# ENTRE DESIR DE CONSOMMER ET PREOCCUPATION ENVIRONNEMENTALE : UNE TYPOLOGIE DES CONSOMMATEURS FONDEE SUR LA CONFIGURATION DES SOIS POSSIBLES ECOLOGIQUES

Pénélope Nicolleau
Doctorante,
Université de Montpellier, MRM
penelope.nicolleau@umontpellier.fr

Gilles Séré de Lanauze
Maitre de conférences- HDR,
Université de Montpellier, MRM, IAE de Montpellier
gilles.sere-de-lanauze@umontpellier.fr

Béatrice Siadou-Martin
Professeur des Universités
Université de Montpellier, MRM, Montpellier Management
beatrice.siadou-martin@umontpellier.fr

**ENTRE DESIR DE CONSOMMER ET PREOCCUPATION ENVIRONNEMENTALE : UNE TYPOLOGIE DES CONSOMMATEURS FONDEE SUR LA CONFIGURATION DES SOIS POSSIBLES ECOLOGIQUES**


## Résumé :

Cette communication propose une catégorisation des jeunes adultes (18–25 ans) selon leur ambivalence écologique, envisagée comme le produit de configurations identitaires différenciées. À partir de 24 entretiens semi-directifs, elle mobilise les théories des écarts entre les sois, les sois possibles et l'identité morale pour identifier six profils de consommateurs. La contribution centrale porte sur la structure des sois possibles : la présence ou l'absence d'un soi redouté personnalisé détermine l'intensité de l'ambivalence vécue et les trajectoires d'engagement. L'ambivalence apparaît alors comme un état ordinaire, différemment configuré selon les profils, invitant à reconnaître des trajectoires écologiques imparfaites et plus inclusives.



## Mots-clés :

Ambivalence ; consommation durable ; identité ; sois possibles ; jeunes adultes.


**BETWEEN THE DESIRE TO CONSUME AND ENVIRONMENTAL CONCERN: A CONSUMER TYPOLOGY BASED ON THE CONFIGURATION OF ECOLOGICAL POSSIBLE SELVES**


## Abstract:

This paper develops a categorization of young adults (aged 18–25) according to their ecological ambivalence, understood as the product of differentiated identity configurations. Drawing on 24 semi-structured interviews, it mobilizes self-discrepancy theory, possible selves theory, and moral identity theory to identify six consumer profiles. The central contribution concerns the structure of possible selves: the presence or absence of a personalized feared self determines the intensity of experienced ambivalence and engagement trajectories. Ambivalence thus emerges as an ordinary state, differently configured across profiles, calling for more imperfect and inclusive ecological trajectories to be recognized.



## Keywords:

Ambivalence; sustainable consumption; identity; possible selves; young adults.

**ENTRE DESIR DE CONSOMMER ET PREOCCUPATION ENVIRONNEMENTALE : UNE TYPOLOGIE DES CONSOMMATEURS FONDEE SUR LA CONFIGURATION DES SOIS POSSIBLES ECOLOGIQUES**


## Résumé managérial

Cette recherche s'intéresse à l'ambivalence écologique, le fait de vouloir consommer et de savoir qu'on devrait réduire sa consommation, un état commun chez les consommateurs contemporains. Cette ambivalence se configure différemment selon les individus, notamment en fonction de leurs valeurs et de leurs projections de soi, ce qui explique pourquoi les mêmes messages ou les mêmes offres ne produisent pas les mêmes effets.

À partir de 24 entretiens approfondis menés auprès de jeunes adultes (18–25 ans), six profils de consommateurs sont identifiés selon la nature de leurs tensions internes (fortes ? conscientes ? quel type d'écart entre les facettes du soi ?), de leurs émotions et de leurs stratégies pour les gérer. Dans cette étude, la variable clé qui différencie ces profils est la présence ou l'absence d'une représentation concrète et personnelle de ce qu'ils ne veulent pas devenir, un « soi redouté », ici dans le domaine de l'écologie. Un consommateur qui a intégré une image de lui-même dégradée par ses propres incohérences est plus susceptible de changer que celui dont la crainte reste vague et collective (« la planète va mal »). Détaillons rapidement ses six profils :

