Qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé dans cette expérience ?

R : J'aime à peu près tout. Parce qu'on peut vraiment être renseigné par rapport à tous les modèles des voitures, les statistiques, les avantages etc. Mais encore une fois, je n'aime pas parce que je trouve que c'est mieux les vrais magasins.

I : Est-ce que c'était représentatif des expériences d'achat en ligne ?

R : Oui parce qu'on voit l'article.

I : Et à part ça ? C'est juste parce qu'on voit l'article ?

R : Non, parce qu'on voit le prix, on voit les statistiques, on voit les avantages. On voit tout.

I : Ok, en quoi est-ce pareil et/ou différent de la première vidéo que vous avez visionnée ?

R : C'est pareil parce qu'on voit l'intérieur de la voiture, l'extérieur de la voiture. Mais ce n'est pas pareil parce que dans la première vidéo, on ne voit pas le prix. Dans celle-ci on voit le prix dans l'autre, on l'a pas vu. Dans l'autre, on a pu l'essayer, dans celle-ci non. On voyait tous les avantages, les statistiques.

I : Dans les deux ?

R : Non que dans celle-ci.

I : Que dans celle-ci ?

R : Oui que dans celle-ci. Les avantages, tout ce que la voiture avait comme options et cetera.

I : Ok. Il y a d'autres différences ou ressemblances ?

R : Non, à part que dans celle-ci on voyait vraiment le prix, mais le vrai prix. Quelle manière d'acheter et tout ça. Et vraiment tous les renseignements.

I : Et le contact humain, il est pareil et/ou différent ?

R : Non.

I : Il y a quoi qui est différent ?

R : Il n'y en a pas.

I : Dans celui-là ? Dans la deuxième vidéo ?

R : Dans la deuxième vidéo, il n'y a pas de contact humain.

I : Et dans la première ?

R : Il n'y en a pas non plus.

I : Il n'y en a pas non plus ?

R : A part que si, il y a une personne qui est là à côté et qu'on peut lui demander des renseignements. Mais dans celle-ci, il n'y en a pas du tout.

I : Et vous aimez bien qu'on puisse demander à quelqu'un directement ?

R : Oui mais ce n'est quand même pas une vraie personne.

I : Comment ça ce n'est pas une vraie personne ?

R : Bah je préfère les vrais magasins donc je préfère que ce soit une vraie personne qu'une personne virtuelle. Une personne comme nous, un humain.

I : Oui mais si derrière son écran c'est une vraie personne ?

R : Non mais c'est mieux le contact physique.

I : Ok. Et si vous aviez le choix, sur quel site Hyundai vous connecteriez-vous ? Et pourquoi ?

R : Celui-ci ou l'autre ?

I : Oui. Entre la première vidéo et la deuxième.

R : Celui-ci.

I : Le deuxième ?

R : Oui.

I : Pourquoi ?

R : Parce qu'on a vu le vrai prix. On a vu plusieurs renseignements. Tout ce qu'on voulait comme renseignements y était. Il n'y avait pas besoin de poser des questions. On voit tous les prix, tous les modèles. On voit tout.

I : Donc c'est plus complet on va dire ?

R : Oui.

I : Et le fait de devoir poser des questions à travers les avatars, les petits bonhommes, ça vous dérange ? Plutôt que de les avoir directement sur une page ?

R : C'est quand même mieux de les avoir directement comme ça on voit directement... Il n'y a pas besoin de demander à l'avatar. Là on peut directement les avoir, tout est noté, tout est complet.

I : Donc c'est plus facile pour relire ou des choses comme ça ?

R : Oui.

I : On perd moins de temps ?

R : Non. Quand c'est comme ça, tu perds un peu plus de temps parce que tu dois carrément tout lire pour trouver la bonne réponse. Tandis que dans la première vidéo, on pose une question, on a directement la bonne réponse.

I : Mais vous pensez que si vous deviez faire un achat d'une même voiture sur les deux sites, vous pensez que ça irait plus vite sur lequel ? Pour savoir quelle voiture vous allez acheter, ou imaginons que c'est pour un t-shirt.

R : Le deuxième.

I : Pourquoi ?

R : Parce que quand on appuie sur le bouton statistique, on voit tout, tout de suite, toutes les catégories, tous les avantages de la voiture, ce qu'elle représente, combien on peut mettre de personnes etc. Et tout, tout de suite.

I : Et donc le fait de poser des questions, ça va ralentir ?

R : Oui, parce qu'on doit poser beaucoup de questions. Tandis que là, tu lis à la suite, tu as directement toutes les réponses.

I : Donc c'est mieux dans la deuxième ?

R : Oui.

I : Quelle expérience vous a paru la plus intéressante et pourquoi ?

R : La première parce qu'on pouvait voir comme dans la deuxième l'intérieur, l'extérieur. Et on pouvait essayer la voiture et je trouvais ça plus intéressant.

I : Rien d'autre ?

R : Non.

I : Justement vous me parlez de la voiture, on pouvait voir l'intérieur, l'extérieur. Vous trouvez que c'était de la même façon dont on voyait les choses ?

R : Non, parce que dans la deuxième, on voyait vraiment comment ça allait être dans la vraie vie. On voyait vraiment tous les détails et tout ça. Alors que dans la première, c'était un peu vague.

I : Un peu vague ?

R : On ne voyait pas vraiment tous les détails. Je ne sais pas comment on peut dire ça.

I : Les graphismes n'étaient pas ...

R : Oui voilà. Tandis que dans la deuxième, on voyait vraiment tous les détails.

I : Et ça vous dérange ?

R : Je préfère la deuxième parce que tu sais plus à quoi t'attendre quand tu vas avoir la voiture devant toi.

I : Est-ce que c'est important pour des marques comme Hyundai d'être présents dans le métaverse ? C'est la première vidéo.

R : Non.

I : Pourquoi ?

R : Parce qu'ils font de la pub et tout ça mais je pense qu'ils ont une assez grande marque pour avoir leurs magasins et leurs enseignes. Et même ils sont déjà à la télé, à la radio et tout ça. Donc je trouve qu'ils n'ont pas besoin d'être dans les jeux vidéo et des sites comme ça.

I : Ils font déjà trop. Et pour vous c'est trop ?

R : Oui c'est ça. C'est presque obliger les gens à acheter.

I : Ok. Et pour d'autres types de marques ?

R : C'est pareil.

I : Même pour des petites marques ?

R : Oui. Enfin non. Des petites, ça dépend. Si maintenant on va dire que le voisin derrière, il fait son entreprise et il met son entreprise sur internet par exemple. Ou on peut acheter des choses, ça, ça va. Parce que ce n'est pas un grand producteur donc il doit faire sa pub un minimum. Alors que les autres marques c'est des super grandes marques. Ils n'ont pas besoin de ça pour faire leur pub.

I : Oui, mais vous pensez que le petit producteur, il pourra aller là-dessus pour aller faire sa pub ?

R : Oui.

I : Et vous pensez que beaucoup de personnes vont aller voir le petit producteur sur le métaverse ?

R : Non vu qu'ils ne sont peut-être pas au courant que ça existe. Donc en soi, ça va peut-être servir à rien.

I : Et pour les marques vous en pensez quoi ?

R : Pour eux, c'est bénéfique. Parce que les gens savent qu'il existe, ils vont sur Google, sur un site de recherche, il tape la marque et ils ont directement tous les renseignements, toutes les voitures et tout.

I : Non mais sur le métaverse. Sur la première vidéo.

R : Oui. C'est bénéfique pour eux.

I : Ça leur offre de la visibilité ?

R : Oui. Même ça leur permet de vendre plus d'articles sur une journée ou même sur une année. Sur toute leur histoire.

I : Ok. Donc ce que vous dites, c'est que c'est intéressant pour les entreprises mais que vous en tant que client, consommateur, vous n'aimez pas car ça fait trop de pub.

R : Oui.

I : Et vous vous sentez obligé d'acheter cette voiture-là.

R : Non, mais ce que je veux dire, c'est que tout vient devant les yeux, que ça devient un peu de l'obligation.

I : Vous êtes vite influencé.

R : Oui, voilà.

I : Que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le métaverse ?

R : Je pense que ça ne change rien à leur réputation mais je trouve que ça sert à rien.

I : Ça ne change rien à leur réputation ?

R : Si. Par exemple pour des personnes qui sont immobilisées, qui ne peuvent pas aller au magasin, pour eux c'est bénéfique. Ils prennent leur téléphone, leur tablette, leur ordinateur, tout ce qu'ils veulent, c'est bien. On est obligé de les prendre en compte mais ils n'ont pas besoin de ça pour vendre leurs articles.

I : Eux, ils n'ont pas besoin de ça mais vous venez de dire que c'était intéressant pour des personnes.

R : Oui. C'est intéressant mais ce que je veux dire c'est que s'il n'y a personne comme ça dans le monde, ils ont beaucoup de magasins, ils ont beaucoup de pubs pour vendre leurs articles.

Pour eux c'est bénéfique, pour les personnes handicapées ou paralysées c'est bénéfique aussi parce qu'ils peuvent commander leur voiture. Mais dans tous les cas, ils seront obligés d'aller chercher leur voiture dans un garage. Donc dans tous les cas autant se rendre au garage directement.

I : Peut-être qu'on la livre à la maison par exemple.

R : Ah si on la livre à la maison, c'est déjà mieux.

I : Et donc si on la livre à la maison ?

R : On ne doit plus bouger dans ces cas-là. Mais ça rend le monde fainéant aussi.

I : Et ça c'est embêtant ?

R : Oui parce qu'après, ça devient des vampires. Ils restent devant leur écran, ils ne sortent jamais, ils ne voient jamais personne. Je trouve que ça, c'est dérangeant.

I : Ok. Il y a d'autres choses qui te dérangent ?

R : Non.

I : Et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du métaverse, donc de la première vidéo ? Est-ce que vous pensez qu'on devrait faire plus de choses comme ça ?

R : Non je trouve que c'est déjà assez.

I : Qu'on doit améliorer encore ?

R : Non, je trouve que c'est déjà assez. Amélioration, il n'y a pas vraiment à améliorer. Tout est déjà bien. Peut-être directement faire un listing de tout ce qui est bien et pas bien sur la voiture. Qu'on ne doit pas poser des questions et tout ça. Mais pas faire plus parce que après le monde il va être complètement... Tout le monde sera des vampires.

I : Ok. Donc pour clôturer et résumer cet entretien : vous pensez donc que vous préférez faire vos achats dans des magasins physiques pour parler aux gens car vous avez besoin du contact physique. Même si dans le métaverse, vous avez un contact, le fait que ce soit à travers le PC, ça ne vous arrange pas plus que le fait d'acheter en ligne où au final il n'y a pas de contact.

R : Oui.

I : Et que le fait que le Métavers, c'est un peu plus lent on va dire et plus contraignant parce que vous devez demander toutes des informations que vous n'avez pas. Donc ça c'est un peu plus embêtant on va dire, plus lent. Les graphismes sont un peu moins bien faits mais ça ne vous dérange pas plus que ça.

R : Non.

I : Le fait de pouvoir jouer, c'était assez chouette.

R : Oui.

I : Mais vous pensez toujours que le fait que les entreprises sont présentes dans le métavers c'est un peu trop.

R : Oui.

I : Que ça peut aider certaines personnes. Qui sont handicapées, tétraplégiques ou autres. Qui sont dans l'incapacité de se déplacer on va dire, ça peut être chouette. D'ailleurs, ça peut être chouette que pour les achats ou ça peut être chouette pour d'autres choses ?

R : Ça ne peut être chouette que pour les achats.

I : Ok. Mais je ne sais pas si vous vous en rappelez mais dans la première vidéo, il prend un petit café le monsieur. Et là, il y a une place. Une place, ou par exemple tout le monde peut se rencontrer.

R : Oui.

I : Donc par exemple, je ne sais pas moi. Je jouerais, j'irais sur le métaverse et on va dire qu'il y a un monsieur que je ne connais pas, qui est aussi sur le métaverse et qui habite à Londres, et il commence à me parler. Ça vous en pensez quoi ?

R : Je ne trouve pas ça top non plus parce que tu ne sais pas à qui tu t'adresses, tu ne sais pas c'est qui derrière l'écran. Tu ne sais rien de la personne. Non, je trouve que c'est vraiment mieux d'avoir quelqu'un de visuel, de physique devant toi.

I : Et même le petit bonhomme, ça ne vous donne pas une aide ?

R : Non.

I : Ok. Au final, vous trouviez que ça faisait trop de pub et que ça obligeait un peu la personne. Et donc vous ne voulez pas que ça se développe encore plus parce que ou sinon, les gens vont devenir « flemmards » et ils ne vont plus rien faire.

R : Ils vont rester chez eux tout le temps.

I : Pourriez-vous me confirmer que cela est bien correct ?

R : Oui.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non, ça va.

I : Aimerez-vous rajouter quelque chose ?

R : Non.

I : Pourriez-vous partager quelques informations vous concernant ? Profession, âge, etc.

R : J'ai 13 ans, je suis encore à l'école, du coup, je ne travaille pas. J'aime bien le sport.

I : Tu fais quoi comme hobby ?

R : Je fais du VTT et du foot. Le week-end je vais à la ferme, je roule en tracteur et je m'occupe des vaches. À part ça, c'est tout.

I : Ok. Merci d’avoir participé à cet entretien. Notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l’avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée.

R : À vous aussi.

I : Au revoir.

R : Au revoir.

3.12. Interview 12 (Denis, 23 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations, avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 12 : Oui.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien, avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non.

I : Est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Oui.

I : Pouvez-vous me dire ce que vous avez fait aujourd'hui ?

R : Je me suis levé. J'ai mangé. J'ai lu. J'ai appelé mes proches. J'ai lavé mon jacuzzi et j'ai rempli mon jacuzzi avant de faire cette interview.

I : Ok, et est-ce que cette journée est représentative des autres journées ?

R : Pas vraiment.

I : Pouvez-vous me décrire une journée type ?

R : Une journée type. Je me lève, je me prépare, je me lave, je déjeune, je vais à l'école. Je passe ma journée à l'école. Je dîne en général sur Mons, je passe l'après-midi à l'école et je rentre chez moi. Je mange, je traîne un peu sur mon téléphone, je regarde un truc ou quoi. Et je dors.

I : Vous faites quoi sur votre téléphone ?

R : Je traîne sur les réseaux, je regarde des vidéos sur Youtube. Ou bien je peux lire aussi sur mon téléphone beaucoup.

I : Ok, et est-ce que c'est représentatif de toutes vos activités la journée que vous venez de décrire ou vous avez d'autres activités ?

R : De toute mon activité ? Dans quel sens ? Global ?

I : Oui, en général. Qu'est-ce que vous faites en général ?

R : Je vais souvent chez ma grand-mère, m'occuper d'elle, lui apporter des courses. Je vais passer du temps avec elle, dîner avec elle. Je fais du foot aussi mais un peu moins en hiver. Sinon, je lis beaucoup. Je passe du temps avec mes amis, je sors avec mes amis, je parle avec mes amis. Je joue avec mes amis à des jeux vidéo, à des jeux de société. On a des discussions politiquement et économiquement, socialement profondes.

I : Ok, et vous jouez à quel genre de jeux vidéo ?

R : Fifa principalement.

I : Ok, et en ligne à chaque fois ?

R : Non, non. On se rejoint et on joue soit à deux, à trois, à quatre, ensemble, ou bien un contre un ou deux contre deux.

I : Ok. Vous ne jouez jamais à d'autres jeux en ligne ?

R : Non, il faut payer l'abonnement.

I : Et c'est dérangement de payer l'abonnement ?

R : Oui, surtout qu'après il faut payer les jeux et dans l'idéal il faudrait avoir la dernière console. Donc plutôt que 50,00€ en soit, c'est presque 500, 600, 700, 800€ à investir en réalité.

I : Vous avez dit que vous lisez beaucoup. Vous lisez sur votre GSM ou plus par livre ?

R : Sur mon GSM, sur des livres, sur le Kindle.

I : Kindle ?

R : C'est les livres numériques d'Amazon.

I : Ok, et vous les achetez comment ? Sur Amazon ?

R : Oui, j'achète mes livres sur Amazon.

I : En version numérique ?

R : En version numérique via mon téléphone, mon PC ou mon Kindle.

I : Donc c'est un device le Kindle ?

R : C'est quoi un device ?

I : C'est un appareil.

R : Oui, oui, c'est un appareil. C'est une petite tablette quoi.

I : Ha ok, c'est une liseuse ?

R : C'est une liseuse.

I : Ah ok. Et vous préférez quoi comme livre ? Quel genre de livre vous lisez le plus souvent ?

R : Autour de quel sujet ?

I : Non. Plus en version papier ou en version numérique ?

R : Ça dépend. Plus papier malgré tout.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que mes parents et mes grands-parents ont énormément de livres, donc ça ne me coûte rien de les avoir et de les lire.

I : Ok, donc c'est juste une question de coût ?

R : Une question de coût et c'est parce qu'ils ont lu des ouvrages qui m'intéressent. Donc avant d'en acheter d'autres qui m'intéressent, il y en a certains à ma disposition gratuitement. Donc je lis ceux-là d'abord, en priorité avant d'en acheter d'autres. Après certaines fois ...

