



INTRODUCTION

Dès qu'il la vit, il sentit avec une fulgurante certitude que la vie à nouveau remuait en lui ; qu'elle allait l'emporter, sans retour, vers les affres et les délices mêlés de la passion, avec une violence qu'il n'avait jamais connue. En un éclair, son existence entière se déploya devant lui, comme si toutes les péripéties, toutes les douleurs, tous les espoirs déçus qu'il avait connus n'avaient eu d'autre sens que de le préparer à cette rencontre, en ce lieu, à cet instant, où tous les nœuds devaient se résoudre dans une explosion de joie et d'espérance. Dès qu'il la vit, il comprit que tous les émois de son cœur n'avaient été jusqu'alors que des accidents ; celui-ci l'engageait tout entier depuis les profondeurs troubles de son enfance. Pour la première fois, à trente-trois ans, il aimait. Il demeura un instant fasciné par la puissance transfigurante de cette apparition, avec le sentiment de se trouver rafraîchi soudain par le vent qui soufflait dans ce champ de fleurs bleues, au bord d'une route vosgienne, lorsqu'il avait manqué de perdre connaissance, après un malaise, au cours du voyage qu'il avait fait, vingt ans auparavant, avec la femme d'un marchand de baromètres. Sébastien s'approcha en tremblant, à demi paralysé par l'émotion et l'émerveillement. « Alors, jeune homme ? Elle vous plaît cette voiture ? », demanda le vendeur.

Maurice Pons, 1968, *Le Festin de Sébastien*

Une lecture empirique et inductive de la consommation automobile

Au départ, nous n'avions qu'une idée vague de la direction à prendre. Sur le GPS de notre véhicule d'observation, nous avons indiqué que nous souhaitions aller « visiter le rapport à l'objet automobile ». Vaste programme. Nous voulions comprendre la place de la voiture dans la

vie quotidienne des individus. Le GPS n'a jamais trouvé la destination. Nous sommes partis malgré tout. Pour certains de nos passagers, le trajet était linéaire ; la tâche pouvait en effet leur paraître aisée. Après tout, nous avons tous une opinion sur l'automobile et chacun mesure l'importance de l'usage d'une voiture dans la vie quotidienne. Pour comprendre le rapport à l'objet automobile, il suffisait d'aller tout droit sans se poser plus de questions. Nous ferions de plus des économies d'énergie ! Pour d'autres, les directions possibles étaient multiples ; le chemin leur paraissait complexe tant le lien qui nous unit à cet objet diffère d'une biographie à l'autre, d'une situation à une autre, d'un lieu à l'autre. À chacun sa façon de penser et de vivre l'automobile. La diversité des histoires personnelles pouvait ainsi nous conduire à adopter un relativisme dont nous aurions du mal à nous extraire. Risquons-nous d'être enlisés dès les premiers kilomètres ?

Une première revue des recherches existantes aurait pu nous aider à construire un itinéraire, à amorcer un questionnement plus construit. En effet, les références ne manquent pas et il n'est qu'à lire les ouvrages passionnants de M. Flonneau (2008, 2009) pour constater la richesse des travaux historiques, sociologiques, philosophiques et artistiques sur l'automobile. Et pourtant il manque un petit quelque chose à ce bel édifice ; ce que nous retrouvons à chaque fois que nous discutons de nos pratiques automobiles ordinaires en famille, entre amis, entre collègues ; ce petit quelque chose – *plein d'ambivalence* ! – qui nous lie à la voiture, celle qui est garée dans la rue, celle que nous utilisons presque tous les jours. Étonnamment, très peu de recherches s'intéressent à l'ordinaire de l'automobilité. Très peu de travaux nous invitent à questionner les pratiques et les représentations quotidiennes des automobilistes. Et très peu le font sans procès. Soit on dénonce l'usage contemporain de la voiture ; soit on y souligne sa dimension magique. Est-ce une faiblesse de notre part de vouloir voyager entre ces deux voies ? Sûrement, mais peu importe. Il nous faut assumer le caractère flottant de notre problématique. Oublions un moment le « bon » ou le « mauvais » côté de l'automobile. Partons sans direction sur ce terrain finalement peu balisé ; puis laissons-nous guider par le quotidien des automobilistes que nous croiserons et qui voudrons bien – *simplement* – discuter avec nous de leurs pratiques les plus ordinaires.

On l'aura compris, cette recherche est d'abord un travail d'écoute et d'observation. Il nous paraît donc essentiel de poser ici les grandes lignes des techniques que nous avons utilisées pour « capter » le vécu automobile de nos informateurs. La recherche repose sur la réalisa-

tion de 110 entretiens semi-directifs menés auprès de 52 possesseurs d'automobile(s)². Dans ce périple, nous avons cherché à rencontrer des possesseurs de voitures typées haut de gamme, des possesseurs de voitures typées sport, puis des adeptes de modèles familiaux, « standards », « décalés », de « prestige ». Ces catégories ont été construites *a priori* et avaient simplement pour objectif de maximiser la diversité des profils d'automobilistes³. Chaque informateur a été rencontré au minimum à deux reprises, et chacune des rencontres durait entre 2h et 3h.