- Les « *matérialistes non préoccupés* » et les « *distants désengagés* » vivent peu ou pas de tension : l'écologie n'est pas intégrée à leur vision d'eux-mêmes, ni à leur futur imaginé.
- Les « *ambivalents pragmatiques* » font des gestes ponctuels sans vraie rupture : par exemple, prendre l'avion mais voyager moins loin.
- Les « *ambivalents lucides* » sont conscients de leurs contradictions mais restent bloqués par des priorités concurrentes propres à leur étape de vie (les études, la préparation de leur vie professionnelle, l'intégration dans de nouveaux groupes sociaux, l'exploration et le plaisir).
- Les « *engagés contrariés* » souhaitent changer mais se heurtent à des obstacles structurels qu'ils perçoivent comme insurmontables (par exemple, l'usage de jets privés par les millionnaires).
- Les « *engagés cohérents* », enfin, ont aligné leur consommation avec leurs valeurs, mais restent exposés à l'éco-anxiété et peuvent ressentir de la colère envers les consommateurs matérialistes ou incohérents, et envers le « système ».

Trois leviers se dégagent selon les profils :

- Pour les profils peu engagés (*matérialistes non préoccupés, distants désengagés, ambivalents pragmatiques*), l'enjeu est de rendre le risque écologique personnel et proche. Il s'agit de passer de la représentation de « la planète dans 50 ans » à « ma qualité de vie, mon quartier, ma santé ». Les campagnes qui s'adressent à un soi futur concret et individualisé sont plus efficaces que celles qui jouent sur la culpabilité collective.
- Pour les profils en tension active (*ambivalents lucides, engagés contrariés*), lever les obstacles pratiques est prioritaire, à travers des prix accessibles, des offres alternatives institutionnalisées (seconde main, offre anti-gaspi), des solutions simples à intégrer au quotidien. Ces consommateurs veulent changer mais ont besoin d'être aidés concrètement, étape par étape.
- Pour les *engagés cohérents*, la valeur réside dans la reconnaissance et la légitimation sociale de leurs efforts, dans des engagements collectifs qui réduisent leur sentiment d'impuissance, et dans des décisions politiques qui donnent de l'espoir (interdiction du plastique jetable).

En résumé, segmenter les publics selon leur niveau de préoccupation environnementale déclarée ne suffit pas. La structure identitaire sous-jacente détermine leur capacité à changer : un consommateur qui se voit concrètement comme quelqu'un qui agit pour l'environnement, ou qui craint précisément de ne pas le faire, est celui sur lequel les interventions seront les plus efficaces.

**ENTRE DESIR DE CONSOMMER ET PREOCCUPATION ENVIRONNEMENTALE : UNE TYPOLOGIE DES CONSOMMATEURS FONDEE SUR LA CONFIGURATION DES SOIS POSSIBLES ECOLOGIQUES**

## Introduction

Les consommateurs contemporains évoluent dans un univers saturé d'injonctions paradoxales, en particulier en rapport avec la consommation durable (Maniates, 2014). D'un côté, les normes sociales valorisent la sobriété et l'écologie, de l'autre, la culture consumériste continue d'encourager l'expression de soi par l'achat et la possession (Otnes et al., 1997). Cette tension structurelle nourrit ce que la littérature nomme le *green gap* (El Haffar et al., 2020) : savoir qu'il faudrait consommer moins, tout en continuant à désirer acheter et à effectivement consommer.

L'ambivalence, définie comme l'existence simultanée d'évaluations contradictoires envers un même objet (Sipilä et al., 2018), ici la consommation durable, constitue l'état psychologique ordinaire de cette tension. Elle se distingue de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) en ce qu'elle peut être tolérée, ignorée ou intégrée aux routines quotidiennes sans nécessiter de résolution. Dans le champ de la consommation durable, elle a surtout été documentée comme un problème à corriger (Van Harreveld et al., 2009). Nous cherchons dans cette étude à en décrire les configurations, c'est-à-dire à comprendre pourquoi et comment l'ambivalence écologique se vit différemment d'un consommateur à l'autre.