I : Par disponibilité ?

R : Oui par disponibilité. Après pour l'école ou quoi, enfin que pour l'école en fait, je dois lire certains livres alors je suis obligé de les acheter. Dans ce cas-là, c'est en numérique pour les avoir tout de suite, pour ne pas attendre le temps de livraison ou bien aller les chercher quelque part.

I : Mais c'est juste pour cette raison là que vous achetez en version numérique ?

R : Non, parce que parfois il y a des belles ristournes aussi.

I : Ok. Et il y a d'autres raisons ?

R : Non, pas de réel avantage en soit sinon. Ce n'est pas préférable quoi.

I : Donc maintenant, vous arrive-t-il de vous connecter sur Internet ? Vous m'avez dit que oui mais pourquoi et à quelle fréquence ?

R : Pourquoi : pour lire, pour télécharger des livres, pour télécharger des films, des vidéos, avoir accès aux réseaux sociaux, à ma boîte mail.

I : Ok. Et à quelle fréquence ?

R : Tous les jours, plusieurs fois par jour.

I : OK. Et vous arrivent-ils de vous connecter sur les réseaux sociaux ?

R : Oui.

I : Pourquoi et à quelle fréquence ?

R : Pour rester en contact avec mes amis et tous les jours.

I : Ok. Vous arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : Oui.

I : Pour quelles raisons et à quelle fréquence ?

R : Pour quelles raisons ? Parce que déjà... Oui, c'est une bonne question. Car le catalogue est vachement plus vaste. Tu ne dois pas aller jusque là-bas. Tu ne dois pas aller faire plusieurs magasins, aller à Tournai, à Lille, à Mons, à Bruxelles, à Anvers. Tu commandes et après si ça ne te va pas, tu renvoies.

I : Et ça, ça ne vous dérange pas ?

R : Non, si je dois le renvoyer, je passe quand même tous les jours, pour aller à l'école ou pour aller chez ma grand-mère, devant une librairie ou une pharmacie qui fait centre de retrait pour livreur.

I : Il y en a beaucoup alors ?

R : Quand même, oui.

I : Ok. Et quoi d'autre ? Il y a encore d'autres raisons pour lesquelles vous achetez en ligne ?

R : En plus de ...

I : De celle...

R : Pas réellement non.

I : Ok. Et à quelle fréquence ?

R : À quelle fréquence ? Ce mois-ci, j'ai acheté 2 fois des vêtements en ligne, mais sinon sur l'année c'est en général deux à trois fois maximum.

I : Ah oui donc ce n'est pas tant que ça alors.

R : Je n'achète pas d'habits en général, non.

I : Vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Plus maintenant.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que j'ai d'autres priorités. Je dois payer 50euros pour avoir accès à l'abonnement en ligne Xbox ou PlayStation. Je ne joue plus non plus aux jeux en ligne sur mon smartphone. Parce que je passe la majorité de mon temps à lire en fait.

I : Ok. Alors vous considérez-vous comme étant une personne connectée ?

R : Non, par rapport à ma génération, les gens de mon âge, non.

I : Vous pouvez m'expliquer un peu plus ?

R : À part Snapchat, je n'ai pas les réseaux sociaux, enfin Facebook mais c'est juste pour pouvoir avoir accès aux discussions et aux synthèses universitaires. Messenger, mais Messenger peut être remplacé par n'importe quel autre réseau social ou par les messages simplement en soit.

I : Donc pour vous « connecter », c'est une question de réseaux sociaux ?

R : Ça dépend de quel point de vue. Si c'est un point de vue plus des adultes, bien sûr je suis connecté parce que je m'y connais et que je m'en sors très bien en informatique. Aucun souci

avec ça. Alors dans ce sens-là, oui je suis très connecté. Mais du point de vue de ceux de ma génération, je ne suis pas connecté parce que je ne suis pas sur les réseaux, je ne publie pas ma vie constamment, je ne mets pas des stories régulièrement.

I : Ok. Pouvez-vous me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ? Qu'est-ce que vous avez aimé et/ou n'avez pas aimé ?

R : Mes derniers achats en ligne, je les ai reçus hier.

I : C'était quoi ?

R : C'était quatre T-shirts et ce cardigan. Il y avait un t-shirt qui était en mauvais état. J'ai dû le renvoyer.

I : Vous étiez déçu ?

R : Déçu oui. C'était décevant. Le paquet était déjà ouvert en soit, du tee-shirt, mais pas le carton de livraison. Donc ça a été ouvert par la société de livraison. Mais en soit après le service après-vente s'est bien occupé de la situation. Et ils vont récupérer le tee-shirt et m'en renvoyer un autre dès que possible.

I : Ok. Qu'est-ce que vous avez aimé ou n'avez pas aimé dans le fait d'acheter en ligne ?

R : Dans la dernière interaction ?

I : Non.

R : Dans le dernier achat ?

I : Oui, dans le dernier achat. Est-ce qu'il y a des choses que vous avez bien aimées ? Là, le service après-vente, le fait que vous avez eu un trou ou bien qu'il fût déchiré le ...

R : Oui, c'était frustrant en soit.

I : Est-ce qu'il y a d'autres choses ?

R : D'autres choses à part ça ?

I : Oui, que vous avez aimées ou pas.

R : Déjà oui parce que c'était des articles que j'ai traînés dans ma liste de favoris, en soit je les mettais de côté. Et j'attendais d'avoir un bon de réduction de 20% en l'occurrence. Et j'ai attendu de l'avoir et une fois que je l'ai eu, je les ai ajoutés à mon panier. Et en fonction de mon budget, j'ai commandé en fonction du minimum de livraison gratuite.

I : Ok, et comment vous l'avez eu ce bon de 20% ?

R : J'ai attendu. De temps en temps, ils envoient des mails et avec « extra 20 », c'est un code pour avoir un bon de 20% de réduction.

I : OK. Il y a d'autres choses ? Ou pas spécialement ?

R : Pas spécialement, non.

I : Quels facteurs influencent-ils votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : Déjà le fait que je ne doive pas sortir de chez moi. Bien sûr que si je me promène dans une ville ou quoi, je ne vais pas me priver de faire les boutiques. Mais par exemple, pour mes achats en ligne, le soir, après une journée active, en rentrant chez moi après avoir mangé, si je n'ai pas spécialement envie de traîner sur les réseaux sociaux, si je n'ai pas envie de regarder une série, un film ou de lire un livre par exemple, j'ai juste à aller sur mon téléphone et « faire les magasins » quoi.

I : Ok, donc c'est un passe-temps ?

R : C'est un passe-temps, mais comme en soit... oui, c'est un passe-temps, mais si je sors dehors et que je fais les magasins, en soit c'est un passe-temps aussi. Mais c'est dans le fait que ça peut s'intercaler dans des horaires qui sont ...

I : Plus réduits ?

R : Plus réduits et dans le sens où je ne suis pas forcément actif et que je n'ai pas envie d'être actif.

I : Donc ça vous demande plus d'efforts, on va dire, de faire les achats en physique qu'en ligne ?

R : Oui, bien sûr, parce que tu te promènes entre les rayons, tu regardes et tous les magasins sont faits pour te faire consommer. Mais en soit les services de vente en ligne c'est pareil aussi avec des réductions de 20%, c'est un exemple. Mais bon, tu peux t'adapter à ça et acheter juste quand il y a ces réductions. En magasin, tu dois te déplacer. Si par exemple ils disent : « oui, demain, par exemple c'est Cyber-Monday ou ce que tu veux. Et c'est demain la réduction, il faut revenir demain Madame. » Tu dois te taper deux fois la route. Ce trajet-là, tu le payes aussi en soit, tu vois. Tu le payes d'abord en essence et après, tu le payes en ton temps. Parce que pour aller faire les magasins, ça dépend où tu les fais, mais si tu vas à Lille par exemple, tu fais 1 heure de route, c'est 1 heure de temps sur la route que tu passes à « juste conduire » et tu n'es pas productif, tu ne fais rien en soi.

I : Ok. Il y a d'autres facteurs ?

R : Pas qui me viennent à l'esprit, non.

I : Alors, quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ? Pourquoi tel magasin ou tel site ?

R : Je n'ai pas réellement de critères en soi. Je me promène un peu partout et je regarde ce qui me plaît, ce qui ne me plaît pas, la qualité, la matière avec laquelle ça a été fait, les finitions, comment ça a été fait.

I : Ok, vous n'avez pas vraiment de critères pour votre magasin, c'est à dire que vous choisissez un magasin au hasard, vous regardez ce qui vous plaît.

R : Oui, c'est ça.

I : Et les sites aussi alors ?

R : Oui, bien sûr. Au départ, c'était comme ça et au final, j'ai quand même éliminé certains sites qui sont de mauvaise qualité. Je cherche quand même de la qualité, de la qualité qui va durer sur des années. Quand j'achète un produit, je ne l'achète pas en général pour une courte durée,

que ce soit pour quelques semaines ou quelques mois, mais sur quelques années, voire quelques dizaines d'années si c'est possible.

I : Ok, donc vous avez quand même réduit le choix des magasins ou des sites en fonction de ce critère-là, de qualité ?

R : Exactement.

I : Et pour tester la qualité, vous avez dû tester plein de sites, plein de magasins ?

R : En fait c'est depuis que je suis petit disons. J'ai toujours aimé toucher, sentir, voir les matières des choses, le ressenti contre la peau aussi. Et j'ai fait les magasins très jeune aussi, avec ma mère. Et au fur et à mesure d'expériences, moi je sais dans quel magasin je peux aller chercher certains produits et dans d'autres, d'autres produits.

I : Et comment vous faites pour justement ressentir la matière et tout quand vous faites vos achats en ligne ?

R : Par la marque. En général, j'ai déjà une bonne indication mais la marque ne veut pas toujours tout dire. L'indication la plus importante, ça reste quand même la matière. Après, j'essaie de regarder quand même, bien sûr, les photos, de zoomer, regarder les coutures, les finitions. Et en général, je suis rarement déçu.

I : Ok. Alors, que pensez-vous de mobiliser de nouvelles technologies pour les achats en ligne ?

R : Dans quel sens ?

I : Par exemple les casques de réalité augmentée comme Ikea fait. Où tu mets ton GSM pour voir le meuble dans la maison. C'est un exemple. Il y en a plein d'autres.

R : Oui, je conçois.

I : Mais donc c'est en général. Qu'est-ce que tu penses des nouvelles technologies qui améliorent les achats en ligne ?

R : C'est bien jusqu'à une certaine limite.

I : Quelle est la limite ?

R : Quelle est la limite... C'est une bonne question. Que ce ne soit pas... Parce qu'au final, c'est de l'intelligence artificielle. Que ce ne soit pas tourné trop loin et qu'on ne perde pas le contrôle, simplement quoi, de l'humanité.

I : Je n'ai pas compris.

R : Disons que le Big Business Américain, son système n'est tourné que vers son propre profit et que l'intelligence artificielle, si elle interagit avec ce big business, et c'est ce qui est le cas. Si un moment, elle est trop avancée, trop développée ou bien, bien développée. C'est pour ça qu'ils ont mis des stops il y a quelques mois sur les progrès, ils ont arrêté aux États-Unis. Mais ils ont déjà repris depuis donc... Mais en gros que l'intelligence artificielle comprenne que le but du Big Business Américain est son propre profit et nullement l'être humain en soi, le bien-être de l'être humain. Et donc retournera toute la société. Ce qui est déjà le cas presque, dans le sens où on ne fera plus que contribuer à ce système et l'accroître, peu importe nos conditions.

I : À cause de cette intelligence artificielle ?

R : Pas à cause, mais à cause du Big Business Américain et du capitalisme accru, de la société de consommation en soi. L'intelligence artificielle sera l'élément déclencheur qui ... Enfin, une fois que l'intelligence artificielle arrivera à un certain niveau de contrôle, de présence dans nos vies, ça deviendra problématique pour la survie ou l'avancée de l'humanité.

I : Ok. À quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ?

R : Pensez-vous ?

I : À quelle marque en ligne pensez-vous ?

R : Quand je commande en général ?

I : Je ne sais pas moi. N'importe. Celle à laquelle vous pensez là ?

R : Une marque, je ne sais pas, je commande sur END, c'est un site Britannique.

I : Ok. Et qu'est-ce que vous en pensez ?

R : Qu'est-ce que j'en pense ?

I : Pourquoi vous commandez là-dessus ?

R : Parce qu'il y a un choix large et que tu peux acheter des trucs plus chics comme plus streetwear, sportswear aussi. Tu trouves un peu de tout, tu peux acheter des éléments décoratifs pour la maison.

I : Donc vous aimez bien ?

R : J'aime quand j'en ai besoin, quand c'est nécessaire. Parce que ça me laisse un large choix par rapport à ce que je recherche.

I : Ok. Connaissez-vous des actions de marque en ligne ? Ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne.

R : Action dans quel sens ? Des pubs ?

I : Que ce soit les pubs ou les -20%.

R : Les -20% par mail ?

I : Oui, des choses comme ça.

R : Oui ils n'envoient pas régulièrement en soit. C'est... Je ne sais pas. Ça peut arriver deux à trois fois par an maximum. Je reçois de temps en temps des pubs qui font des collaborations mais je n'en ai rien à faire. Parce que oui, j'achète des habits quand j'estime que c'est nécessaire, parce que mes habits sont trop usés. Ou bien parce que je n'ai plus assez d'habits pour tenir quelques jours, 3-4 jours, 5-6 jours. Si je n'ai pas le temps de faire des lessives, par exemple. En général, s'ils sont trop usés, c'est qu'ils ne me correspondent plus physiquement ni mentalement donc j'achète quelque chose qui me correspond et que j'essaye de prendre en fonction de sa résistance au temps.

I : Ok. Maintenant je vais vous montrer une petite vidéo. Il faudra la regarder.

R : D'accord.

I : Après on en discutera.

///

Vidéo 1 : Gucci site en ligne

///

I : Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Je viens de voir quelqu'un qui se promène sur le site de Gucci.

I : Vous pouvez m'en dire plus ?

R : Elle a regardé des sacs, elle a regardé les coloris du sac. Elle a regardé les descriptions. Elle a regardé quelqu'un qui le portait.

I : C'est tout ?

R : Elle a été voir les expositions. Elle a défilé un peu partout sur le site, oui.

I : Et qu'est-ce que vous avez aimé ou n'avez pas aimé sur le site ?

R : Sans mentir, je n'achète jamais sur les sites directement de la marque parce qu'en général c'est la dernière collection. La dernière collection est toujours au prix fort et je n'en ai rien à faire d'avoir la dernière collection pour aller montrer à mon pote ou aller montrer en ville, ou fanfaronner. J'achète les habits non pas en fonction de la mode, mais en fonction de ce dont j'ai besoin et ce que moi j'estime comme qualitatif. Et après esthétique, dans un 2ème temps. Mais pas ...

I : Ok donc vous n'allez pas sur les sites principaux. Mais qu'est-ce que vous avez bien aimé ou pas aimé de ce site-là ?

R : C'est un site classique de marque de luxe. C'est très basique.

I : Comment ça ?

R : Les catégories avec les hommes. C'est séparé hommes-femmes, un peu comme tous les sites de vente en ligne en soi. C'est trié par catégories. Après chez les hommes, tu as tous les tee-shirts, les pulls, les hauts, les vestes, toutes les catégories. Chez les femmes, pareil. Après tu as une partie pour leurs expositions, leurs défilés, allez, l'image de la marque.

I : Ok, vous aimez bien que ce soit trié par catégories ?

R : Oui, parce qu'en général quand je cherche quelque chose, c'est par catégories directement, c'est par le produit défini. Donc, comme quand je fais mes courses par exemple, si je cherche quelque chose, je ne vais pas essayer. En soit c'est rarement le cas d'être distrait par des produits qui sont là et dont je n'ai pas besoin en priorité et que je ne suis pas venu pour ça en fait. Quand j'achète disons un pantalon sur internet, je vais pour un pantalon et j'achète mon pantalon et je ressorts avec un pantalon et rien de plus.

I : Et ça c'est grâce aux catégories que vous n'êtes pas tenté par d'autres vêtements ?

R : Pas forcément. Puisque directement quand tu vas sur le site en général, tu as tous les produits qui sont listés. Ou bien oui, pas tenté grâce aux catégories, non. C'est grâce à ma volonté de ne pas être tenté en soi. Mais les catégories aident, facilitent disons à chercher le produit tout de suite, et ne pas être distrait par d'autres et tenté par d'autres.

I : Ok. Et sur l'image de marque, vous avez dit à la fin qu'ils montraient divers éléments pour leur image. Qu'est-ce que vous en pensez de ça ? Est-ce que c'est intéressant, pas intéressant ?

R : De mon point de vue, je trouve que ce n'est pas intéressant parce qu'en soit ce n'est pas important d'avoir la dernière robe, la dernière veste, la dernière paire de chaussures à la mode. C'est pour prouver ou quoi je ne sais pas. Mais ce n'est pas nécessaire en soi. Mais pour la majorité des gens c'est important d'avoir le dernier habit.

I : Oui mais pour vous ? C'est bien d'avoir une image ?