Le questionnement s'effectuait en quatre parties. Dans un premier temps, nous avons réalisé une histoire de vie centrée sur la voiture. La rencontre avait lieu au domicile de la personne. L'idée était de reconstituer la biographie automobile de l'individu en nous appuyant sur tous les souvenirs relatifs – *de près comme de loin* – à l'objet voiture : les souvenirs d'enfance, ceux de la voiture familiale, l'apprentissage de la conduite, le passage du permis ; puis les souvenirs concernant l'achat et l'usage de la première voiture, etc. L'idée consistait ensuite à remonter la biographie automobile de la personne – *et celle de ses proches* – jusqu'à la voiture actuellement possédée. En revenant sur les souvenirs, l'histoire de vie – *ou la trajectoire de vie* – donne une épaisseur à l'analyse. La technique « permet de relier les actions et interactions actuelles avec un ensemble d'expériences sociales qui participent de la formation des acteurs sociaux tels qu'ils se présentent à nous » (Garabuau-Moussaoui, 2002).

La deuxième partie de l'entretien consistait à retracer un itinéraire de pratiques autour de la voiture actuellement possédée. Pour D. Desjeux, la décision de consommer est considérée comme une « suite de transactions collectives tout au long d'un itinéraire fait à la fois de social, de matériel et de symbolique » (Desjeux, 2006). Dans un premier temps, nous nous sommes intéressés au processus d'achat du dernier véhicule. Parmi les thèmes abordés, nous avons notamment : une description de la (ou des) voiture(s) possédée(s), puis l'élément déclencheur de la décision d'acheter ou de changer de véhicule, l'idée de départ, l'étape de la recherche d'information, les visites sur les lieux de vente, les essais, les choix, la formalisation du contrat, la livraison, les premiers aména-

2 Nous ne reviendrons pas ici sur l'intégralité des cas rencontrés. Tous nous ont cependant servi à formaliser le modèle.

3 Nous nous sommes également attachés à veiller à la diversité des profils en termes de sexe, d'âge et de situation familiale. Les personnes rencontrées habitent Paris et la banlieue parisienne.

gements dans la voiture, ceux (en lien avec la voiture) dans l'habitation et éventuellement dans le garage, etc. Nous nous sommes ensuite intéressés aux différentes pratiques associées à l'usage de l'objet, avec par exemple : les pratiques de mobilité sur la dernière semaine écoulée, les déplacements pour le travail, ceux effectués pour les courses, pour la famille, pour les loisirs et les vacances, les trajets occasionnels et les déplacements « sans voiture » ; puis nous avons questionné des pratiques aussi diverses que la gestion administrative associée à l'automobile, le nettoyage et le stationnement du véhicule, l'entretien technique, la conduite, l'installation et les aménagements dans l'habitacle, la vie à bord, le suivi de la consommation de carburant, la revente de la voiture, etc. Nous avons également demandé à nos informateurs de nous montrer tous les « objets voiture » – *les objets directement ou indirectement liés à la voiture* – présents à l'intérieur du logement. À la fin du premier entretien, nous avons effectué une visite de la voiture, en en profitant pour observer le lieu de stationnement du véhicule.

Dans un troisième temps, nous avons demandé à l'informateur de réaliser son propre « reportage photographique ». À la fin du premier entretien, nous avons remis un appareil photo jetable à l'interviewé en l'invitant à photographier les éléments qu'il trouvait « positifs » et ceux qu'il estimait « négatifs » dans sa voiture, à l'extérieur comme à l'intérieur. La question était volontairement floue et naïve. L'enquêté devait nous renvoyer l'appareil photographique afin que nous puissions les développer avant le deuxième entretien. Ces clichés nous ont servi de supports de discussion lors de la seconde interview.

La quatrième partie de la rencontre pourrait s'apparenter à « un jeu ». Nous avons proposé aux enquêtés de réagir sur des stimuli représentant des éléments constitutifs de la voiture. Nous avons ainsi sélectionné différentes familles de stimuli : trois planches de photos de phares de voitures, une planche montrant différents coloris de carrosserie, puis des visuels de sièges conducteur, de tableaux de bord et d'ordinateurs de bord. Nous avons également présenté une liste de noms de marques de constructeurs automobiles. Nous avons enfin enregistré trois sons⁴ de voitures que nous avons fait écouter par l'intermédiaire d'un casque. Ces sons duraient deux minutes chacun. Le scénario était toujours le même : voiture à l'arrêt, démarrage, passages de vitesses, grosse