Les jeunes adultes (18–25 ans) constituent une population particulièrement pertinente pour cette recherche. Souvent présentés comme moteurs de la transition écologique (Dunlap et al., 2000), ils allient une forte sensibilité à l'environnement à des comportements imprégnés de matérialisme (Jaspers & Pieters, 2016). Ils traversent en outre une phase liminale d'exploration identitaire, l'émergence de l'âge adulte (Arnett, 2000), où la consommation représente un vecteur central de construction de soi, ce qui confère à leur ambivalence une dimension identitaire.

La présente communication cherche à répondre à deux questions : Quelles configurations de tensions entre matérialisme et préoccupation écologique peut-on distinguer chez les jeunes adultes, et selon quelles stratégies de gestion ces tensions sont-elles traitées ? Dans quelle mesure la structure des sois possibles, et notamment la présence ou l'absence d'un soi redouté écologique personnalisé, différencie-t-elle les profils d'ambivalence et leur potentiel de changement comportemental ?

La contribution centrale de ce travail est de mettre en avant la configuration identitaire issue de leur ambivalence, en particulier en lien avec la présence ou l'absence d'un soi redouté dans le domaine écologique, dépassant les catégorisations de consommateurs selon le niveau de préoccupation environnementale déclaré.

## 1. Revue de littérature

*1.1. L'ambivalence dans la consommation durable.* L'ambivalence est une propriété de tout concept psychologique évaluatif auquel deux valences contradictoires peuvent être attribuées (Ashforth et al., 2014 ; Sipilä et al., 2018). Elle constitue un état fréquent dans les sociétés de consommation contemporaines (Otnes et al., 1997), en particulier dans la sphère de la consommation durable (Sipilä, 2021). Même les consommateurs engagés dans des démarches de sobriété ou de simplicité volontaire vivent des contradictions et des tiraillements internes (Cherrier, 2025), révélant leur position ambivalente. Si la dissonance cognitive (Festinger, 1957) implique un inconfort nécessitant une résolution, l'ambivalence peut être tolérée via des stratégies de réduction de l'incertitude (Luce et al., 1997) ou de régulation émotionnelle (Van

Harreveld et al., 2009). Toutefois, ces travaux tendent à pathologiser l'ambivalence comme un problème à corriger plutôt qu'à explorer la variété de ses manifestations selon les individus. De plus, les typologies classiques de consommateurs durables (ex. Gilg et al., 2005 ; Durif et al., 2011) ne rendent pas compte de la réflexivité, des émotions et des ajustements identitaires quotidiens.

*1.2. L'identité morale.* Aquino & Reed (2002) conceptualisent l'identité morale comme le degré auquel des valeurs morales (bienveillance, souci des autres, justice) sont centrales à la définition de soi. Ils distinguent deux dimensions : l'internalisation des valeurs (la morale comme noyau privé du soi) et la symbolisation (la morale exprimée et signalée publiquement). Plus l'internalisation est forte, plus toute déviation comportementale est psychologiquement coûteuse. Ce cadre permet de rendre compte des différences interindividuelles dans l'intensité de l'ambivalence vécue. Ainsi, deux individus exprimant le même discours écologique peuvent vivre des états émotionnels très différents selon que l'écologie constitue leur noyau identitaire ou leur façade sociale.

*1.3. Les écarts entre les sois et les sois possibles.* La théorie des écarts entre les sois (Higgins, 1987) distingue trois facettes du soi : le soi réel (ce que je suis), le soi idéal (ce que je voudrais être) et le soi normatif (ce que je devrais être). Les écarts entre ces facettes génèrent des émotions spécifiques. L'écart soi réel / soi idéal produit de la déception et de la frustration, tandis que l'écart soi réel / soi normatif engendre de la culpabilité et de la honte, des émotions sociales. Ce cadre permet d'analyser la mécanique émotionnelle de l'ambivalence écologique, en distinguant des états affectifs que l'approche par la dissonance cognitive regroupe sous le terme générique « d'inconfort ». Nous prolongeons ce cadre par la théorie des sois possibles (Markus & Nurius, 1986), qui en étend la logique à la dimension temporelle. Les sois possibles sont les représentations cognitives et affectives de ce que l'individu pourrait être, voudrait être ou craindrait de devenir. Ils remplissent une fonction motivationnelle et régulatrice. En particulier, Oyserman & Markus (1990) ont montré que la régulation comportementale est optimale lorsqu'un soi espéré est accompagné d'un soi redouté symétrique dans le même domaine, ce qu'ils nomment le soi possible équilibré. En l'absence de ce contrepoids négatif, les aspirations restent peu mobilisatrices. Ce mécanisme semble différencier les profils d'ambivalence.