R : Moi je ne pense pas que ce soit bien. Leur argent, tout l'argent qu'ils mettent dans ça. Parce que c'est des centaines et des centaines de gens qui travaillent autour de ces projets-là. Du site internet et des défilés, c'est plein de gens qui sont impliqués, les gens sont payés une fortune mais ce n'est pas important tout ça et tous les habits. Je pense qu'on a une planète et l'humanité à sauver avant tout aussi.

I : Ok. Et il y a d'autres choses que vous avez aimées ou pas, ou pas aimées justement ?

R : D'autres choses, ça peut être très global, très général ? Ça peut-être par rapport à Gucci aussi ?

I : On va plus parler du site.

R : Oui bon le site, il est très basique quoi. C'est un site internet de marque de vêtements simplement. Il n'y a rien de particulier.

I : Comment vous avez dit que c'était pour une marque de luxe ?

R : Oui, c'est ça. C'est un site de marque de luxe. Dans le sens où c'est très épuré, c'est très blanc ou très noir, c'est tout blanc ou tout noir. C'est relativement peu de produits.

I : Donc par le design et par le nombre de produit on sait que c'est une marque de luxe ?

R : De par le côté épuré qui a été instauré par Apple à l'époque, avec 4 iPhone dans leur Apple store et l'iPad. Je ne sais pas si vous voyez ce côté.

I : Oui, oui.

R : Les marques ont compris que ça rendait le produit encore plus « luxueux ». Ça le mettait sur un piédestal puisqu'il était là, il n'était entouré de rien. Il est mis en évidence dans une pièce toute noire ou toute blanche en étant de la couleur opposée. Il tape à l'œil disons. Ça dans le sens, c'est bien calculé disons.

I : Oui, je vois. Est-ce que c'est représentatif des expériences d'achat en ligne ce que vous venez de voir ?

R : De mes achats personnels ?

I : Des achats en ligne. Pas pour le site mais pour l'expérience. Le fait d'acheter en ligne, pas sur Gucci.

R : Je dirais que non parce qu'en général quand tu achètes en ligne, tu sais plus ou moins quel produit tu veux. Tu sais quel coloris, tu as déjà une idée en tête. Dans mon cas, j'ai l'idée en tête de ce que je veux, dans quel coloris, je connais ma taille et je ne commence pas à regarder d'autre coloris ou à me dire que cette version-là est mieux. Ouais, là c'était en mode recherche.

I : Oui je vois. C'était moins direct.

R : C'est ça. Comme quand les gens vont en magasin disons, ils se promènent.

I : Ils flânent.

R : Ils flânent exactement.

I : Ok. Quel mot vous évoque le mot METAVERS ?

R : Déjà méta, c'est processus de processus. Donc c'est de la cognition dans de la cognition. Et donc c'est de l'irréel dans de l'irréel en soit.

I : Donc pour vous c'est quoi ? Ça vous dit quoi le mot METAVERS ?

R : De la cognition dans de la cognition. Donc des pensées dans des pensées.

I : Ok. Et connaissez-vous le METAVERS ?

R : Oui.

I : Par quel biais ?

R : Par la presse. Par twitter, par le groupe Méta.

I : Ok, maintenant, je vais vous montrer une petite vidéo d'un METAVERS qui est celui de Gucci. Faut regarder la vidéo et après on en discute.

////

Vidéo METAVERS Gucci

////

I : Pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Je viens de voir une vidéo d'un Gucci store, d'un monde Gucci dans Roblox.

I : Ok. Et il y avait d'autres choses que vous avez vues, qu'on pouvait y faire ?

R : Qu'est-ce qu'on peut y faire... On peut interagir avec d'autres personnes. On peut acheter des sacs virtuels. On peut vivre virtuellement, en fait.

I : OK, qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Ça ne reste que du virtuel en soi.

I : Et ?

R : Et ça peut avoir un certain apport pour le réel, ça ne reste qu'en soit superficiel et virtuel, comme ça l'est.

I : Et donc vous aimez bien ?

R : Pas forcément. Bien sûr, certaines personnes vont y trouver du plaisir mais ce n'est pas réel en soi. Au final, quand tu es sur ça, tu es juste derrière un écran. Et tu interagis avec des personnes mais l'être humain a besoin d'interactions réelles, il a besoin d'échanges sociaux réels.

I : Donc vous pensez que l'interaction à travers un PC, ça ne fonctionne pas. Ce n'est pas la même qu'une interaction réelle ?

R : Ça dépend, non. Mais entre deux utilisateurs qui ne se connaissent pas, bien sûr que la situation sera vachement différente du réel. Alors que deux personnes qui se connaissent, qui se contactent à travers le METAVERS par exemple, ce sera le même que si elles se contactent par téléphone ou si elles se contactent en vrai.

I : Ok, donc pour le premier contact on va dire ou pour ...

R : Pour des inconnus, ça change totalement la donne. Les situations ne sont plus du tout pareilles.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que tu n'as pas la crainte d'avoir des conséquences physiques. Si tu parles mal dans le réel, tu te fais taper dessus. Tu ne parles plus, tu souffres.

I : Donc c'est juste ça ?

R : Est-ce que c'est juste ça ? Dans quel sens ?

I : Si juste la différence, c'est juste les conséquences physiques qu'on peut avoir.

R : Disons que oui.

I : Et en quoi est-ce pareil et/ou différent des achats en ligne que vous avez effectués ?

R : Les achats que j'ai achetés c'était du réel. Quand tu achètes dans le METAVERS, ça reste que du virtuel. Ça reste des données en soi.

I : Et si maintenant on vous dit que quand vous achetez sur le METAVERS, vous le recevez chez vous.

R : Tu reçois le produit physique chez toi ?

I : Oui.

R : Certaines marques l'ont fait en vendant des produits physiques liés à des ... Sans mentir, il n'y a pas vraiment d'intérêt à avoir des produits physiques et virtuels.

I : Non mais par exemple si vous allez dans le METAVERS, c'est acheter un vrai produit physique et pas virtuel.

R : Genre pour l'essayer ?

I : Par exemple là, l'avatar il a acheté un bonnet. Et au lieu que de le recevoir sur son avatar, il le reçoit chez lui réellement.

R : Ouais mais ça reste sur un avatar, ce n'est pas toi. Genre l'essai n'est pas sur ta personne, tu ne peux pas évaluer sur un avatar.

I : Ok et à part cela, il y a d'autres choses qui vous dérangent ou que vous avez bien aimées ? Si vous pouviez faire vos achats réels, physiques sur le METAVERS ?

R : Pas réellement parce qu'en soi, ça reviendrait comme à se promener pour faire ses achats en réel. Parce que tu passes quand même ton temps à te promener et à marcher. Alors que quand tu es sur ton téléphone, sur des sites, tu peux commander directement via les catégories.

I : Et donc vous préférez aller sur des sites en ligne que sur le METAVERS ?

R : Disons ça oui.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Parce qu'en soit quand je vais pour acheter des habits, je ne vais pas pour commencer à me promener dans un jeu vidéo, à voir des choses bien belles, bien colorées alors qu'en soit la nature nous les offre aussi. Une belle forêt, de belles montagnes. Les voir réellement c'est bien plus impressionnant que de les voir dans le METAVERS par exemple.

I : Mais là vous pouvez mixer plusieurs activités, on va dire. Vous pouvez par exemple aller dans la piscine puis aller faire vos achats. Vous pouvez aller parler à des personnes.

R : Ouais mais dans ce cas-là, je préfère le faire dans le réel alors. Si j'ai une journée à ne rien faire, plutôt que de la passer dans le METAVERS, à aller dans la piscine, après aller faire mes courses, je préfère aller dans le réel et dans une vraie piscine. Je vais réellement nager et après je vais réellement me promener. Et me promener sans chercher spécifiquement mais peut-être tomber sur une pièce qui me plairait alors. Et je n'irais pas dans le sens de faire des achats mais de me promener alors.

I : Ok mais pourquoi vous le feriez moins dans le METAVERS ? Pourquoi vous ne le feriez pas dans le METAVERS mais dans le monde physique ?

R : Les sensations ne sont pas les mêmes.

I : C'est-à-dire ?

R : La perception des choses n'est pas là même.

I : Vous pouvez être plus précis ?

R : Dans le METAVERS, ça ne reste que du visuel et de l'audition. Tu ne peux que voir et écouter alors que dans un magasin tu vois, t'écoutes, tu sens et les ressentis sont différents aussi quand tu es face à une vraie personne.

I : Ok. Donc pour vous c'est tout ce qui est ressenti et contact social ?

R : Oui, contact humain, contact social, exactement.

I : C'est une des raisons pour laquelle vous feriez plus vos achats dans un magasin physique que dans le METAVERS alors ?

R : Bien sûr. Parce qu'on ne sait jamais ce qui peut se passer dans le réel. L'algorithme est tellement imprévisible que tout est possible.

I : Et dans le METAVERS non ?

R : Dans le METAVERS aussi mais ce n'est pas dans la même dimension disons. C'est presque normal que tout puisse se passer, que des gens n'aient pas de limites et n'aient pas peur d'avoir des conséquences physiques qu'ils pourraient avoir dans le réel. Donc les comportements sont différents, les gens se lâchent, ils n'ont pas peur de dire ce qu'ils pensent même si c'est extrémiste ou peu importe ce que s'est.

I : Et ça c'est mieux ou c'est pire ?

R : Pour chaque individu en soit c'est peut-être mieux mais pour la société générale c'est pire.

I : Ok. Et donc vous avez dit que c'était plus rapide d'acheter en ligne que sur le METAVERS parce qu'il faut flâner etc...

R : C'est ça. Dans le même sens que dans le réel sauf que tu n'as pas ce contact humain, social et ces codes qu'il y a dans la réalité.

I : Ok. Et en quoi est-ce pareil et/ou différent le METAVERS, des achats en lignes de la première vidéo que vous avez visionnée ?

R : Disons que les achats en ligne c'est plus formel dans le sens ou c'est par catégories. Et donc tu cherches par catégories, tu peux chercher globalement aussi mais personnellement je cherche par catégorie donc c'est plus formel. Je vais chercher un produit directement alors que dans le METAVERS c'est plus comme une promenade et tu flânes dans les rayons.

I : Et donc ça vous embête ?

R : Ça m'embête car je pourrais consacrer mon temps à quelque chose de plus productif, qui m'apporte plus.

I : Ok. Et vous avez dit aussi que vos achats en physique, c'était la même chose que le METAVERS, on va dire, plus ou moins, sauf que là, il y avait le contact physique, tout ce qui est ressenti etc... Mais vous ne devez pas vous déplacer d'un point A à un point B, vous pouvez peut-être rester moins longtemps dans la piscine et d'autres choses comme ça.

R : Bien sûr mais je ne le fais pas... Si je vais faire les magasins en physique, ce n'est pas forcément pour aller chercher une pièce spécifique. C'est plutôt pour juste me promener, me donner des idées, voir de belles couleurs, de belles matières.

I : Et ça, vous ne le ferez pas sur le METAVERS ?

R : Mais comment je peux toucher ces matières ? Je n'ai pas de ressenti de la chose. Je sais le faire via mon ordinateur donc je peux le voir mais je n'ai pas de ressenti physique quant à l'élasticité du produit, à la qualité. Par exemple, je peux toucher les coutures, voir comment elles sont faites, voir comment la finition des coutures est faite, voir comment les finitions du produit sont faites quand je vais dans le réel. Et quand j'y vais, ce n'est pas forcément pour acheter, mais juste pour regarder les produits, comparer les produits, voir de beaux produits, voir de moins beaux produits pour savoir lesquels sont les plus beaux. Alors que dans le METAVERS je n'ai pas ce ressenti physique des produits disons.

I : Ok. Et si vous aviez le choix, sur quel site de Gucci iriez-vous ? Et pourquoi ?

R : Le site internet. Parce qu'il est classé par catégories. Disons que j'ai besoin d'un sac, parce que je me suis promené d'abord dans un magasin Gucci, et que j'ai vu un très beau sac et qu'il m'est resté dans la tête pendant un certain temps, et disons que ce jour-ci j'ai décidé de l'acheter. Je vais tout de suite aller sur le site internet, je vais sélectionner le sac, l'ajouter à mon panier, le commander et l'acheter tout de suite sans regarder d'autres produits.

I : Et justement, pour découvrir le sac, vous ne le feriez pas sur le METAVERS ?

R : Non parce que si je veux un produit, c'est que je l'ai déjà vu quelque part en réel sans l'avoir vraiment voulu quand je l'ai vu.

I : Ok. Donc quand vous vous promenez, il n'y a pas de but tandis que dans le METAVERS, pour vous il y aurait eu un but.

R : C'est ça oui. C'est différent. Je ne vais pas prendre de plaisir à me promener dans le METAVERS. Je ne vais pas croiser de gens. Disons que si je me promène dans la rue entre deux magasins, je vais voir quelqu'un trébucher ou quoi et par exemple ça va me faire rire. Ou bien je vais voir un SDF, je vais le saluer. Il y aura des interactions, il y aura des choses « spécifiques » au code de la réalité.

I : Ok. Je vois. Et maintenant quelle expérience vous a paru la plus intéressante et pourquoi ?

R : Des 2 vidéos ?

I : Oui.

R : Je ne saurais pas en sortir une en particulier mais si je devais en sortir une, peut-être le METAVERS parce que c'est nouveau. Et que pour certaines personnes qui seraient dans l'incapacité de se déplacer ou de se rendre dans un magasin physique, c'est peut-être une bonne solution pour donner accès à tout le monde à « l'essayage » de produits.

I : Ok. Est-ce que c'est important pour des marques telles que Gucci d'être présentes sur le METAVERS ?

R : Important oui, quand même. Parce que disons qu'une bonne partie du public cible de Gucci est quand même intéressée par les nouvelles technologies vu qu'il y a quand même un billet à se faire. D'être présent sur cette scène-là, c'est intéressant pour eux oui.

I : Parce que son public est déjà sur le METAVERS ?

R : Non parce qu'une bonne partie de son public est quand même intéressée par les nouvelles technologies, par l'intelligence artificielle donc par le METAVERS oui.

I : Mais pourquoi celui de Gucci précisément ?

R : Pas forcément celui de Gucci mais ceux qui sont capables de s'acheter des trucs de luxe, ils sont intéressés en général par comment on peut se faire de l'argent. Je le conçois comme ça. Après tu as des gens qui sont défavorisés qui vont s'acheter des trucs Gucci mais je ne sais pas s'ils en ont quelque chose à faire du METAVERS.

I : Ok. Et pour d'autres types de marques ? Qu'est-ce que vous en pensez ? Est-ce que c'est intéressant pour elles ou non ?

R : D'être sur le METAVERS ?

I : Oui.

R : Dans un premier temps non parce que justement les personnes qui ont plus de difficultés à se déplacer, c'est en majorité les personnes âgées. Et sans mentir les personnes âgées actuelles ne sont pas capables de trainer sur le METAVERS. La prochaine génération de personnes âgées, je ne pense pas non plus. Genre mes parents, vos parents, je ne pense pas qu'ils soient capables d'aller sur le METAVERS et de commencer à faire leurs courses. Je pense que ça risque d'être compliqué. Donc se positionner aujourd'hui c'est un peu tôt mais c'est peut-être le bon moment parce que c'est tôt et justement ça permet de faire des erreurs quand ce n'est pas grave en soi. Et d'être prêt quand notre génération et ceux qui sont un peu plus vieux que nous, ceux qui sont capables d'utiliser le METAVERS, puissent l'utiliser quand ils ne sont plus capables de se rendre dans les magasins physiques.

I : Donc c'est bien de commencer dès maintenant, on va dire, et pour toutes les marques ?

R : Ça serait intéressant oui.

I : Pour toutes les marques ? Pour n'importe quels produits ? Est-ce que c'est autant intéressant pour, par exemple, un vêtement, une voiture, un Dominos Pizza ?

R : Je ne sais pas. Une brosse à dent, du dentifrice, je pense que tu en as rien à faire de le concevoir, conceptualiser avant de l'acheter. Je ne sais pas. Quelque chose de fonctionnel, quand il a une fonction comme une voiture, ça sert à rouler. Est-ce que de le voir avant, de voir si c'est beau, s'il correspond... ? Tu ne l'as pas essayé, tu as beau l'avoir vu sur le METAVERS avant, tu ne l'as pas essayé avant le produit. Donc tu n'as pas de réelle sensation. Tu vas le commander après l'avoir vu sur le METAVERS en te disant : « oui il est super beau. » Tu vas l'avoir en réel et tu vas te faire : « Ça roule comme de la m*** ».

I : Ok. Et donc ce n'est pas pour tous les produits ? C'est plus pour des produits qui n'ont pas vraiment de fonction ? Tels que les habits ? Mais bon les habits ont une fonction ? C'est de tenir chaud on va dire.

R : C'est ça mais est-ce que sur le METAVERS, tu as les tickets de caisse avec la qualité, la matière du produit ? Il est indiqué qu'il est 100% laine, 100% coton, ... Est-ce que tu sais le voir ? Est-ce qu'il est inscrit ? Parce que tout ça en soi, tu ne sais tout ça que quand tu es dans un magasin physique, tu sais que pour voir de quelle matière le produit est fait, tu regardes sur l'étiquette du produit. Et sur les sites internet, tu descends en dessous du produit et qu'il y a toujours une description du produit. Et sur le METAVERS, sans mentir, je ne m'y promène jamais donc je n'ai pas d'idée de comment il peut être affiché. Si tu dois te débrouiller à chercher l'étiquette dans le t-shirt, à jouer avec ou quoi.