4 Les sons ont été enregistrés par l'équipe Acoustique du Département Perception et Facteurs Humains (PSA Peugeot Citroën, Direction de la Recherche et de l'Innovation) : Vincent Roussarie, Florent Richard et Mickaël Sauvage. Les photographies ont été sélectionnées avec l'aide de Florent Richard.

accélération, phase stabilisée, décélération, arrêt, extinction. Les trois voitures avaient un typage sonore marqué. Dans cette quatrième partie, les stimuli étaient volontairement nombreux. Nous avons simplement demandé aux enquêtés de nous lister « les plus » (ce que la personne aime) et « les moins » (ce qu'elle n'aime pas). Nous relançons bien évidemment sur chacun des commentaires. L'objectif principal de cette phase était d'appréhender la manière avec laquelle l'individu pénètre l'univers automobile, comment il le lit, comment il verbalise sur l'objet.

À la fin de l'entretien, suivant le temps qui nous était imparti et en fonction des thématiques déjà abordées durant la rencontre, nous avons également posé quelques questions générales, par exemple : la voiture et l'environnement, la voiture et l'énergie, la voiture et la ville, la voiture et l'économie, la voiture et la sécurité, etc. De manière facultative, nous avons fait réagir les enquêtés sur un set de photographies prises par d'autres informateurs.

Précisons enfin un point de méthode essentiel : ce travail est loin d'être une recherche individuelle. C'est le fruit d'une démarche collective menée en partenariat avec le Magistère de Sciences Sociales (La Sorbonne, Université Paris Descartes) et le Département Perception et Facteurs Humains (PEFH) de la Direction de la Recherche et de l'Innovation Automobile du Groupe PSA Peugeot Citroën. Plusieurs études ont ainsi accompagné la formalisation du modèle que nous présentons dans cette recherche. Ce sont autant de points de vue exploratoires qui ont enrichi la démarche. Il y a d'abord eu l'enquête de Mélody Mabit⁵ sur la notion de qualité automobile. Notre recherche intègre d'ailleurs une analyse secondaire d'un entretien réalisé par cette sociologue : il s'agit du cas de Jérôme. Puis Anaïs Rocci⁶ a engagé un questionnement sur le processus d'achat des berlines. Nous avons ensuite mis en place une recherche plus vaste sur la couleur et l'automobile avec Agnès Golfier⁷,

5 Mélody Mabit (2003) *De l'achat à l'usage, de la qualité perçue à la qualité vécue. Voiture et culture matérielle*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

Mélody Mabit (2003) *La voiture au fil du cycle de vie. Voiture et culture matérielle*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

6 Anaïs Rocci (2003) *Processus de décision d'achat de voiture et construction des critères de choix*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

7 Agnès Golfier (2004) *Impact de la culture sur la représentation des couleurs*, Rapport d'étude PSA Peugeot Citroën.

Stéphanie Vincent⁸ et Virginie Gautereau⁹. Stéphanie Vincent¹⁰ s'est parallèlement intéressée au profil des possesseurs de monospaces. Sous l'impulsion de Dominique Desjeux et avec le soutien de Laurent Yvart de l'institut *Tns Sofres*, nous avons enfin questionné le rapport à l'automobile au sein d'un groupe de jeunes résidant dans la banlieue d'une petite ville de province. Cette enquête a été réalisée par Fouzia Ouelhadj¹¹. Ajoutons à cela une vaste étude sur « l'univers enfant ». Cette recherche réalisée par les étudiants de troisième année du Magistère (2003)¹² intégrant à notre demande un certain nombre de questions sur la voiture.

Une analyse hypertexte de la consommation automobile

Comme prévu, la profondeur du questionnement et la diversité de l'échantillon nous ont donné accès à un terrain à la fois riche et complexe. Nous disposons désormais d'une gigantesque boîte noire contenant une collection de pratiques diverses, chacune d'entre elles mettant en jeu des acteurs et des objets – *plus ou moins* – en relation les uns avec les autres. Tout le travail a ensuite consisté à manipuler cette diversité, à prendre en compte chaque unité d'observation (un élément matériel, un territoire, un acteur) et à comprendre ce qui faisait lien entre ces unités. L'ambition était de donner à voir différents réseaux de liens, de comprendre comment cette diversité de pratiques « se tenait ». Nous avons progressé lien après lien, jusqu'à obtenir plusieurs systèmes de liens (ou réseaux¹³). L'esprit de la méthode d'analyse s'inspire de l'approche hypertexte. Chaque unité d'observation peut être engagée dans un ou plusieurs systèmes de liens. L'analyse n'est en rien linéaire. C'est une approche hypertexte dans la mesure où rien n'empêche d'ajouter

8 Stéphanie Vincent (2004) *La couleur : de la perception au processus de choix. Une approche par échelle*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

9 Virginie Gautereau (2005) *Le risque social de la couleur : étude de l'itinéraire de la couleur originale dans l'habitation*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

Virginie Gautereau (2005) *L'habitation : modes d'appropriation et représentations du confort*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

10 Stéphanie Vincent (2004) *Les dimensions individuelles et sociales de la voiture : le cas du monospace*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

11 Fouzia Ouelhadj (2005) *Le processus d'achat d'une voiture chez deux groupes de jeunes âgés de 20 à 26 ans, et l'enjeu de la marque*, Université Paris Descartes et PSA Peugeot Citroën.