## 2. Méthodologie

*2.1. Protocole.* L'étude repose sur 24 entretiens semi-directifs menés entre 2023 et 2025 auprès de jeunes adultes (18–25 ans, âge moyen : 21,4 ans) : 13 femmes et 11 hommes, 19 étudiant·es (dont 6 en alternance ou emploi étudiant) et 5 salarié·es, issus de milieux urbains et ruraux en métropole et DROM. Les entretiens ont duré en moyenne 51 minutes (de 26 minutes à 1h30).
Une phase de photo-élicitation a introduit chaque entretien, en présentant deux figures contrastées de leur génération, Greta Thunberg (sobriété écologique) et Kylie Jenner (consommation matérialiste ostentatoire). Cette amorce projective (Harper, 2002) visait à activer des représentations opposées de la consommation, à favoriser la réflexivité et à faciliter l'expression des contradictions, grâce à une forme d'hypocrisie morale contrôlée (Stone & Cooper, 2001).

*2.2. Analyse.* L'analyse suit une démarche théorico-inductive (Gioia et al., 2013), combinant exploration ouverte et codage structuré a posteriori. Les entretiens, retranscrits puis codés via le logiciel LibreQDA, ont permis d'identifier des motifs récurrents autour des tensions

vécues, des stratégies de régulation et des discours justificatifs. Un second cycle de codage s'est appuyé sur une grille inspirée de Séré de Lanauze & Siadou-Martin (2010), adaptée aux contextes de consommation non durable, et enrichie des catégories issues des cadres théoriques retenus : types d'écarts de soi, configuration des sois possibles, et degré d'internalisation de l'identité morale. Une analyse transversale a ensuite fait émerger la typologie présentée ci-après.

## 3. Résultats

*3.1. L'ambivalence comme condition ordinaire.* Chez les participants, la conscience des enjeux climatiques est intériorisée et largement partagée. Certains comportements sont clairement identifiés comme problématiques, ce qui confirme la diffusion des normes environnementales. *« C'est rentré dans les consciences […] que prendre l'avion tous les quatre matins c'est pas normal et c'est pas bon pour la planète, que d'acheter sur Shein ou que sais-je, c'est pas une bonne chose non plus. »* (Inès, 22 ans). L'inaction ne peut donc plus être imputée à l'ignorance, mais est perçue comme un évitement volontaire de la responsabilité. Pourtant, malgré cette conscience, les comportements ne suivent pas toujours. Trois grandes postures comportementales hybrides se dessinent, non exclusives et souvent négociées au cas par cas :

- Les micro-engagements pratiques : des gestes simples et socialement normés (tri, transports en commun, recyclage) répondant au « minimum moral » attendu sans bouleverser le mode de vie, partagés par la plupart des participants.
- La poursuite de pratiques consuméristes : justifiée par le plaisir, le droit à l'insouciance lié à la jeunesse, et gérée par des mécanismes de désengagement moral comme la relativisation, l'humour et l'auto-dérision, ou le déni partiel.
- Des formes d'anti-consommation ciblées comme le boycott de certaines marques, les achats de seconde main, la réduction des voyages en avion, des régimes végétariens, qui permettent de symboliser un effort sans remettre en cause l'ensemble du modèle consumériste : *« Je vais acheter en friperie, mais parce que ça, pour le coup, c'est aussi un peu une mode. C'est un peu cool de s'habiller en friperie. »* (Anna, 21 ans)

Ces pratiques cohabitent chez un même individu, révélant une consommation fragmentée et tactique où l'ambivalence est moins une exception qu'une condition structurante. La plupart des participants sont lucides sur leurs contradictions et les projettent sur leurs pairs, légitimant ainsi une ambivalence vécue comme normale : *« Pour ma génération, c'est quand même assez répandu […] beaucoup de personnes qui sont pour l'écologie, etc., mais […] ils vont commander sur Shein, sur AliExpress. »* (Thibault, 23 ans)

*3.2. Une typologie à six profils d'ambivalence.* Les participants ont été classés dans le tableau en annexe 2. L'analyse des verbatim a permis de définir pour chacun : (1) le niveau de matérialisme, (2) le niveau de préoccupation environnementale, (3) l'expérience vécue de l'ambivalence (discours et émotions déclarés et non déclarés), (4) les types d'écarts de soi, et (5) les configurations des sois possibles et le degré d'internalisation de l'identité morale écologique.