I : Ok. Et vous, il vous faudrait un truc rapide ou justement ou faut chercher l'étiquette se serait mieux ?

R : Un truc rapide, ça serait l'idéal.

I : Ok et donc pour d'autres types de marques tel que Dominos ? Donc on va dire plutôt service que marque. Ce serait bien d'être présents dans le METAVERS ?

R : Je ne pense pas parce qu'en soi ça reste de la consommation. Tu le commandes, tu le consommes et c'est fini. Après tu l'expulses X heures après. Je ne sais pas si tu as besoin de le concevoir et de le conceptualiser sur le METavers avant en soi.

I : Ok. Que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METavers ?

R : Elles se préparent à l'avenir, elles se préparent à ce que notre génération... Enfin en soit aujourd'hui, ça n'a pas encore un impact réel, mais plus on avancera, plus ça aura une importance dans nos vies et un impact plus considérable.

I : Ok et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METavers ?

R : Craintif un peu quand même.

I : Pour quelles raisons ?

R : Parce que comme je l'ai dit tantôt s'il est assimilé...

I : Oui, au big business Américain ?

R : Et bien ça pourrait être problématique pour l'être humain je pense. Déjà d'un point de vue social, ça nous diviserait encore plus qu'on ne l'est actuellement.

I : Pour quelles raisons ?

R : Pour quelles raisons ? Parce que, disons que dans le passé, les réseaux sociaux c'était le café du coin, c'était l'Eglise, c'était quand les gens se retrouvaient, tu vois. C'était des rassemblements. Dis-moi maintenant quand est-ce qu'on se rassemble ? Quand est-ce qu'on va à l'église ? Quand est-ce qu'on se rejoint plus que notre groupe de copain ? Notre petit cercle fermé entre nous ? Quand est-ce qu'on rejoint tout un groupe de personnes à part pour aller à l'école ? Et même l'école te forme juste pour aller au travail. Après au travail, tu es encore dans un petit cercle, tu n'as plus des rassemblements ou il y a des gens que tu n'aimes pas, des gens que tu t'en fou ou quoi. On est dans une individualisation de la société.

I : Ok, j'ai compris. Donc pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que le METavers, ça peut être bien de le développer actuellement pour les générations futures on va dire, qui seront en incapacité de ...

R : Oui c'est ça. Ça peut-être bien si c'est tourné sur l'Homme et si ce n'est pas tourné vers la société tout simplement.

I : Ok. Donc ça doit être vraiment pour une utilité, pour répondre à un besoin de certaines personnes.

R : C'est ça exactement.

I : Et pas pour se faire juste de l'argent on va dire.

R : Exactement.

I : Et justement qu'à cause du fait de se mettre avec des grandes sociétés etc, ça peut détourner l'Homme et régresser l'Homme d'un point de vue des contacts sociaux, d'un point de vue argent ...

R : Régresser l'homme tout simplement. Exactement ça oui.

I : Et la différence avec les sites en ligne, c'est que les sites en ligne c'est plus rapide et que vous n'achetez que ce qu'il vous faut. Tandis que de ce point de vue-là, le METAVERS ressemble plus au monde réel, physique où là vous devez aller acheter, flâner dans le magasin, chercher un peu. Et que vous préférez, quitte à choisir entre le METAVERS et les magasins physiques, vous préférez le monde physique parce que vous pouvez toucher, avoir des interactions du monde ordinaire que l'on ne pourrait pas voir sur le METAVERS.

R : Exactement.

I : Tel un homme qui glisse sur une peau de banane ou quelqu'un qui insulte quelqu'un d'autre.

R : Exactement.

I : Il y a plus de choses non prévues que sur le METAVERS. Même si le METAVERS, on vous montre des choses qui n'existent pas dans le monde physique, vous vous dites qu'il faut préférer le monde physique avec ses simples paysages qui sont tout aussi radieux.

R : Oui et ce sont des constructions aussi gargantuesques qu'incroyables.

I : D'ailleurs vous n'aimeriez pas voir des choses que vous n'auriez jamais vues grâce au METAVERS par exemple ?

R : Il y a déjà tellement de choses réelles que je n'ai pas encore vues avant de commencer le METAVERS je pense.

I : Ok. Et vu que vous n'avez pas les sensations, c'est pour ça aussi que vous préférez le monde physique, pour sentir les odeurs, le vent, ...

R : C'est ça. Avoir froid, avoir chaud. C'est ça. Avoir faim.

I : Ok mais que c'est bien d'être développé mais à condition que ce soit pour l'Homme et pas pour la société en générale. Et c'est intéressant mais pas pour tous les types de produits non plus. Il faudrait des produits pas trop basiques, mais pas trop spécifiques comme une voiture ou un dentifrice. Et pour les services, ce n'est pas utile.

R : Ça peut être une aide à l'achat ou à la consultation. Mais ça ne doit pas être l'élément de l'achat ou de la procuration de la chose.

I : Tu peux réexpliquer ?

R : Le METAVERS ne doit pas être le seul facteur qui fait que tu achètes le produit par exemple. Ça doit être une aide au choix par exemple. Tu vois ?

I : Donc en plus d'en ligne ou en réel.

R : Je pense, oui. Ça doit être un complément quoi.

I : Ok. Donc on va dire que se trimballer dans le METAVERS et voir un sac, ça ne doit pas être ça qui fait qu'on achète le sac qu'on a vu dans le METAVERS par le METAVERS. Il faut aller sur d'autres plateformes.

R : C'est ça, il faut se faire d'autres avis.

I : Ok. Et les autres avis, vous pouvez faire ça avec les autres personnes qui sont présentes sur le METAVERS ?

R : Oui, oui bien sûr. Je voulais dire d'autres avis dans le sens d'autres sacs. Mais tu peux aller voir d'autres sacs dans le METAVERS mais encore une fois tu n'as pas ce ressenti réel de la matière. Par exemple, tu as des cuirs lisses, qui sont lissés, des cuirs qui ont une texture et tu as des cuirs qui sont granuleux. Et dans le METAVERS, tu peux le voir mais tu ne peux pas toucher tout ça. Tu ne peux pas le ressentir. Encore une fois c'est la description mais s'il n'est pas inscrit que c'est en cuir, tu ne sais pas forcément le sentir, voir ce que c'est encore, il marque que c'est du cuir et qu'après tu reçois le produit et que tu te rends compte que c'est du simili.

I : Et si par exemple là, grâce à la technologie, je peux le voir, le toucher ?

R : Ça serait incroyable mais je pense que là que le monde réel n'aura plus de réel intérêt parce qu'en soi, on fonctionne comme des ordinateurs aussi en soi. Donc, si tout est possible sur ordinateur, le ressenti, on se rapprocherait dangereusement du monde réel et est-ce qu'on aurait la conscience d'être dans une simulation ou d'être dans la réalité dans le moment présent ? Est-ce que la distinction sera encore claire ?

I : Ça va devenir dangereux pour vous ?

R : S'il n'y a plus de distinction, ça peut être dangereux.

I : Alors pourriez-vous me confirmer que le résumé est bien correct ?

R : Il est bien correct oui.

I : Souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Juste un moment vous avez dit société...

I : Oui ?

R : Et ce n'était pas société, c'était système. Parce que la société... Ce ne sont pas les gens en soi le problème mais le système dans lequel les gens sont. Il y a juste ça, sinon le résumé était très bon.

I : Ok. Et souhaiteriez-vous apporter des précisions ?

R : Non, c'était complet.

I : Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non.

I : Aimeriez-vous rajouter quelques choses ?

R : Non.

I : Alors pourriez-vous partager des informations vous concernant ? Profession, âge, hobby et c'est anonyme.

R : J'ai 23 ans et je suis étudiant en psychologie. Je fais du foot et je lis.

I : Merci d'avoir accepté de participer à cet entretien, notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : À vous aussi. Au revoir.

3.13. Interview 13 (Jade, 23 ans) :

Interviewer : Bonjour, je m'appelle Anthony Hennekens, je suis actuellement étudiant en dernière année d'ingénieur de gestion à L'UCLouvain FUCaM Mons. Dans cet entretien, je vais m'intéresser aux technologies de vente au détail. Tout d'abord, je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accordez à cette entrevue et pour l'aide précieuse que vous m'apportez dans mes recherches. Durant notre discussion, je vous encourage à répondre spontanément et à exprimer vos impressions, opinions et pensées en toute transparence. Afin de capturer les informations, avec votre permission, je souhaiterais enregistrer notre conversation à l'aide de mon téléphone. Je tiens à vous assurer que toutes les données recueillies seront anonymes et exclusivement utilisées à des fins scientifiques. Avez-vous compris et êtes-vous d'accord de participer ?

Répondant 13 : Oui, je suis d'accord.

I : Je souhaite que tout soit clair pour vous concernant le déroulement de l'entretien, avez-vous des questions avant de commencer ?

R : Non.

I : Alors, est-ce que votre journée s'est bien passée ?

R : Oui, elle est toujours en cours, mais elle se passe bien.

I : Alors qu'est-ce que vous avez fait aujourd'hui ?

R : Je suis allée faire des courses. J'ai mangé des frites. Et voilà, j'ai postulé pour des stages.

I : Et vous avez dit que vous avez fait les courses, vous avez fait quel genre de courses ? Si ce n'est pas indiscret.

R : Les courses pour la semaine.

I : Des courses alimentaires ?

R : Oui des courses alimentaires.

I : Ça pouvait être d'autres choses, telles que du shopping.

R : Non, non, non.

I : Comment se passe une de vos journées type ?

R : Ici, pour le moment, c'est un peu plus calme, vu que je n'ai pas cours et que je ne travaille pas. Souvent je me lève vers 8h et je me prépare tranquillement, puis je vais au sport. Jusque souvent 13 h, avec le temps de faire la route, je suis plus ou moins chez moi vers 14h00. Et puis l'après-midi, ça dépend un petit peu du temps, et cetera. Soit, je vais promener avec le chien, soit j'étudie, soit je fais plus une activité loisir, regarder la télé, peindre, lire et cetera. Et en soirée, c'est aussi en général tranquille chez moi.

I : OK. Et est-ce que la journée que vous avez décrite est représentative de toutes vos activités ?

R : Ah oui, je pense.

I : Ok, vous pouvez me dire ce que vous faites pour vos loisirs ? Vous avez dit peindre, télé ?

R : Lire, du sport, aller promener, cuisiner parfois.

I : Ok. Donc ça c'est vos journées, on va dire pour l'instant, mais est-ce que toutes vos journées étaient comme ça auparavant ou non ?

R : Non, pas du tout. Il n'y a pas longtemps, la plupart du temps sur ma journée, je travaillais, j'allais en cours, j'étudiais et je n'avais pas de temps libre.

I : Ok. Et vous arrive-t-il de vous connecter sur Internet ?

R : Oui.

I : À quelle fréquence et pourquoi ?

R : Tous les jours. En général, quand je me connecte, c'est pour répondre à un message. Et puis souvent, après avoir répondu, je vais un petit peu sur Facebook, Instagram, mais sans réelle raison.

I : Ok et donc la question suivante était : vous arrive-t-il de vous connecter sur les réseaux sociaux ? À quelle fréquence et pourquoi ?

R : Donc là, je répète la même chose en fait ?

I : Là oui, à peu près.

R : Donc oui, je vais souvent sûr... Le plus souvent sûr Facebook et Instagram. Et la raison, c'est pour répondre à des messages. Et parfois je passe plus de temps pour regarder des petites vidéos là, ou des stories ou juste pour scroller.

I : Ok. Vous arrive-t-il de vous connecter pour faire des achats en ligne ?

R : Ça arrive aussi.

I : À quelle fréquence et pourquoi, pour quelles raisons ?

R : Pour Noël déjà, pour les cadeaux. Sinon, de temps en temps, mais c'est assez rare maintenant, mais pour des vêtements.

I : Donc c'est vraiment pour des événements bien précis que vous allez sur internet pour faire vos achats en ligne en tout cas ? Comme Noël ou les anniversaires ou je ne sais pas ?

R : Oui par exemple, ou parfois juste comme ça pour moi, j'aimerais bien acheter un livre et il n'est pas au magasin tout près. Je vais le commander, ça va plus vite. Donc voilà.

I : Ok. Donc c'est une question de rapidité ?

R : Oui, voilà, oui.

I : Mais est-ce que ce n'est pas plus rapide d'aller directement au magasin et de l'avoir directement plutôt que d'attendre chez soi ?

R : Ah mais parfois il faut commander aussi au magasin parce qu'ils ne l'ont pas donc... En général sur Amazon ou quoi, en deux jours il est là.

I : Ok. Vous arrive-t-il de vous connecter pour jouer à des jeux vidéo ?

R : Non.

I : Pourquoi ?

R : Mais c'est toujours avec Internet là en fait ?

I : Oui.

R : Non.

I : Pourquoi vous ne jouez pas ?

R : Parce que ce n'est pas mon truc quoi.

I : Ok. Vous considérez-vous comme étant une personne connectée ?

R : Maintenant que j'ai plus de temps, oui quand même.

I : Et donc pour vous connecter, c'est une question de temps ?

R : Oui parce que vu que j'ai plus le temps, j'ai plus de temps pour moi, et cetera. Je vais plus vite aller sur mon téléphone, sur mon PC, et cetera. Je vais plus vite me connecter que si je suis super occupée. Je n'aurais pas le temps et ce n'est pas ma priorité.

I : Ok. Alors pouvez-vous me raconter votre dernière expérience d'achat en ligne ? Qu'est-ce que vous avez aimé ou n'avez pas aimé ?

R : Je réfléchis à ce que j'ai acheté.

I : Et pourquoi vous avez acheté en ligne ?

R : La dernière fois que j'ai acheté quelque chose en ligne, c'était pour Noël. Mais je ne sais pas ce que vous voulez savoir, en fait.

I : Qu'est-ce que c'était ? Pourquoi vous l'avez acheté en ligne ? Et qu'est-ce que vous avez bien aimé ou n'avez pas aimé dans le fait de l'acheter en ligne ?

R : J'ai acheté un livre et un... J'ai acheté plusieurs choses, plus ou moins au même moment. J'avais acheté un sac de sport, j'avais acheté un jeu de cartes et un livre. Et c'est déjà tous des achats qu'il n'y avait pas en magasin près de chez moi. Il n'y avait pas autant de choix par exemple aussi pour le sac de sport. Et c'est pour ça d'ailleurs que je les ai achetés en ligne. Et puis ils arrivaient assez vite. Pour que ce soit à temps pour les fêtes. Donc c'était une belle expérience.

I : Ok. Et donc ça veut dire que vous vérifiez ou vous checkez, en tout cas les sites en ligne des magasins proches de chez vous, avant d'acheter en ligne.

R : Ah, je ne check pas. Je sais quels genres de magasins il y a près de chez moi. Et je sais bien que je ne trouverais pas tout non plus. Vu qu'ici il n'y a pas forcément énormément de choix non plus. Par exemple, le sac de sport, à part aller chez Sport Direct à 20 minutes. Si je ne trouve rien là, il n'y aura nulle part d'autre.

I : Ok. C'est vraiment, parce que... On va dire, parce que c'est assez contraignant pour la route quoi. Et que le choix n'est pas aussi large.

R : Oui, voilà.

I : OK. Vous avez acheté tous les produits sur le même site ?

R : Ah non. J'ai acheté le sac de sport sur Adidas. Et les autres, c'était sur Amazon.

I : Ok. Allez-vous souvent sur internet pour réaliser vos achats ? Vous avez dit de temps en temps ?

R : Oui c'est ça.

I : Quels facteurs influencent-ils votre choix de faire vos achats en ligne ?

R : La rapidité déjà. Avec la livraison et cetera. Si c'est dans la semaine en général. Je sais que je vais gagner du temps.

I : Mais la rapidité en temps perdu en fait ? Le temps perdu non ? Parce que la rapidité, c'est peut-être plus rapide d'aller en voiture directement et d'aller chercher le sac par exemple.

R : Par exemple le sac de sport, oui j'aurais peut-être trouvé, mais sur Liège quoi. Finalement, j'aurais perdu plus de temps sur la route, enfin j'aurais dû prendre une après-midi ou quoi, pour aller jusque Liège. J'aurais dépensé plus d'argent pour la route. Que là, je savais qu'en deux, trois jours il allait arriver chez moi directement. Ça, j'avais regardé, il était mis que dans les cinq jours il allait être livré. Et le choix, oui.

I : D'autres facteurs ? Des avantages ou des inconvénients ?

R : L'inconvénient, c'est justement que c'est parfois agréable de dire qu'on fait une journée shopping. Ce n'est pas la même chose quand tu fais de chez toi sur ton écran.

I : Qu'est-ce qui change ?

R : Le côté humain, tu ne vois personne. Puis quand tes affaires arrivent, c'est dans les cartons emballés, c'est-à-dire que tu ne les as pas regardés au magasin, tu n'as pas hésité, et cetera. Ce n'est pas, je ne sais pas, ce n'est pas la même ambiance. Donc ça, c'est un peu dommage. C'est pour ça que j'essaye de ne pas le faire trop, trop souvent non plus.

I : Ok, donc c'est genre une atmosphère qu'on n'a pas quand on fait ses achats en ligne ?

R : Oui voilà, ce n'est pas le même plaisir.

I : Ok, et donc juste voir des gens, par exemple des gens que vous connaissez ou que vous ne connaissez pas ?

R : Oui bah oui, c'est ça. Voir les deux. Autant passer une journée avec une pote que, voilà pour le lien social, voir des gens même qu'on ne connaît pas, avec qui on n'aura pas une grande conversation, ça c'est toujours... C'est mieux que de rester tout seul chez soi quoi.

I : Ok, donc pour vous c'est très important quand même le côté social ?

R : Oui.

I : Et donc, il y a aussi l'ambiance, l'atmosphère, le fait de voir visuellement, réellement et de toucher on va dire le produit ?

R : Oui. Parce que parfois, je n'ose pas trop, par exemple acheter quelque chose en ligne. Parce que oui, après je me dis, ça va être contraignant de devoir le renvoyer, si par exemple le vêtement est trop petit, si ça ne va pas... Que là, c'est quand même un avantage quand tu vas sur place.

I : Ok. Il y a d'autres avantages ou inconvénients ?

R : Comme ça, non. Je n'en vois pas.

I : Alors quels sont vos critères de choix pour l'endroit où vous effectuez vos achats ? On va dire pourquoi vous choisissez tel site en ligne ou pourquoi tel magasin ?

R : La qualité, déjà. Par exemple Shein. Je ne sais pas si vous connaissez ?

I : Oui, oui.

R : Shein ou Temu, je n'aimerais pas commander dessus parce que ça n'a pas une très bonne réputation, niveau qualité. Tu ne sais pas trop non plus comment tu vas recevoir tes affaires. Si ça correspond réellement à la photo. Donc quand même des sites qui ont une assez bonne réputation officielle. Par exemple, là j'avais acheté le sac de sport sur Adidas directement. Je savais que ça allait bien se passer, qu'il n'y allait avoir aucun problème.

I : Mais comment vous le saviez ?

R : Je ne sais pas. Comme c'est la marque. Je ne sais pas, t'achète directement sur la marque Adidas, tu te dis que c'est officiel et donc fiable que si tu achètes sur un site chinois que personne ne connaît.

I : On va dire, c'est la réputation de de la marque, de l'enseigne qui influence ?

R : Oui, voilà.

I : La qualité. Il y a d'autres facteurs ?

R : La rapidité. Par exemple, j'achète souvent sur Amazon parce que je sais bien que Amazon c'est très, très rapide. Donc oui, la qualité, le temps et le choix, oui. Quand je sais que c'est un site, par exemple Amazon aussi, j'aurais pas mal de choix si je cherche, je ne sais pas, on va dire comme ça une tasse. Il y aura des milliers de tasses. Je ne saurais même pas laquelle choisir.

I : Ok. Alors, à quelle marque en ligne pensez-vous et que pensez-vous à propos de celle-ci ? Ça peut être une ou plusieurs. Ce n'est pas obligatoire d'être uniquement en ligne la marque.

R : Donc n'importe quoi ?

I : Tant que c'est une marque qui existe en ligne, c'est bon.

R : Par exemple, la marque ONLY de vêtements.

I : Ok.

R : C'est une marque où j'achète assez souvent. C'est sympa dans ce qu'ils proposent dans les vêtements. Maintenant, peut-être pas toujours de super bonne qualité... La plupart du temps,

j'achète en magasin parce qu'on en a assez bien en Belgique, il y en a un peu partout donc, voilà. Mais je sais qu'ils ont aussi un site Internet ou tu sais commander.

I : Donc vous préférez faire vos achats en physique plutôt qu'en ligne ?

R : Pour cette marque-là, oui par exemple. Parce que je sais qu'il y en a beaucoup en Belgique. Dans toutes les villes, je vais retrouver la marque.

I : Alors, connaissez-vous des actions de marque en ligne ou avez-vous des idées d'actions de marque en ligne ?

R : Des actions de marque en ligne comme quoi ? Enfin, je ne comprends pas.

I : Par exemple le Black Friday, des fois des promotions. Il y a plein de trucs. Ce n'est pas obligé que des promotions, ça peut être d'autres choses mais... je ne vais pas vous le dire quoi.

R : Oui, par exemple... Je ne sais pas si ça compte, mais tout ce qui est Vanden Borre, Krefel et cetera. Mais souvent, justement, là, ils font souvent des promos, entre autres pour les Blacks Fridays ou souvent, ça vaut vraiment la peine.

I : Et par exemple, quand ils font ces promotions-là ? Vous achetez plus souvent ou vous êtes plus tentée ou je ne sais pas ?

R : Oui. Oui quand même parce que je me dis : c'est le moment d'acheter. Il y a une grosse promo donc j'achèterais plus vite à cette période-là. Même parfois à me dire : aller on est au mois de juin, je vais attendre un peu le mois de juillet pour les soldes.

I : Ok. Et donc vous vous tenez au courant de quand arrivent ces Blacks Fridays ou vous le savez ? Ou je ne sais pas... Comment vous faites ?

R : Ah oui, en général, je sais quand on arrive plus ou moins à la période des Blacks Fridays. Je vais voir exactement quel week-end c'est. Et je vais soit en magasin voir ce qu'ils ont en promos, regarder un petit peu sur les sites. Donc en général, oui, j'achète plus à cette période-là, et je me tiens au courant de la date exacte, et cetera.

I : Ok. Donc maintenant, je vais vous montrer des petites photos.

R : D'accord.

I : Faut juste regarder les photos et puis on en discutera. Vous voyez bien ?

R : Oui, oui.

I : Ça va.

R : Là par contre, je ne vois pas ce qu'il est mis exactement. Mais je suppose que c'est la fin du site.

I : Oui c'est là où on a les informations sur le site en lui-même ou sur la société. Ou on peut poser nos questions également, trouver les boutiques ou s'inscrire.

R : Oui enfin je ne sais pas trop ce que je dois regarder. Donc je regarde comme ça.

I : Oui, oui, il faut juste regarder comme ça.

///Guccy site en ligne ///

I : Voilà. Alors, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : C'était la page internet du site Gucci.

I : Oui. Qu'est-ce que vous avez vu en partie comme ça ?

R : On voyait leurs articles qu'on pouvait acheter ou plus vraiment une photo pour mettre en valeur. Il y avait les informations avec les différentes rubriques aussi. Les informations pour les contacter, retrouver les magasins et cetera.

I : Ok, et qu'est-ce que vous avez aimé ou n'avez pas aimé ?

R : Ce que j'ai aimé, c'est que je trouvais que ça faisait classe, c'était épuré comme site Internet. Donc ça montre bien que ... Il renvoi bien leur image de marque de luxe en fait à travers leur site internet.

I : Et ça, c'est grâce à quoi ? C'est parce que c'est épuré, c'est comme ça ?

R : Oui, je trouve. C'est épuré, ça fait classe.

I : Ok. Et donc à travers leur site internet, ils transmettent leur image de marque de luxe on va dire ?

R : Je trouve, quand même. Puis par rapport aux photos qu'ils avaient prises, je trouve aussi que ça fait.

I : Ah ok. Donc il n'y a pas que le design du site ? Il y a aussi le choix des photos, et cetera ?

R : Oui voilà, c'est un tout. Les couleurs qu'ils ont choisies, le design, les photos qu'ils ont prises, ça renvoyait bien l'image de la marque je trouve.

I : Ok. Il y a d'autres choses que vous avez aimées ou n'avez pas aimées ?

R : Le site comme ça avait l'air clair. On ne peut pas dire qu'il faut chercher pendant des minutes si tu veux une jupe. Ça avait l'air simple. Voilà, c'était épuré, simple, ça allait droit au but en même temps.

I : Ok. Alors, est-ce que c'est représentatif des expériences d'achat en ligne ?

R : Moi je trouve quand même qu'il y a beaucoup de sites... Surtout les sites de vêtements ou quoi, ils sont souvent... C'est plus ou moins un peu tous la même chose. Tu vas ouvrir le site et tu vas voir un peu l'image, l'ambiance que la marque veut renvoyer. Mais par exemple, bon là je n'ai pas trop d'idées en tête mais si... Une marque de maquillage, Benefit, si je m'en rappelle bien, si tu vas sur le site, ça va être beaucoup plus coloré, et cetera. Mais ça va un peu avec l'image de la marque et après pour le reste, c'est aussi en général clair, simple. C'est quand même rare quand des sites soient très mal faits je trouve. Pour l'achat en ligne, surtout actuellement.

I : Ok, et ça dépend que de l'image de la marque ou d'autres choses ? Le site, il change en fonction de l'image de la marque ?

R : Non, je ne pense pas. Déjà ça dépend si c'est un site vraiment d'une marque en particulier, comme avec Gucci là maintenant. Ou si c'est Temu, Zalando ou Amazon ou ça reprend plein de marques en même temps.

I : Et la différence, elle est ... Il y a des différences ou pas ? Je ne sais pas.

R : Je pense qu'il y a tellement de choix sur ce genre de site, que ça va être peut-être un petit peu plus brouillon. Tu vas peut-être mettre plus de temps à te retrouver. Peut-être. Après je ne sais pas, c'est juste une impression.

I : Ok. Et quand vous allez sur tel ou tel site, c'est parce que... ? Par exemple, à quel moment vous faites le choix d'aller sur Gucci ou sur Amazon pour aller chercher un habit Gucci on va dire ?

R : Déjà le prix. Parce que parfois c'est moins cher sur un des deux sites. Même si c'est, voilà ce n'est pas beaucoup. Je vais plus vite partir sur le site où l'article, si c'est le même article, est moins cher. Et puis je vais regarder un peu les livraisons, comment ça se passe... S'ils disent que c'est dans deux à cinq jours ouvrables sur Amazon et que sur le site Gucci, ils mettent qu'il faut compter une semaine. Je vais aller plus vite sur Amazon. Voilà. Oui, je pense que c'est ça. Le prix et le temps de livraison. Et le prix de livraison aussi. Parce que parfois, il faut compter en plus, je ne sais pas, je vais dire comme ça, sur Amazon alors que par exemple sur Gucci, la livraison était offerte.

I : Ok. Alors quel mot vous évoque le mot METAVERS ?

R : Là comme ça, je ne sais pas.

I : Connaissez-vous le mot METAVERS ?

R : Non.

I : Donc là je vais vous remonter des petites photos. Donc voilà, il faut juste regarder les photos et puis on en discute également.

R : Bah là je ne sais pas vraiment ce que je vais pouvoir expliquer de ce que je vois.

I : Pourquoi ? Vous ne voyez pas bien ?

R : Si, si. Je vois bien mais je ne sais pas trop ce que c'est quoi.

I : Ok.

/// photo METAVERS Gucci ///

I : Voilà. Donc, pouvez-vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Donc c'était une visite virtuelle, c'est ça ?

I : Oui.

R : Vous ne pouvez rien dire ?

I : Si mais je préfère que ce soit vous qui commenciez à décrire.

R : Ok. On aurait dit en tout cas une visite virtuelle d'une ville et d'un magasin.

I : Ok. Donc ça c'était le METAVERS de Gucci. Donc c'est pour donner une idée de ce que c'est un METAVERS. Donc vous diriez

R : On dirait un truc virtuel où ... Oui, où tu vois vraiment le magasin, comment il est virtuellement.

I : C'est à peu près ça en fait. Là, si je vous demande ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Vu que je n'en ai pas vu d'autres, je ne sais pas comparer. Ce que j'ai aimé, c'est que ça avait l'air vrai. Partiellement vrai, parce qu'il y a les gens et ça se voyait que c'était fake. Mais les photos avec le magasin, ça avait l'air réel et tu t'y crois. Tu as l'impression d'être dans le magasin. Tu sais te faire une idée de comment il est le magasin. Ça fait très réel, très réaliste, ça donne même envie d'aller voir quoi.

I : Ok, et ça vous aimez bien ?

R : Oui j'aime bien.

I : Il y a des choses que vous avez moins aimées ou bien aimées ?

R : La première image, je pense c'était un plan.

I : Oui. C'était une vue du haut, en fait.

R : Ah ok, une vue du haut. Ça aussi c'est clair. Ça donne aussi une idée de l'endroit comment il est agencé. Après, il n'y a pas vraiment de choses que je n'ai pas aimées, en fait.

I : Est-ce que c'est représentatif des achats en ligne ?

R : Non. Parce que je ne savais même pas ce que c'était avant et que je n'ai jamais vu ça. Donc, enfin je ne pense pas.

I : Ok. Maintenant je vais vous montrer une petite vidéo alors. Peut-être que ce sera plus clair, on va voir.

/// Vidéo METAVERS Gucci ///

I : Alors pour que vous me décrire ce que vous venez de voir ?

R : Du coup, on a vu la vidéo du METAVERS de Gucci. Où il explique un peu comment ça se passe, à quoi ça ressemble. Il montre quelques images.

I : Ok. Et là, qu'est-ce que vous avez aimé ou pas aimé ?

R : Justement, avec la vidéo, je vois un petit peu mieux parce que... Comment c'est. Mais par exemple j'avais dit avant, avec les photos, ça faisait assez réel, mais en fait quand on voit dans

la vidéo quand il bouge, mais en fait pas du tout. Tu as plus l'impression qu'ils jouent au Sims. Mais en fait je vois ce que c'est. Et en fait je vois ce que c'est, parce que ma cousine elle jouait à un truc comme ça. Mais c'est vrai qu'avant que je vois qu'elle joue, je ne connaissais pas du tout. Et oui, ça ressemble à un jeu vidéo. Je ne comprends pas vraiment le but mais... Tu peux te balader dans l'univers de Gucci. Et ça, je trouve ça quand même sympa. Pour ceux qui aiment vraiment bien la marque. Je ne sais pas, je trouve ça sympa comme concept.

I : Et vous le feriez pour une marque que vous aimez par exemple d'aller dans le METAVERS ? Regarder le magasin etc...

R : Pas vraiment. Moi ce n'est pas mon truc.

I : Et pourquoi ?

R : Parce que justement je préfère aller sur le site et avoir des choses, je ne sais pas, plus concrètes. Comme par exemple, on voit un article à vendre. Je ne sais pas, c'est plus concret, plus réaliste. Que se balader comme si je jouais à un jeu vidéo.

I : Ok. Et si maintenant on disait que sur le METAVERS, vous pouvez acheter ce que vous avez vu, on pouvait acheter des habits. Donc à la fin, on voit le bonhomme qui achète un bonnet ou un sac qu'il regardait. Et vous les recevez chez vous.

R : Je ne pense pas que je le ferais parce que c'est un peu ... Je ne sais pas. Comme si je n'osais pas. Parce que ... Comment expliquer ? En général quand j'achète quelque chose sur internet, j'y vais parce que je me dis que je dois acheter quelque chose ou alors je fais un peu mon shopping comme ça. Mais là, je serais plus dans une ambiance, je vais jouer à un jeu vidéo et pas acheter. Et puis, tu vas plus vite être tenté en disant : oui, c'est un jeu vidéo, je peux acheter. Et qu'en fait tu ne te rends pas compte que c'est autant et que c'est un mauvais achat parce que je ne sais pas. Tu es peut-être moins concentré que quand tu fais ton shopping normalement. Je ne sais pas si c'est clair ce que j'explique.

I : Oui, c'est par exemple, vu que c'est trop ludique, on va se faire « avoir » de ce côté-là et être poussé à la consommation ?

R : Oui je pense. Peut-être faire un achat que tu n'aurais peut-être pas fait en temps normal, oui.

I : Et après le reste, vous aviez dit quoi encore ? Vous aviez dit que ...

R : Avec moi quand je vais sur un site pour acheter quelque chose, souvent c'est que soit je dois vraiment acheter quelque chose, soit je recherche quelque chose. Ou alors que je me dis que je vais faire un tour comme si je faisais mon shopping mais en ligne. Alors que là, j'aurais plus l'impression que je me connecte que c'est pour jouer à un jeu vidéo, voir un peu l'univers Gucci et m'amuser dedans. Que de vraiment me dire : je vais acheter quelque chose alors que je suis en train de jouer.

I : Donc si tu allais dans le METAVERS, ça ne serait pas pour acheter mais plus pour découvrir et t'amuser ?

R : Oui voilà. Pour moi c'est plus ça.

I : Alors qu'est-ce que vous avez aimé et/ou pas aimé ? S'il y a d'autres choses...

R : Comme ça, juste visuellement, c'est un peu difficile à dire ce qu'on a aimé et pas aimé. Je pense justement que visuellement, il pourrait peut-être faire quelque chose un peu plus réaliste peut-être. Fin, en soi, je trouvais ça un peu moyen à ce niveau-là.

I : Ok. Et ça, c'est la vidéo qui vous a permis de découvrir...

R : Oui, oui.

I : Vous vous projetiez plus et vous compreniez plus avec la vidéo qu'avec les photos ?

R : Oui, oui. Ça oui.