*Matérialistes non préoccupés.* Conscients mais peu concernés par les enjeux environnementaux, ces participants accordent une place centrale au plaisir de consommer. L'écologie est en périphérie de leur identité morale, faiblement internalisée. Ils vivent peu de tensions, mais une légère culpabilité peut apparaître, ce qui indique que les normes environnementales sont malgré tout intériorisées comme soi normatif. Leur soi redouté écologique est inexistant ou très abstrait, et en l'absence de ce contrepoids, aucun changement comportemental motivant n'est attendu.

*Distants désengagés.* Ces participants présentent un niveau de matérialisme moyen à faible et une préoccupation écologique faible à moyenne. Ils relativisent les enjeux, s'en sentent éloignés ou impuissants. Du point de vue des sois possibles, ni le soi espéré, ni le soi redouté écologiques ne sont élaborés. Ce déficit de soi possible dans le domaine environnemental explique l'absence de tension affective. Ils ne sont pas forcément indifférents à l'écologie, mais cette dernière n'est pas incorporée à leur représentation du futur.

*Ambivalents pragmatiques.* Attachés à la consommation et avec une certaine préoccupation écologique, ces participants cherchent à arbitrer ponctuellement en faveur de l'environnement, sans vraie rupture de mode de vie. La peur face à la crise climatique émerge parfois, signalant la présence d'un soi redouté diffus, mais rarement personnalisé. Leur soi espéré écologique est peu élaboré, ce qui limite la force motivationnelle de leurs aspirations, conformément au mécanisme du soi possible équilibré (Oyserman & Markus, 1990).

*Ambivalents lucides.* Fortement sensibilisés aux enjeux écologiques et avec un niveau moyen de matérialisme, ces participants ressentent des tensions élevées, accompagnées de culpabilité. Celle-ci signale un écart soi réel / soi normatif perçu. Leur réflexivité permet une narration critique des contradictions, mais leur soi possible écologique reste souvent en concurrence avec d'autres sois possibles plus accessibles et attrayants pour leur étape de vie (soi social, soi hédoniste), ce qui limite la conversion de la conscience en action. *« Il y a une différence entre la réalité et ma conscience. […] Mais après, oui, on y réfléchit. »* (George, 24 ans).

*Engagés contrariés.* Ces participants présentent une forte internalisation de l'identité morale écologique, ce qui rend leurs contradictions particulièrement coûteuses au niveau émotionnel. Leur configuration de sois possibles se rapproche d'un équilibre, avec un soi espéré cohérent en termes de comportements, un soi redouté de rester incohérent, mais ils vivent des contraintes perçues comme structurelles (contraintes économiques, offre insuffisante, pression sociale), qui bloquent le rapprochement vers le soi espéré. Leur frustration, l'humour noir et le désengagement émotionnel ponctuel fonctionnent comme des régulateurs de cette tension non résolue.

*Engagés cohérents.* Ces participants ont un mode de consommation globalement aligné avec leurs valeurs, ce qui réduit les écarts de soi et donc les tensions perçues. Leur identité morale écologique est fortement internalisée, souvent incorporée depuis la socialisation familiale. Leurs rares écarts doivent absolument être justifiés ou bien ils sont source d'une grande culpabilité (ex. les voyages en avion). Ils expriment parfois une colère dirigée vers le système ou vers les consommateurs incohérents, ainsi qu'une éco-anxiété liée à leur forte préoccupation environnementale. Chez eux, le soi redouté collectif (un monde dégradé) est vivace, mais le soi redouté personnel (devenir soi-même incohérent) l'est plus encore, ce qui explique l'intensité de la régulation comportementale.

## Discussion et conclusion

En articulant les registres cognitifs, émotionnels, conatifs et la réflexivité morale, cette étude propose une typologie à six profils qui dépasse les grilles classiques centrées sur l'intensité de la préoccupation environnementale ou de l'engagement comportemental (Gilg et al., 2005). La contribution principale est d'identifier la structure des sois possibles écologiques comme variable différenciatrice entre profils. Deux individus exprimant la même préoccupation peuvent alors présenter des configurations très différentes. Par exemple, si l'un dispose d'un soi redouté personnalisé et l'autre non, leur capacité de mobilisation comportementale sera radicalement distincte. Ce résultat invite à réviser la conception standard du *green gap*. L'écart entre attitudes et comportements n'est pas uniforme : il est le produit de configurations identitaires spécifiques, dont la variété explique pourquoi des interventions identiques

produisent des effets différenciés selon les profils. En particulier, l'absence de soi redouté personnalisé constitue un déficit motivationnel structurel qui ne peut être comblé par une simple augmentation de l'information ou de la culpabilisation.

Il convient également de noter que les participants mobilisent des structures narratives différentes et que ces dernières ont des effets régulateurs différents selon leur configuration des sois possibles (ex. « nous sommes la génération sacrifiée »).

Ces résultats appellent à repenser la communication durable en intégrant l'ambivalence dans les récits de marque. Valoriser les efforts progressifs et éviter les injonctions à la cohérence parfaite, qui peuvent paradoxalement décourager les consommateurs les plus ambivalents, représente une piste prioritaire. Les implications diffèrent selon les profils. Pour les profils *matérialistes non préoccupés, distants désengagés, ou ambivalents pragmatiques*, les interventions visant à rendre le soi redouté écologique plus personnel et plus concret pourraient constituer un levier d'activation. Il s'agit alors de connecter les risques environnementaux à des expériences individuelles proches dans le temps et l'espace. Pour les profils *ambivalents lucides* et *engagés contrariés*, la tension est déjà présente et vive. Des solutions pratiques et économiquement accessibles (paniers anti-gaspi, tarifs jeunes, seconde main institutionnalisée) sont indispensables pour lever les contraintes perçues qui limitent le rapprochement vers le soi espéré. Pour les *engagés cohérents*, la valeur réside en partie dans la visibilité et la légitimation sociale de leurs choix, ainsi que dans la réduction du sentiment d'impuissance systémique qui nourrit leur éco-anxiété. Il s'agit alors de renforcer l'espoir qu'ils ont envers un futur plus juste et écologique, notamment grâce à des récits inspirants et engageants.

L'étude repose sur un échantillon qualitatif limité, notamment en termes d'âge, ce qui en réduit la portée de généralisation. Il est à noter qu'il ne contient pas de profil climato-sceptique. Il serait pertinent de répliquer la démarche auprès d'autres tranches d'âge pour tester si la phase liminale constitue un facteur spécifique de la configuration des sois possibles, ou si des profils similaires se retrouvent à d'autres moments du cycle de vie. Une approche longitudinale permettrait en outre de suivre l'évolution des configurations à mesure que les jeunes adultes gagnent en autonomie, et de tester empiriquement si et comment le passage d'un soi redouté abstrait à un soi redouté personnalisé s'accompagne effectivement d'un changement comportemental. De même, il serait intéressant de trianguler cette étude avec des données comportementales. Enfin, une opérationnalisation quantitative de la configuration des sois possibles écologiques constituerait une voie de recherche prioritaire pour en apprécier la validité prédictive.

**Bibliographie**


Aquino, K., & Reed, A. II (2002). The self-importance of moral identity. Journal of Personality and Social Psychology, 83(6), 1423–1440.

Arnett, J.J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. American Psychologist, 55(5), 469–480.

Ashforth, B.E., Rogers, K.M., Pratt, M.G., & Pradies, C. (2014). Ambivalence in organizations: A multilevel approach. Organization Science, 25(5), 1453–1478.

Cherrier, H. (2025). Simple living and voluntary simplicity: navigating inner tensions. Consumption Markets & Culture, 28(1), 1–18.

Dunlap, R.E., Van Liere, K.D., Mertig, A.G., & Jones, R.E. (2000). New trends in measuring environmental attitudes. Journal of Social Issues, 56(3), 425–442.