I : Ok. Et en quoi est-ce pareil et/ou différentes des achats en ligne que vous avez effectués ? Vous avez déjà dit que le but n'était pas le même si vous alliez sur un site en ligne, ce serait pour acheter directement on va dire. Alors que là ce serait plus pour le côté ludique. Il y a d'autres ressemblances ou des différences ?

R : Après en soit le résultat, il est le même. Tu achètes quelque chose, ça arrive chez toi. Donc c'est ça que tu m'avais dit ?

I : Oui, oui.

R : Donc en soit, le résultat il est le même. Mais peut-être, j'ai l'impression que tu ferais plus vite tes achats, enfin vraiment que ça passerait plus vite le processus si tu vas sur le site directement. Que si tu commençais à te balader. Tu vas plus vite passer, je ne sais pas, 2h à te promener en même temps. Et ne pas aller là où tu dois aller. Par exemple, je vais acheter une jupe, bah sur le site, je vais directement dans la rubrique jupe et j'aurais toutes les jupes. Je fais mon choix, voilà. Que là, j'aurais plus tendance à me balader, me dire où je dois aller, puis voir d'autres choses.

I : Ok, et ça c'est un peu dérangent ? Pour la perte de temps quoi ?

R : Ça dépend des personnes je pense. Moi je pense que oui. Que sinon je me connecterais sur un jeu directement.

I : Et que vous feriez vos achats en physique plutôt que sur le METAVERS ?

R : Oui je préférerais.

I : Et pour quelles raisons ?

R : Pour tout ce que je viens de dire.

I : Mais en physique là. Pas en ligne. Genre vous iriez dans un vrai magasin.

R : Oui un peu. Pour la même chose qu'en ligne. Si j'achetais déjà chez Gucci. Mais bon ce n'est pas le cas. Je pense que tu n'as pas la même expérience, surtout chez Gucci. Vu que c'est un magasin de luxe, tu arrives là, je pense que tu es vraiment bien reçu. Et un peu pomponné par tous les vendeurs. Que oui, si tu vas sur le METAVERS, tu joues avec ton robot. Ce n'est clairement pas la même chose.

I : Ok. Et si vous aviez le choix, mais tu as déjà répondu, sur quel site de Gucci vous connecteriez-vous ? Et pourquoi ?

R : Donc soit le METAVERS ou soit le site en ligne ?

I : Oui. Peut-être les deux ou...

R : Le site en ligne du coup.

I : Pour quelles raisons ? Pour ce que vous avez déjà dit aussi ?

R : Oui. Pour tout je ... Je trouve que le site est même plus agréable donc je me dis, voilà c'est simple, c'est épuré, ça va droit au but. Que le METAVERS pas du tout j'ai l'impression. Donc déjà pour ça. Parce que je trouve que pour moi, mon confort, c'est ce que je préfère. Oui, puis la rapidité.

I : Est-ce que vous iriez sur le METAVERS par exemple pour une raison spécifique ? Que par exemple vous n'auriez pas trouvé sur le site en ligne ? Ou bien quoi qu'il se passe vous iriez sur le site en ligne à la place du METAVERS ?

R : Je pense que si j'allais sur le METAVERS, c'est plus par curiosité. Découvrir comment c'est fait. Promener un petit peu et imaginons je tombe sur quelque chose où j'ai un coup de cœur, là je le prendrais. Je pense que j'irais plus sans but et par curiosité pour découvrir un petit peu.

I : Ok. Alors quelle expérience vous a paru la plus intéressante et pourquoi ? Entre les photos et les vidéos du site en ligne et du METAVERS de Gucci ?

R : Plus intéressant car je ne connaissais pas vraiment : le METAVERS. Même pas du tout car quand tu m'as dit METAVERS, je me suis demandé ce que c'était. Voilà, parce que je ne connaissais pas et que je trouvais ça intéressant de découvrir ce que c'était et que ça existait et comment ça se passait. Ça j'aimais bien avec la vidéo. C'est ça que je trouvais intéressant.

I : Ok. Est-ce que c'est important pour des marques telles que Gucci d'être présentes sur le METAVERS ?

R : Je pense. Car moi c'était mon avis mais il y a sûrement des gens qui préfèrent acheter sur le METAVERS. Et c'est important aussi pour la concurrence qu'ils soient sur le METAVERS. Même ça leur fait une pub en plus.

I : Et pour d'autres types de marques ?

R : Je ne sais pas trop ce qu'il y a comme marques sur le METAVERS.

I : Par exemple pour Hyundai ou ce n'est pas le même type de produit. Est-ce que c'est intéressant ?

R : Oui, je pense que c'est intéressant pour toutes les marques.

I : Pour tous les produits et toutes les marques ?

R : Ça leur permet de développer un peu l'univers de la marque. Par exemple, Gucci, il y avait beaucoup de fleurs et tout parce que ça va avec la marque en même temps. Je ne sais pas comment il est celui de Hyundai mais ...

I : Mais par exemple, est-ce que vous pensez que grâce au METAVERS, ils peuvent montrer plus facilement leur univers ou accroître plus facilement la vision de leur univers ? Qu'ils ont plus facile de le faire à travers le METAVERS qu'à travers le site en ligne ou en réalité ?

R : Oui, je pense parce qu'ils sont beaucoup plus libres sur le METAVERS. Donc je pense qu'ils peuvent vraiment laisser aller leur créativité et faire un truc qui ressemble, je ne sais pas... Qui parle vraiment de la marque. Quoi que en réalité aussi. Les deux. Peut-être que sur le site internet, ils ont un peu plus de contraintes.

I : Quelles genre de contraintes ?

R : Sur le METAVERS, ça avait l'air beaucoup plus libre. Tu faisais un peu comme tu le voulais je pense.

I : Ok, oui.

R : Alors que pour une raison de clarté, il y a quand même certaines choses à respecter sur le site Internet.

I : Ok. Alors que pensez-vous des entreprises qui utilisent ou sont présentes sur le METAVERS ?

R : Ce que j'en pense, c'est que c'est intéressant pour eux. C'est un plus, oui, pour leurs publicités, pour développer leurs images. Peut-être qu'ils vont attirer d'autres personnes qui disaient avant qu'elles n'iraient jamais chez Gucci en voyant les magasins en physique. Et que là, ils seront plus tentés de découvrir un peu plus la marque en se baladant dans leur univers sur le METAVERS. Je pense que c'est un plus pour les marques qui sont dessus. C'est une manière aussi de développer son image de façon actuelle quand même.

I : Et de manière plus générale, quel est votre avis sur le développement du METAVERS ?

R : Même si moi ce n'est pas trop mon truc, je pense que c'est une question de goût aussi. Mais oui, je pense que c'était intéressant. Ça peut autant être juste un jeu comme ça pour quelqu'un qui veut faire ses achats. C'est intéressant en soi.

I : Ok. Au tout début de l'interview, vous disiez que le contact social était important pour vous. De manière générale, quel est votre avis sur le contact social dans le METAVERS ?

R : Je pense que tu sais quand même communiquer avec d'autres personnes. Tu ne sais pas envoyer des messages ou quoi ?

I : Oui.

R : Je ne sais plus, mais il me semble.

I : Oui, tu peux parler avec les autres avatars.

R : Pour moi, le contact social n'est quand même pas là. Parce que oui, même si tu envoies un message à quelqu'un que tu ne connais pas derrière ton écran, tu ne vas jamais avoir une longue discussion. Et il n'y a pas aussi ce côté humain que quand tu vas dans un magasin.

I : Ok. Donc pour clôturer et résumer cet entretien, vous pensez donc que vous allez sur les sites en ligne pour le large choix des produits et la rapidité. Vous faites votre choix en fonction de la qualité, de la réputation de la marque, de l'enseigne. Vous faites aussi un peu attention aux prix.

R : Oui.

I : Le METAVERS vous n'iriez pas dessus. Ce serait plus quelque chose par curiosité et là vous vous laisseriez peut-être tenté par un achat si vraiment quelque chose vous plait. Mais si pas vous iriez pour découvrir. Et c'est plus quelque chose pour accroître l'image de la marque et faire découvrir aux gens où ils veulent se positionner.

R : Oui c'est vraiment ça. Moi je n'irais peut-être pas dessus mais en soi je trouve que c'est une bonne chose quand même pour les gens qui aiment bien.

I : Ok. Mais on va dire que c'est plus lent, plus contraignant que les achats en ligne car on perdrait du temps. Et au final, vu que l'on perd du temps, autant aller dans un magasin pour avoir le contact humain et l'atmosphère aussi. Ainsi que le ressenti qu'on n'a pas dans le METAVERS.

R : Oui, oui.

I : Et qu'il y a un manque de réalisme. Et qu'un peu plus de réalisme serait le bienvenu dans le METAVERS afin de mieux se projeter ou un peu mieux ...

R : Oui c'est ça. Je pense que pour vraiment avoir une expérience Gucci, il faut aller en magasin.

I : Ok. Alors est-ce que tout ce que je viens de dire est correct ?

R : Oui. C'est vraiment ça.

I : Ok. Est-ce que vous souhaitez apporter des précisions ?

R : Bah comme j'allais dire, je pense que pour avoir une vraie expérience Gucci, il faut aller en magasin ou là on sera conseillé en même temps, on sera chouchouté. Où le magasin avec les décors etc renvoient aussi l'atmosphère de la marque. Même souvent le choix du bâtiment. Surtout Gucci, ce n'est pas non plus un bête bâtiment comme ça. Je pense. Je pense que pour vraiment vivre l'expérience où tu te dis j'ai le temps mais je vais quand même là pour faire des achats, il faut aller en magasin. Mais après c'est intéressant aussi.

I : Mais vous disiez qu'on pouvait se faire chouchouter et conseiller. Mais conseiller, on peut le faire aussi dans le METAVERS. La déco, on peut la voir aussi dans le METAVERS.

R : Je ne sais pas. Pour moi ce n'est quand même pas la même chose. Dans le METAVERS, tu as l'impression d'être plus dans un jeu vidéo.

I : Et ça c'est à cause de quoi ?

R : Je pense justement que c'est avec le réalisme et puis il y a la vue. Et pas seulement, c'est un tout quand tu vas quelque part. Tu le vis vraiment alors qu'avec le METAVERS, tu as une certaine distance parce que tu es derrière ton écran.

I : Ok. Et le fait de bouger son petit personnage avec la souris, ce n'est pas la même chose que de ressentir l'air frais.

R : Oui voilà. C'est ça.

I : Même des odeurs.

R : Oui parce que parfois, comme je dis chez Gucci je ne sais pas, mais dans certains magasins, ils mettent du parfum sur des vêtements ou quelque chose comme ça donc voilà. Rien que ça, c'est un plus.

I : Ok. Souhaiteriez-vous que nous discussions de certains sujets que vous estimez être importants et qui n'auraient pas été abordés dans le cadre de cet entretien ?

R : Non, je pense que c'était complet vos questions. Je pense qu'on a tout abordé.

I : Souhaiteriez-vous ajouter quelque chose ?

R : Non pas spécialement. On a fait le tour je pense.

I : Alors pourriez-vous partager des informations vous concernant ? Profession, âge, hobby et c'est anonyme.

R : D'accord. L'âge : 23 ans. Profession : étudiante. Et loisir comme j'avais dit avant.

I : Lire, promener le chien.

R : Lire, le sport, randonnée, regarder la télé, des séries, peindre. Voilà.

I : Merci d'avoir accepté de participer à cet entretien, notez que votre contribution nous sera très utile dans le cadre de l'avancement de mes recherches. Je vous souhaite une très bonne journée. Au revoir.

R : À vous aussi.

4. Annexe 4 : Questionnaire quantitatif

Bonjour,

Je m'appelle Anthony Hennekens et je suis étudiant en dernière année du cursus d'Ingénieur de gestion à l'UCLouvain FUCaM Mons. Dans le cadre de mon mémoire, je m'intéresse aux expériences dans le METAVERS (monde virtuel).

J'ai besoin de vous en tant que consommateur/utilisateur potentiel pour comprendre votre ressenti, vos opinions. Bien entendu, il n'y a ni bonne ni mauvaise réponse, ce qui m'intéresse c'est vraiment ce que vous pensez.

Si vous marquez votre accord pour participer, ce questionnaire sera totalement anonyme et les réponses seront utilisées uniquement à des fins scientifiques.

Je tiens à vous remercier sincèrement pour le temps que vous accorderez à ce questionnaire et pour l'aide précieuse que vous m'apporterez dans mes recherches.

Si vous avez des questions ou des interrogations, vous pouvez me contacter sur l'adresse mail suivante : anthony.hennekens@student.uclouvain.be. Je me ferais un plaisir d'y répondre.

Merci encore et bon questionnaire.

Anthony Hennekens

Question 1 :

- Acceptez-vous de participer à ce questionnaire ?
- Oui, je suis d'accord de participer à ce questionnaire.
- Non, je ne suis pas d'accord de participer à ce questionnaire.

Question 2 : Répondez-vous à ce questionnaire avec votre :

- GSM
- Ordinateur

Groupe 1 et 5 :

Imaginez que vous venez de vous connecter à une nouvelle plateforme de METAVERS. Vous êtes dans un METAVERS où votre **but** premier est d'éprouver du **plaisir** et de **vous amuser**. Vous n'avez donc **aucune obligation**, vous êtes dans ce METAVERS afin de vivre une expérience **agréable** et de passer un bon moment. La vidéo que vous allez voir va vous permettre d'expérimenter ce qui se passe dans ce METAVERS. Vous allez par exemple voir comment se déroule un achat dans le METAVERS dont le principe est que l'objet est ensuite livré chez vous dans les quelques jours.

Exemple : Un vêtement qui vous plaît. Essayez de vivre cette expérience comme si vous étiez connecté directement.

Lien : <https://youtu.be/cvOmPS32BKU>

Groupe 2 et 6

Imaginez que vous venez de vous connecter à une nouvelle plateforme de METAVERS. Vous êtes dans un METAVERS où votre **but** premier est d'éprouver du **plaisir** et de **vous amuser**. Vous n'avez donc **aucune obligation**, vous êtes dans ce METAVERS afin de vivre une expérience **agréable** et de passer un bon moment. La vidéo que vous allez voir va vous permettre d'expérimenter ce qui se passe dans ce METAVERS. Vous allez par exemple voir comment se déroule un achat dans le METAVERS dont le principe est que l'objet est ensuite livré chez vous dans les quelques jours.

Exemple : Un vêtement qui vous plaît. Essayez de vivre cette expérience comme si vous étiez connecté directement.

Lien : <https://youtu.be/fUA2yiKvi0w>

Groupe 3 et 7

Imaginez que vous venez de vous connecter à une nouvelle plateforme de METAVERS. Vous avez choisi de vous connecter à ce METAVERS car vous avez **besoin de réaliser un achat** dans celui-ci. Vous **devez** obtenir ce produit car vous allez en avoir besoin dans les jours qui

suivent. Le principe de l'achat dans le METAVERS est que l'objet acheté vous sera **livré chez vous** dans les quelques jours.

Exemple : Un vêtement que vous allez offrir à un ami pour son anniversaire. Essayez de vivre cette expérience d'achat comme si vous la réalisiez effectivement.

Lien : <https://youtu.be/cvOmPS32BKU>

Groupe 4 et 8 :

Imaginez que vous venez de vous connecter à une nouvelle plateforme de METAVERS. Vous avez choisi de vous connecter à ce METAVERS car vous avez **besoin de réaliser un achat** dans celui-ci. Vous **devez** obtenir ce produit car vous allez en avoir besoin dans les jours qui suivent. Le principe de l'achat dans le METAVERS est que l'objet acheté vous sera **livré chez vous** dans les quelques jours.

Exemple : Un vêtement que vous allez offrir à un ami pour son anniversaire. Essayez de vivre cette expérience d'achat comme si vous la réalisiez effectivement.

Lien : <https://youtu.be/fUA2yiKvi0w>

Commun :

Question 3 : Avez-vous bien regardé la vidéo ?

- Oui
- Non

Question 4 : En gardant à l'esprit l'expérience décrite dans le scénario que vous venez de vivre, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. Les interactions sociales dans ce METAVERS sont personnelles.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Ce METAVERS est un excellent moyen d'interaction sociale.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Je me sens à l'aise de converser dans ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Je me sens à l'aise de me présenter dans ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Les interactions sociales me permettent de former un sentiment de communauté en ligne dont je fais partie.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Je me sens à l'aise de participer aux discussions dans ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Il existe un sentiment de communauté en ligne dans ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Les discussions sont faciles dans ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Les discussions dans ce METAVERS sont plus personnelles que les discussions en face à face.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Les discussions dans ce METAVERS sont plus personnelles que les discussions en audio conférence.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Les discussions dans ce METAVERS sont plus personnelles que les discussions en vidéo conférence.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

12. Je me sens à l'aise d'interagir avec d'autres participants dans ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. J'ai l'impression que mon point de vue est reconnu par les autres participants du METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. Je peux former des impressions individuelles distinctes sur certains participants même si nous avons seulement communiqué sur ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 5 : Toujours en gardant à l'esprit l'expérience décrite dans le scénario que vous venez de vivre, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. Lorsque j'interagis avec ce METAVERS, je ne me rends pas compte du temps qui passe.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Lorsque j'interagis avec ce METAVERS, je ne suis pas conscient des bruits environnants.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Lorsque j'interagis avec ce METAVERS, j'oublie souvent le travail que je dois faire.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Utiliser ce METAVERS me procure du plaisir.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Utiliser ce METAVERS me divertit.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Utiliser ce METAVERS me rend heureux.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Utiliser ce METAVERS stimule ma curiosité.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Utiliser ce METAVERS m'encourage à explorer.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Utiliser ce METAVERS éveille mon imagination.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 6 : Toujours en gardant à l'esprit les objectifs décrits dans le scénario que vous venez de lire, quel est votre degré d'accord avec les propositions suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs plus rapidement.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs de manière efficace.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs plus facilement.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs de manière plus performante.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs de manière plus productive.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Je trouve ce METAVERS utile pour atteindre mes objectifs.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 7 : Toujours en gardant à l'esprit le scénario et la vidéo, quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. Il serait bien d'utiliser ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. J'aimerais utiliser ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Utiliser ce METAVERS me paraît intéressant.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Utiliser ce METAVERS pourrait m'apporter des bénéfices.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Je serai intéressé par les informations sur les produits de ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Je serais positif à l'égard de l'utilisation de ce METAVERS.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 8 : Quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. J'ai l'intention d'utiliser ce METAVERS dans les prochains mois.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Je prévois d'utiliser ce METAVERS dans les prochains mois.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Je compte utiliser ce METAVERS dans les prochains mois.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 9 : Quel est votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. Il est très probable que j'achète des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. J'ai l'intention d'acheter des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. J'achèterai des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Acheter des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche est important pour moi.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 10 : Y avait-il des interactions sociales dans la vidéo que vous avez visionnée ?

- Oui
- Non

Question 11 : Dans le scénario décrivant la situation de la vidéo, vous étiez-vous demandé d'acheter un produit ?

- Oui
- Non
- Je ne m'en souviens pas

Question 12 : Nous nous intéressons maintenant à vos habitudes dans la vie de tous les jours. Veuillez donner votre degré d'accord avec les affirmations suivantes ?

	En total désaccord	En désaccord	Un peu en désaccord	Neutre	Un peu d'accord	En accord	En total accord
1. Je suis assez familier avec les nouvelles technologies.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Je suis assez familier avec les services offerts par les nouvelles technologies.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. En comparaison avec un utilisateur type de nouvelles technologies, je pense que je suis assez familier avec celles-ci.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Question 13 : Quel est votre genre :

- Homme
- Femme
- Non-binaire/transgenre
- Ne souhaite pas répondre

Question 14 : Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

- Moins de 18 ans
- 18 à 24 ans
- 25 à 34 ans
- 35 à 44 ans
- 45 à 54 ans

- 55 à 64 ans
- 65 ans ou plus

Question 15 : Vous avez pris le temps de répondre à ce questionnaire et je vous en suis très reconnaissant.

5. Annexe 5 : Echelle utilisée

5.1. Echelle présence sociale :

Echelle Gunawardena et Zittle (1997) :

No.	Item	<i>M</i>	<i>SD</i>
1	Messages in the CSCL environment were impersonal ^a	3.52	0.81
2	The CSCL environment is a an excellent medium for social interaction	3.01	1.03
3	I felt comfortable conversing through this text-based CSCL environment	3.70	0.85
4	I felt comfortable introducing myself in the CSCL environment	3.61	0.95
5	The introduction(s) enabled me to form a sense of on-line community in which I was part of	2.78	1.25
6	I felt comfortable participating in discussions in the CSCL environment	3.67	0.89
7	The moderators created a feeling of an on-line community	2.32	1.07
No.	Item	<i>M</i>	<i>SD</i>
8	The moderators facilitated discussions in the CSCL environment	2.44	1.19
9	Discussions in CSCL environments tend to be more impersonal than face-to-face discussions ^a	2.78	1.00
10	Discussions in CSCL environments are more impersonal than audio teleconference discussions ^a	2.95	1.00
11	Discussions in CSCL environments are more impersonal than video teleconference discussions ^a	2.75	1.07
12	I felt comfortable interacting with other participants in the CSCL environment	3.73	0.96
13	I felt that my point of view was acknowledge by other participants in the CSCL environment	3.28	0.82
14	I was able to form distinct individual impressions of some participants even though we communicated only via this text-based CSCL environment	2.92	1.07

Note. Judgements were made on 5-point Likert scales (1 = *strongly disagree*, 2 = *disagree*, 3 = *agree/disagree*, 4 = *agree*, 5 = *strongly agree*). The items 9, 10, and 11 were not considered in this study.

^a These items were reverse coded for analysis.

Echelle modifiée :

1. Les interactions sociales dans ce METAVERS sont personnelles.
2. Ce METAVERS est un excellent moyen d'interaction sociale.
3. Je me sentirais à l'aise de converser dans ce METAVERS.
4. Je me sentirais à l'aise de me présenter dans ce METAVERS.
5. Les interactions sociales me permettent de former un sentiment de communauté en ligne dont je faisais partie.
6. Je me sentirais à l'aise de participer aux discussions dans ce METAVERS.
7. Ce METAVERS/ ces modérateurs a/ont créé un sentiment de communauté en ligne.

8. Ce métavers/ les modérateurs facilite(nt) les discussions (dans ce METAVERS).

9. Les discussions dans ce METAVERS sont plus personnelles que les discussions en face à face.

10. Les discussions dans ce METAVERS sont plus personnelles que les discussions en audio conférence.

11. Les discussions dans ce METAVERS sont plus personnelles que les discussions en vidéo conférence.

12. Je me sens à l'aise d'interagir avec d'autres participants dans ce METAVERS.

13. J'avais l'impression que mon point de vue était reconnu par les autres participants du METAVERS.

14. J'ai pu former des impressions individuelles distinctes de certains participants même si nous n'avons pas communiqué sur ce METAVERS.

5.2. Echelle enjouement :

Echelle de Moon et Kim (2001) modifié par Hung et al. (2016)

Perceived Playfulness [53]	Perceived concentration	PP1	When interacting with PTT/Facebook, I do not realize how time elapses.
		PP2	When interacting with PTT/Facebook, I am not aware of any noise.
		PP3	When interacting with PTT/Facebook, I often forget the work I must do.
	Perceived enjoyment	PP4	Using PTT/Facebook gives me enjoyment.
		PP5	Using PTT/Facebook gives fun to me.
		PP6	Using PTT/Facebook keeps me happy.
	Perceived curiosity	PP7	Using PTT/Facebook stimulates my curiosity.
		PP8	Using PTT/Facebook leads to my exploration.
		PP9	Using PTT/Facebook arouses my imagination.

Echelle modifiée :

1. Lorsque j'interagis avec ce METAVERS, je ne me rends pas compte du temps qui passe.
2. Lorsque j'interagis avec ce METAVERS, je ne suis pas conscient(e) des bruits environnants.
3. Lorsque j'interagis avec ce METAVERS, j'oublie souvent le travail que je dois faire.
4. Utiliser ce METAVERS me procure du plaisir pour ma tâche.
5. Utiliser ce METAVERS me divertit pour ma tâche.
6. Utiliser ce METAVERS me rend heureux(se) pour ma tâche.
7. Utiliser ce METAVERS stimule ma curiosité.
8. Utiliser ce METAVERS conduit à mon exploration.
9. Utiliser ce METAVERS éveille mon imagination.

5.3. Echelle d'utilité perçue

Echelle de Davis (1989) :

C. Perceived Usefulness

Using CHART-MASTER in my job would enable me to accomplish tasks more quickly.

likely | | | | | | | | unlikely
extremely quite slightly neither slightly quite extremely

Using CHART-MASTER would improve my job performance.

likely | | | | | | | | unlikely
extremely quite slightly neither slightly quite extremely

Using CHART-MASTER in my job would increase my productivity.

likely | | | | | | | | unlikely
extremely quite slightly neither slightly quite extremely

Using CHART-MASTER would enhance my effectiveness on the job.

likely | | | | | | | | unlikely
extremely quite slightly neither slightly quite extremely

Using CHART-MASTER would make it easier to do my job.

likely | | | | | | | | unlikely
extremely quite slightly neither slightly quite extremely

I would find CHART-MASTER useful in my job.

likely | | | | | | | | unlikely
extremely quite slightly neither slightly quite extremely

Echelle traduite :

1. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs plus rapidement.
2. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs de manière efficace.
3. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs plus facilement.
4. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs de manière plus performante.
5. Ce METAVERS me permet d'atteindre mes objectifs de manière plus productive.
6. Je trouve ce METAVERS utile pour atteindre mes objectifs.

5.4. Echelle d'attitude

Echelle de Yu et al. (2005) :

Attitude (A)

1. Using t-commerce will be good.
2. I'll like to use t-commerce.
3. Using t-commerce will be interesting.
4. Using t-commerce will bring profit for me.
5. I'll be interested in products information that is related with TV program will be provided.
6. I'll be positive about using t-commerce.

Echelle traduite :

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Utiliser ce METAVERS sera bien.2. J'aimerais utiliser ce METAVERS.3. Utiliser ce METAVERS sera intéressant.4. Utiliser ce METAVERS me rapportera des bénéfices.5. Je serai intéressé(e) par les informations sur les produits de ce METAVERS.6. Je serais positif(ve) à l'égard de l'utilisation de ce METAVERS. |
|--|

5.5. Echelle d'intention comportementale (d'utiliser)

Echelle de N. Venkatesh et al. (2008).

Behavioral Intention (BI)	BI1	I intend to use the system in the next <n> months.	.82	.84	.85	.85
	BI2	I predict I would use the system in the next <n> months.	.85	.85	.88	.88
	BI3	I plan to use the system in the next <n> months.	.90	.91	.89	.82

Echelle traduite :

-
1. J'ai l'intention d'utiliser ce système dans les N prochains mois.
 2. Je prévois d'utiliser ce système dans les N prochains mois.
 3. J'envisage d'utiliser ce système dans les N prochains mois.

5.6. Echelle d'intention (d'acheter)

Echelle de Manis et Choi (2019) inspiré de N. Venkatesh et al. (2008).

Intention to purchase (CR = 0.93, α = 0.93, AVE = 0.77) (Venkatesh et al., 2008)

There is a high likelihood that I will purchase VR hardware within the foreseeable future.	0.886
I intend to purchase VR hardware within the foreseeable future.	0.936
I will purchase VR hardware within the foreseeable future.	0.930
Purchasing VR hardware in the foreseeable future is important to me.	0.740

Echelle traduite :

-
1. Il est très probable que j'achèterais des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche.
 2. J'ai l'intention d'acheter des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche.
 3. J'achèterai des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche.
 4. Acheter des produits sur ce METAVERS dans un avenir proche est important pour moi.

5.7. Echelle de familiarité avec la technologie

Scale of familiarity with a website

FAM1	I am quite familiar with this website
FAM2	I am quite familiar with the services offered by this website
FAM3	In comparison with the typical user of this website, I believe I am quite familiar with it

Echelle traduite :

-
1. Je suis assez familier(ère) avec les nouvelles technologies.
 2. Je suis assez familier(ère) avec les services offerts par les nouvelles technologies.
 3. En comparaison avec un utilisateur typique de nouvelles technologies, je pense que je suis assez familier(ère) avec celles-ci.

6. Annexe 6 : Analyse statistique

6.1. Analyse en composantes principales (ACP)

6.1.1. Echelle de la présence sociale

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,883
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	718,945
	ddl	91
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Pre_so1	1,000	,408
Pre_so2	1,000	,538
Pre_so3	1,000	,653
Pre_so4	1,000	,644
Pre_so5	1,000	,689
Pre_so6	1,000	,836
Pre_so7	1,000	,669
Pre_so8	1,000	,631
Pre_so9	1,000	,602
Pre_so10	1,000	,755
Pre_so11	1,000	,788
Pre_so12	1,000	,860
Pre_so13	1,000	,383
Pre_so14	1,000	,626

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	7,588	54,201	54,201	7,588	54,201	54,201
2	1,492	10,654	64,855	1,492	10,654	64,855
3	,859	6,138	70,993			
4	,828	5,912	76,905			
5	,732	5,227	82,132			
6	,567	4,047	86,179			
7	,416	2,970	89,150			
8	,366	2,615	91,764			
9	,283	2,024	93,788			
10	,274	1,958	95,746			
11	,234	1,673	97,420			
12	,165	1,177	98,597			
13	,112	,797	99,394			
14	,085	,606	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,933	14

6.1.2. Echelle de l'enjouement

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,840
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	514,126
	ddl	36
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Enjou1	1,000	,677
Enjou2	1,000	,724
Enjou3	1,000	,766
Enjou4	1,000	,773
Enjou5	1,000	,801
Enjou6	1,000	,847
Enjou7	1,000	,784
Enjou8	1,000	,804
Enjou9	1,000	,722

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	5,427	60,304	60,304	5,427	60,304	60,304
2	1,471	16,344	76,647	1,471	16,344	76,647
3	,597	6,636	83,283			
4	,465	5,166	88,449			
5	,416	4,621	93,070			
6	,226	2,515	95,585			
7	,183	2,029	97,614			
8	,129	1,429	99,043			
9	,086	,957	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,913	9

6.1.3. Echelle de l'utilité perçue

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,892
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	515,765
	ddl	15
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Uti_1	1,000	,817
Uti_2	1,000	,902
Uti_3	1,000	,894
Uti_4	1,000	,843
Uti_5	1,000	,802
Uti_6	1,000	,826

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	5,084	84,735	84,735	5,084	84,735	84,735
2	,310	5,171	89,906			
3	,239	3,984	93,890			
4	,199	3,323	97,213			
5	,113	1,876	99,089			
6	,055	,911	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,964	6

6.1.4. Echelle de l'attitude

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,898
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	442,670
	ddl	15
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Atti_1	1,000	,804
Atti_2	1,000	,855
Atti_3	1,000	,887
Atti_4	1,000	,810
Atti_5	1,000	,781
Atti_6	1,000	,798

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	4,935	82,242	82,242	4,935	82,242	82,242
2	,324	5,406	87,649			
3	,267	4,447	92,095			
4	,216	3,592	95,688			
5	,172	2,867	98,554			
6	,087	1,446	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,956	6

6.1.5. Echelle de l'intention comportementale

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,741
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	288,860
	ddl	3
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Int_co1	1,000	,897
Int_co2	1,000	,964
Int_co3	1,000	,954

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	2,815	93,823	93,823	2,815	93,823	93,823
2	,151	5,047	98,870			
3	,034	1,130	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,965	3

6.1.6. Echelle de l'intention d'acheter

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,831
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	319,339
	ddl	6
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Int_ac1	1,000	,786
Int_ac2	1,000	,943
Int_ac3	1,000	,922
Int_ac4	1,000	,813

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	3,465	86,616	86,616	3,465	86,616	86,616
2	,302	7,552	94,169			
3	,187	4,679	98,848			
4	,046	1,152	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,945	4

6.1.7. Echelle de la familiarité aux technologies

Indice KMO et test de Bartlett

Indice de Kaiser-Meyer-Olkin pour la mesure de la qualité d'échantillonnage.		,716
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-carré approx.	171,565
	ddl	3
	Signification	<,001

Qualités de représentation

	Initiales	Extraction
Fam1	1,000	,888
Fam2	1,000	,915
Fam3	1,000	,788

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Variance totale expliquée

Composante	Valeurs propres initiales			Sommes extraites du carré des chargements		
	Total	% de la variance	% cumulé	Total	% de la variance	% cumulé
1	2,591	86,360	86,360	2,591	86,360	86,360
2	,308	10,270	96,629			
3	,101	3,371	100,000			

Méthode d'extraction : Analyse en composantes principales.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,919	3

7. Annexe 7 : Equivalence des groupes

7.1. En termes d'âge

Récapitulatif de traitement des observations

	Valides		Observations Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
group * Age	71	100,0%	0	0,0%	71	100,0%

Tableau croisé group * Age

Effectif

		Age							Total
		moins de 18 ans	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 44 ans	45 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans ou plus	
group	1	0	8	4	2	2	3	0	19
	2	2	3	5	1	1	1	2	15
	3	0	9	6	3	2	0	1	21
	4	0	4	7	1	1	2	1	16
Total		2	24	22	7	6	6	4	71

Tests du khi-carré

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	18,195 ^a	18	,443
Rapport de vraisemblance	19,168	18	,382
Association linéaire par linéaire	,005	1	,944
N d'observations valides	71		

a. 22 cellules (78,6%) ont un effectif théorique inférieur à 5.
L'effectif théorique minimum est de ,42.

7.2. En termes de genre

Récapitulatif de traitement des observations

	Valides		Observations Manquant		Total	
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
group * Genre	71	100,0%	0	0,0%	71	100,0%

Tableau croisé group * Genre

Effectif

		Genre			Total
		Homme	Femme	Ne souhaite pas répondre	
group	1	8	10	1	19
	2	8	7	0	15
	3	11	10	0	21
	4	9	7	0	16
Total		36	34	1	71

Tests du khi-carré

	Valeur	df	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	3,295 ^a	6	,771
Rapport de vraisemblance	3,206	6	,783
Association linéaire par linéaire	1,519	1	,218
N d'observations valides	71		

a. 4 cellules (33,3%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,21.