Durif, F., Roy, J., & Boivin, C. (2011). Is the concept of the green consumer myth or reality ? Academy of Marketing Studies Journal, 15(2), 71–89.

El Haffar, G., Durif, F., & Dubé, L. (2020). Towards closing the attitude-intention-behavior gap in green consumption: A narrative review of the literature and an overview of future research directions. Journal of Cleaner Production, 275, 122556.

Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Stanford University Press.

Gioia, D.A., Corley, K.G., & Hamilton, A.L. (2013). Seeking qualitative rigor in inductive research. Organizational Research Methods, 16(1), 15–31.

Gilg, A., Barr, S., & Ford, N. (2005). Green consumption or sustainable lifestyles? Identifying the sustainable consumer. Futures, 37(6), 481–504.

Harper, D. (2002). Talking about pictures: A case for photo elicitation. Visual Studies, 17(1), 13–26.

Higgins, E.T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. Psychological Review, 94(3), 319–340.

Jaspers, E., & Pieters, R. (2016). Materialism across the life span: An age-period-cohort analysis. Journal of Personality and Social Psychology, 111(3), 451–473.

Luce, M.F., Bettman, J.R., & Payne, J.W. (1997). Choice processing in emotionally difficult decisions. Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 23(2), 384–405.

Maniates, M. (2014). Sustainable consumption — Three paradoxes. GAIA, 23(S1), 201–208.

Markus, H., & Nurius, P. (1986). Possible selves. American Psychologist, 41(9), 954–969.

Otnes, C., Lowrey, T.M., & Shrum, L.J. (1997). Toward an understanding of consumer ambivalence. Journal of Consumer Research, 24(1), 80–93.

Oyserman, D., & Markus, H. (1990). Possible selves and delinquency. Journal of Personality and Social Psychology, 59(1), 112–125.

Séré de Lanauze, G., & Siadou-Martin, B. (2010). Dissonance cognitive et stratégies du consommateur face à une information critique : le cas de la consommation de viande, Revue Française de Marketing, 257 (3/4), 39-60.

Sipilä, J. (2021). Ambivalence in sustainable consumption: A systematic review and research agenda. Journal of Cleaner Production, 304, 127046.

Sipilä, J., Tarkiainen, A., Sundqvist, S., & Puumalainen, K. (2018). Toward conceptualization of consumer ambivalence. Advances in Consumer Research, 46, 449–454.

Van Harreveld, F., Rutjens, B. T., Rotteveel, M., Nordgren, L. F., & Van Der Pligt, J. (2009). Ambivalence and decisional conflict as a cause of psychological discomfort: Feeling tense before jumping off the fence. *Journal of Experimental Social Psychology*, *45*(1), 167-173.

## Annexes

### Annexe 1 : Tableau 1. Caractéristiques sociodémographiques des répondants

| | Pseudo | Genre | Âge | Lieu de résidence | Occupation | Niveau d'éducation (lors de l'entretien) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Pauline | F | 18 | Banlieue de Paris | Étudiante avec emploi étudiant | Bac+1 |
| 2 | Jules | M | 23 | Banlieue de Paris | Étudiant avec emploi étudiant | Bac+4 |
| 3 | Thomas | M | 22 | Banlieue de Paris | Étudiant | Bac+3 |
| 4 | Olivier | M | 21 | Lorient | Actif, intérimaire | Bac |
| 5 | Aline | F | 22 | Banlieue de Paris | Étudiante | Bac+2 |
| 6 | Chloé | F | 24 | Études à Toulouse, vient d'une petite ville | Étudiante | Bac+3 |
| 7 | Anna | F | 22 | Paris | Étudiante | Bac+3 |
| 8 | Salma | F | 22 | Banlieue de Paris | Étudiante | Bac+3 |
| 9 | Inès | F | 24 | Banlieue de Paris | Employée | Bac+5 |
| 10 | Georges | M | 25 | Etudes à Toulouse, vient d'une petite ville | Étudiant | Bac+3 |
| 11 | Thibault | M | 22 | Reims | Employé | Bac+5 |
| 12 | Sophie | F | 21 | Village dans la Drôme | Employée | Bac+3 |
| 13 | Sébastien | M | 18 | Banlieue de Paris | Lycéen | Lycéen |
| 14 | Lucile | F | 19 | Entre village en Normandie et Reims | Étudiante | Bac+1 |
| 15 | Sofiane | M | 19 | Compiègne | Étudiant | Lycéen |
| 16 | Arnaud | M | 25 | Lyon | Employé | Bac+3 |
| 17 | Gaspard | M | 18 | Le Havre | Lycéen | Lycéen |
| 18 | Emma | F | 21 | Paris, a grandi dans la campagne | Étudiante en alternance | Bac+2 |
| 19 | Justine | F | 20 | DROM | Étudiante en alternance | Bac+2 |
| 20 | Louise | F | 20 | A grandi à Rouen, études à Brest, actuellement en Erasmus à l'étranger | Étudiante | Bac+3 |
| 21 | Ava | F | 21 | Entre village dans la Drôme et Lyon | Étudiante | Bac+3 |
| 22 | Margaux | F | 25 | Village dans le Nord | Étudiante | Bac+5 |
| 23 | Simon | M | 21 | En échange à Montréal, vient de Rouen | Étudiant | Bac+3 |
| 24 | Antoine | M | 21 | Grenoble | Étudiant | Bac+3 |