7.3. Normalité de la distribution

Tests de normalité							
	group	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
Pre_soc	1	,176	19	,122	,939	19	,255
	2	,127	15	,200*	,946	15	,459
	3	,106	21	,200*	,981	21	,933
	4	,174	16	,200*	,935	16	,290
Enjou	1	,125	19	,200*	,946	19	,333
	2	,190	15	,148	,901	15	,099
	3	,165	21	,137	,902	21	,039
	4	,266	16	,004	,880	16	,039
uti	1	,102	19	,200*	,989	19	,997
	2	,143	15	,200*	,945	15	,444
	3	,121	21	,200*	,951	21	,357
	4	,155	16	,200*	,902	16	,087
atti	1	,071	19	,200*	,986	19	,987
	2	,153	15	,200*	,909	15	,132
	3	,109	21	,200*	,974	21	,817
	4	,197	16	,096	,899	16	,078
int_com	1	,188	19	,075	,876	19	,018
	2	,239	15	,021	,887	15	,060
	3	,187	21	,053	,905	21	,044
	4	,306	16	<,001	,706	16	<,001
int_ach	1	,177	19	,121	,855	19	,008
	2	,227	15	,036	,865	15	,029
	3	,227	21	,006	,870	21	,010
	4	,213	16	,051	,850	16	,014
fami	1	,190	19	,068	,846	19	,006
	2	,234	15	,026	,787	15	,002
	3	,189	21	,049	,874	21	,011
	4	,181	16	,169	,898	16	,075

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

8. Annexe 8 : Test des hypothèses

8.1. Test hypothèse 1

Statistiques de groupe

	gro_pre	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne d'erreur standard
Pre_soc	1	40	3,8143	1,03785	,16410
	2	31	3,0783	1,32831	,23857
uti	1	40	3,4042	1,35184	,21374
	2	31	3,3495	1,56190	,28053
atti	1	40	4,0042	1,34899	,21329
	2	31	3,5806	1,70721	,30662
int_com	1	40	2,7000	1,41381	,22354
	2	31	2,2258	1,36731	,24558
int_ach	1	40	2,3375	1,35466	,21419
	2	31	1,7742	,73131	,13135

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances				Test t pour égalité des moyennes				Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
		F	Sig.	t	df	Signification p unilatéral	p bilatéral	Différence moyenne	Erreur standard	Inférieur	Supérieur
Pre_soc	Hypothèse de variances égales	2,396	,126	2,622	69	,005	,011	,73594	,28069	,17599	1,29590
	Hypothèse de variances inégales			2,542	55,539	,007	,014	,73594	,28956	,15578	1,31611
uti	Hypothèse de variances égales	1,643	,204	,158	69	,437	,875	,05470	,34623	-,63601	,74541
	Hypothèse de variances inégales			,155	59,515	,439	,877	,05470	,35268	-,65088	,76028
atti	Hypothèse de variances égales	5,323	,024	1,168	69	,123	,247	,42352	,36256	-,29977	1,14681
	Hypothèse de variances inégales			1,134	55,976	,131	,262	,42352	,37351	-,32473	1,17177
int_com	Hypothèse de variances égales	,845	,361	1,422	69	,080	,160	,47419	,33351	-,19115	1,13953
	Hypothèse de variances inégales			1,428	65,644	,079	,158	,47419	,33208	-,18890	1,13729
int_ach	Hypothèse de variances égales	13,086	<,001	2,089	69	,020	,040	,56331	,26964	,02540	1,10122
	Hypothèse de variances inégales			2,242	62,379	,014	,029	,56331	,25126	,06111	1,06550

Tailles d'effet pour échantillons indépendants

		Standardisatio n ^a	Estimation des points	95% Intervalle de confiance	
				Inférieur	Supérieur
Pre_soc	d de Cohen	1,17301	,627	,145	1,106
	Correction de Hedges	1,18595	,621	,143	1,094
	Delta de Glass	1,32831	,554	,060	1,039
uti	d de Cohen	1,44693	,038	-,431	,507
	Correction de Hedges	1,46289	,037	-,427	,501
	Delta de Glass	1,56190	,035	-,434	,504
atti	d de Cohen	1,51518	,280	-,193	,750
	Correction de Hedges	1,53190	,276	-,191	,742
	Delta de Glass	1,70721	,248	-,227	,719
int_com	d de Cohen	1,39378	,340	-,133	,811
	Correction de Hedges	1,40917	,337	-,132	,803
	Delta de Glass	1,36731	,347	-,133	,821
int_ach	d de Cohen	1,12683	,500	,022	,974
	Correction de Hedges	1,13927	,494	,022	,964
	Delta de Glass	,73131	,770	,257	1,272

a. Dénominateur utilisé pour estimer les tailles d'effet.

Le d de Cohen utilise l'écart type combiné.

La correction de Hedges utilise l'écart type combiné, plus un facteur de correction.

Le delta de Glass utilise l'exemple d'écart type du groupe témoin (c'est-à-dire le second groupe).

8.2. Test hypothèse 2

Statistiques de groupe

	gro_mot	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne d'erreur standard
uti	1	34	3,5784	1,44672	,24811
	2	37	3,1982	1,42283	,23391
atti	1	34	4,0588	1,36075	,23337
	2	37	3,5991	1,63887	,26943
int_com	1	34	2,6667	1,39020	,23842
	2	37	2,3333	1,41639	,23285
int_ach	1	34	2,0368	1,14669	,19666
	2	37	2,1419	1,17340	,19291
Enjou	1	34	4,6373	1,12227	,19247
	2	37	4,4474	1,29907	,21357

Test des échantillons indépendants

		Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes							
		F	Sig.	t	df	Signification		Différence moyenne	Erreur standard	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
						p unilatéral	p bilatéral			Inférieur	Supérieur
uti	Hypothèse de variances égales	,014	,905	1,116	69	,134	,268	,38023	,34075	-,29953	1,06000
	Hypothèse de variances inégales			1,115	68,284	,134	,269	,38023	,34099	-,30015	1,06061
atti	Hypothèse de variances égales	1,767	,188	1,280	69	,102	,205	,45972	,35926	-,25699	1,17644
	Hypothèse de variances inégales			1,290	68,326	,101	,201	,45972	,35644	-,25149	1,17094
int_com	Hypothèse de variances égales	,082	,776	,999	69	,161	,321	,33333	,33353	-,33204	,99871
	Hypothèse de variances inégales			1,000	68,690	,160	,321	,33333	,33326	-,33156	,99823
int_ach	Hypothèse de variances égales	,441	,509	-,381	69	,352	,704	-,10513	,27575	-,65523	,44497
	Hypothèse de variances inégales			-,382	68,729	,352	,704	-,10513	,27547	-,65472	,44447
Enjou	Hypothèse de variances égales	,062	,804	,656	69	,257	,514	,18981	,28929	-,38731	,76693
	Hypothèse de variances inégales			,660	68,751	,256	,511	,18981	,28750	-,38377	,76338

Tailles d'effet pour échantillons indépendants

		Standardisation ^a	Estimation des points	95% Intervalle de confiance	
				Inférieur	Supérieur
uti	d de Cohen	1,43430	,265	-,204	,732
	Correction de Hedges	1,45013	,262	-,201	,724
	Delta de Glass	1,42283	,267	-,204	,735
atti	d de Cohen	1,51225	,304	-,165	,771
	Correction de Hedges	1,52894	,301	-,164	,763
	Delta de Glass	1,63887	,281	-,191	,749
int_com	d de Cohen	1,40393	,237	-,231	,704
	Correction de Hedges	1,41942	,235	-,228	,696
	Delta de Glass	1,41639	,235	-,235	,702
int_ach	d de Cohen	1,16070	-,091	-,556	,376
	Correction de Hedges	1,17351	-,090	-,550	,372
	Delta de Glass	1,17340	-,090	-,555	,377
Enjou	d de Cohen	1,21772	,156	-,311	,622
	Correction de Hedges	1,23116	,154	-,308	,615
	Delta de Glass	1,29907	,146	-,322	,612

a. Dénominateur utilisé pour estimer les tailles d'effet.

Le d de Cohen utilise l'écart type combiné.

La correction de Hedges utilise l'écart type combiné, plus un facteur de correction.

Le delta de Glass utilise l'exemple d'écart type du groupe témoin (c'est-à-dire le second groupe).

8.3. Test hypothèse 5

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,509 ^a	,259	,248	1,31706

a. Prédicteurs : (Constante), Pre_soc

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	41,851	1	41,851	24,127	<,001 ^b
	de Student	119,690	69	1,735		
	Total	161,541	70			

a. Variable dépendante : atti

b. Prédicteurs : (Constante), Pre_soc

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,608	,477		3,373	,001
	Pre_soc	,633	,129	,509	4,912	<,001

a. Variable dépendante : atti

8.4. Hypothèse 6

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,760 ^a	,577	,571	,99459

a. Prédicteurs : (Constante), Enjou

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	93,287	1	93,287	94,305	<,001 ^b
	de Student	68,255	69	,989		
	Total	161,541	70			

a. Variable dépendante : atti

b. Prédicteurs : (Constante), Enjou

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,501	,460		-1,088	,280
	Enjou	,952	,098	,760	9,711	<,001

a. Variable dépendante : atti

8.5. Hypothèse 7

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,685 ^a	,469	,461	1,03063

a. Prédicteurs : (Constante), atti

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	64,677	1	64,677	60,889	<,001 ^b
	de Student	73,292	69	1,062		
	Total	137,969	70			

a. Variable dépendante : int_com

b. Prédicteurs : (Constante), atti

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,076	,333		,229	,819
	atti	,633	,081	,685	7,803	<,001

a. Variable dépendante : int_com

8.6. Hypothèse 8

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,698 ^a	,487	,480	,83207

a. Prédicteurs : (Constante), int_com

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	45,383	1	45,383	65,549	<,001 ^b
	de Student	47,772	69	,692		
	Total	93,155	70			

a. Variable dépendante : int_ach

b. Prédicteurs : (Constante), int_com

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés B	Erreur standard	Coefficients standardisés Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	,662	,202		3,271	,002
	int_com	,574	,071	,698	8,096	<,001

a. Variable dépendante : int_ach

8.7. Test hypothèse 3

```

*****
Model : 4
Y : atti
X : Pre_soc
M : uti

Sample
Size: 71

*****
OUTCOME VARIABLE:
uti

Model Summary
  R    R-sq   MSE    F    df1    df2    p
,3387 ,1147  1,8540  8,9436  1,0000  69,0000 ,0039

Model
  coeff    se    t    p    LLCI    ULCI
constant 1,9882 ,4927  4,0351 ,0001  1,0052  2,9712
Pre_soc   ,3985 ,1333  2,9906 ,0039  ,1327  ,6644

*****
OUTCOME VARIABLE:
atti

Model Summary
  R    R-sq   MSE    F    df1    df2    p
,7758 ,6019  ,9456  51,4142  2,0000  68,0000 ,0000

Model
  coeff    se    t    p    LLCI    ULCI
constant ,2995 ,3912  ,7655 ,4466  -,4812  1,0801
Pre_soc   ,3709 ,1012  3,6669 ,0005  ,1691  ,5728
uti       ,6580 ,0860  7,6532 ,0000  ,4864  ,8296

```

```

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y
  Effect    se      t      p    LLCI    ULCI
  ,3709    ,1012    3,6669    ,0005    ,1691    ,5728

Indirect effect(s) of X on Y:
  Effect    BootSE    BootLLCI    BootULCI
  uti    ,2622    ,1030    ,0436    ,4495

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

----- END MATRIX -----

```

8.8. Test hypothèse 4

```

*****
Model : 4
Y : atti
X : Enjou
M : uti

Sample
Size: 71

*****
OUTCOME VARIABLE:
uti

Model Summary
  R    R-sq    MSE    F    df1    df2    p
  ,6210    ,3856    1,2868    43,3047    1,0000    69,0000    ,0000

Model
  coeff    se      t      p    LLCI    ULCI
constant    ,0415    ,5249    ,0790    ,9373    -1,0057    1,0887
Enjou    ,7357    ,1118    6,5806    ,0000    ,5127    ,9587

*****

OUTCOME VARIABLE:
atti

Model Summary
  R    R-sq    MSE    F    df1    df2    p
  ,8249    ,6804    ,7593    72,3816    2,0000    68,0000    ,0000

Model
  coeff    se      t      p    LLCI    ULCI
constant    -,5187    ,4032    -1,2863    ,2027    -1,3234    ,2860
Enjou    ,6335    ,1096    5,7827    ,0000    ,4149    ,8522
uti    ,4327    ,0925    4,6794    ,0000    ,2482    ,6173

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y
  Effect    se      t      p    LLCI    ULCI
  ,6335    ,1096    5,7827    ,0000    ,4149    ,8522

Indirect effect(s) of X on Y:
  Effect    BootSE    BootLLCI    BootULCI
  uti    ,3184    ,1012    ,1438    ,5379

```

8.9. Test hypothèse 9

8.9.1. Modération de l'hypothèse 9 et modèle 15 du logiciel PROCESS

```
*****
Model : 15
Y : atti
X : Pre_soc
M : uti
W : fami

Sample
Size: 71

*****
OUTCOME VARIABLE:
uti

Model Summary
      R   R-sq   MSE    F   df1   df2    p
      ,3387 ,1147 1,8540 8,9436 1,0000 69,0000 ,0039

Model
      coeff    se    t    p   LLCI   ULCI
constant 1,9882 ,4927 4,0351 ,0001 1,0052 2,9712
Pre_soc ,3985 ,1333 2,9906 ,0039 ,1327 ,6644

*****

*****
OUTCOME VARIABLE:
atti

Model Summary
      R   R-sq   MSE    F   df1   df2    p
      ,7964 ,6343 ,9089 22,5481 5,0000 65,0000 ,0000

Model
      coeff    se    t    p   LLCI   ULCI
constant -,3745 1,1388 -,3288 ,7433 -2,6487 1,8998
Pre_soc ,4743 ,5485 ,8649 ,3903 -,6210 1,5697
uti ,4345 ,5937 ,7318 ,4669 -,7513 1,6203
fami ,1608 ,2311 ,6957 ,4891 -,3007 ,6223
Int_1 -,0184 ,0990 -,1859 ,8531 -,2162 ,1794
Int_2 ,0342 ,1075 ,3186 ,7510 -,1804 ,2489

Product terms key:
Int_1 : Pre_soc x fami
Int_2 : uti x fami

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):
      R2-chng    F   df1   df2    p
X*W ,0002 ,0345 1,0000 65,0000 ,8531
M*W ,0006 ,1015 1,0000 65,0000 ,7510
```

```

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Conditional direct effects of X on Y
  fami Effect se t p LLCI ULCI
3,8400 ,4036 ,1890 2,1357 ,0365 ,0262 ,7811
5,3333 ,3762 ,1037 3,6265 ,0006 ,1690 ,5833
6,0000 ,3639 ,1172 3,1044 ,0028 ,1298 ,5980

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:
Pre_soc -> uti -> atti

  fami Effect BootSE BootLLCI BootULCI
3,8400 ,2256 ,1330 ,0179 ,5358
5,3333 ,2459 ,1007 ,0463 ,4408
6,0000 ,2550 ,1020 ,0464 ,4476

Index of moderated mediation:
  Index BootSE BootLLCI BootULCI
fami ,0136 ,0502 -,1096 ,1023

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:
95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:
5000

W values in conditional tables are the 16th, 50th, and 84th percentiles.

----- END MATRIX -----

```

8.9.2. Modération de l'hypothèse 9 et modèle 14 du logiciel PROCESS

```

*****
Model : 14
Y : atti
X : Pre_soc
M : uti
W : fami

Sample
Size: 71

*****
OUTCOME VARIABLE:
uti

Model Summary
  R    R-sq   MSE    F   df1   df2    p
,3387 ,1147  1,8540  8,9436  1,0000  69,0000 ,0039

Model
  coeff se t p LLCI ULCI
constant 1,9882 ,4927 4,0351 ,0001 1,0052 2,9712
Pre_soc ,3985 ,1333 2,9906 ,0039 ,1327 ,6644

```

OUTCOME VARIABLE:

atti

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,7963	,6341	,8956	28,5948	4,0000	66,0000	,0000

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	-,2964	1,0508	-,2821	,7787	-,23945	1,8016
Pre_soc	,3742	,1024	3,6530	,0005	,1697	,5787
uti	,5240	,3448	1,5196	,1334	-,1644	1,2124
fami	,1452	,2138	,6791	,4994	-,2817	,5721
Int_1	,0182	,0637	,2860	,7757	-,1089	,1454

Product terms key:

Int_1 : uti x fami

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

R2-chng	F	df1	df2	p
M*W	,0005	,0818	1,0000	66,0000

***** DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
,3742	,1024	3,6530	,0005	,1697	,5787

Conditional indirect effects of X on Y:

INDIRECT EFFECT:

Pre_soc -> uti -> atti

fami	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
3,8400	,2367	,1029	,0449	,4443
5,3333	,2475	,0988	,0493	,4367
6,0000	,2524	,1020	,0488	,4459

Index of moderated mediation:

	Index	BootSE	BootLLCI	BootULCI
fami	,0073	,0264	-,0573	,0539

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

www.uclouvain.be/lsm