**Annexe 2 : Tableau 2. Synthèse de la typologie des consommateurs ambivalents**

| Profil | Matérialisme | PE | Tension vécue | Écart de soi dominant | Soi possible écologique / Identité morale | Verbatim |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Matérialistes non préoccupés** | Élevé | Faible | Très faible | Soi réel ≈ soi idéal | Soi redouté absent ou abstrait ; faible internalisation morale | « Après, je sais qu'il y a... via les réseaux sociaux, il y a vraiment un truc qui pousse à consommer. Surtout, je le vois avec TikTok. » (Chloé) ; « Je pense qu'à notre échelle, on peut quand même faire un petit peu, mais on ne peut pas non plus tout faire. » (Sophie). |
| **Distants désengagés** | Moyen-faible | Faible-moyen | Quasi-nulle | Pas d'écart saillant | Déficit de soi possible dans le domaine écologique ; indifférence structurelle | « Donc bon, on ne va pas se ronger les cendres pour rien, c'est un truc qu'on ne peut pas régler. » (Gaspard) |
| **Ambivalents pragmatiques** | Moyen-élevé | Moyen | Modérée | Soi réel / soi idéal diffus | Soi espéré peu élaboré ; soi redouté collectif mais non personnalisé | « Dire qu'on essaye de faire mieux, c'est un peu la norme. » (Anna) ; « Je m'intéresse quand même à… à l'impact que ça a sur le monde aujourd'hui. Et ça, ça me fait un peu peur (rires gênés). Sur ce côté-là, j'essaye de faire des efforts aussi, du mieux que je peux… petit à petit. » (Aline) |
| **Ambivalents lucides** | Moyen | Élevé | Élevée, conscience active | Soi réel / soi normatif | Soi possible en concurrence avec sois hédonistes ou sociaux ; culpabilité active | « Je choisis la facilité même si tu dis "bon, je prends pas l'avion pour partir en vacances", tes potes, ils ont envie de partir à tel endroit, tu fais quoi ? Tu dis "moi je pars en vacances, je vais rester ici, je fais rien"… » (Thomas) ; « On n'est pas aidés avec certaines marques qui proposent des choses comme ça, très accessibles et pas forcément de qualité ou éthique. » (Emma). |
| **Engagés contrariés** | Moyen | Très élevé | Très élevée | Soi réel / soi idéal bloqué | Configuration équilibrée (espéré + redouté) ; forte internalisation ; contraintes perçues comme structurelles | « J'ai juste la flemme et vu que j'ai la possibilité d'accommoder ma flemme, je l'accommode. Je pense que c'est tout à fait humain. » (Arnaud) |
| **Engagés cohérents** | Faible | Très élevé | Faible (rares écarts) | Soi réel ≈ soi idéal et normatif | Soi redouté personnel fort (devenir incohérent) ; identité morale très internalisée depuis la socialisation | « Je ne me sens pas trop mal pour l'impact écologique parce que je sais que je suis souvent raisonnable. » (Lucile). |