12 Collectif, Magistère 3^e année (2003) *L'univers enfant. La co-construction des identités parent et enfant dans l'espace domestique*, Université Paris Descartes.

13 C'est une « sociologie des associations » (Latour, 2007).

ou de retirer des unités d'observation à notre fameuse boîte noire ; rien n'interdit de tisser de nouveaux maillages au gré des analyses futures. Mais pour que ce travail de déconstruction reste évolutif, améliorable, appropriable, il est essentiel d'être totalement transparent sur les unités d'observation qui font l'objet de cette « mise en liens ». C'est pourquoi nous avons choisi délibérément d'exposer tout ce qui « fait lien » : ceci nous a conduits à construire l'analyse en donnant à voir les observations et le discours des informateurs. Certains lecteurs penseront sûrement que nous le faisons avec excès. Ils pourront se sentir déconcertés à la lecture d'un texte restituant – *et souvent sur plusieurs lignes* – l'oralité du discours de nos amateurs de voiture. Qu'ils veuillent bien nous en excuser. Nous aurions pu – *comme il est parfois de coutume de procéder* – paraphraser les propos des informateurs. Nous aurions certainement gagné en confort de lecture, mais nous aurions à coup sûr perdu en information et en sensibilité. Nous aurions pu exposer directement les réseaux analysés sans donner à voir les unités d'observation qui nous ont permis de les construire (ce que nous faisons d'une certaine manière dans la conclusion), mais nous les aurions alors « naturalisés ». Or ces liens sont construits par l'analyste et ne demandent qu'à être confirmés, mis en doute, puis enrichis par de nouvelles observations¹⁴ et analyses. On le voit, l'approche hypertexte propose de concevoir l'analyse sur un mode cumulatif. Le modèle n'est en rien déterministe. Considérons-le simplement comme un outil qui a pour ambition d'aider à « décomplexifier » la diversité des comportements observables et de nous accompagner dans la caractérisation du rapport à l'objet. Pour que le modèle reste manipulable à travers les recherches successives, il est essentiel de multiplier les prises¹⁵.

Dans le même esprit, l'approche est hypertexte dans ses applications. Libre en effet au praticien de travailler sur des unités d'observation brutes (verbatim, photographies...) ou sur les « liens hypertextes » identifiés par l'analyste pour concevoir des scénarios d'usage, pour développer un nouveau concept de produit ou service, pour trouver des axes de communication, pour faire de la prospective, voire pour alimenter un discours critique. Notons au passage que la dimension

14 Nous pourrions par exemple enrichir la diversité du modèle en allant interviewer des possesseurs de voitures habitant à la campagne, des « sans voiture » (comportement subi ou choisi), des collectionneurs de voitures anciennes, etc. Nous pourrions ensuite étendre le terrain d'enquête à l'interculturel.

15 L'exposition du « terrain de la recherche » a en outre un second avantage, celui de rendre plus visibles les acteurs que sont les enquêtés dans le système d'action concret du travail scientifique.

critique réapparaît à cette étape. Certes, pour questionner l'automobilité contemporaine, il nous a fallu en sortir. En revanche, si le modèle présenté ici est plutôt neutre dans son élaboration scientifique, il peut prendre un volet critique dans sa mise en application. Ce modèle peut servir à un département de conception automobile, mais il peut profiter en parallèle aux groupes de pression et aux politiques qui cherchent à sortir le consommateur de la dépendance automobile. Pour parler par exemple d'altéromobilité, il nous paraît en effet essentiel de comprendre ce qui constitue l'automobilité dans ses fondements.

Premier itinéraire : l'attachement à l'automobile

Au départ de notre périple, nous avons indiqué à notre GPS que nous souhaitions aller « visiter le rapport à l'objet automobile ». Au fur et à mesure de notre voyage, nous avons constaté qu'il n'y avait pas un seul et unique chemin linéaire et avons identifié plusieurs pistes privilégiées parmi les nombreuses alternatives possibles. Nous avons ainsi choisi de déconstruire le rapport à l'objet automobile sur la base de trois réseaux de nature très différente. Ces systèmes de liens, nous les avons nommés « attachement », « expertise » et « partage »¹⁶. Schématiquement, l'idée initiale était de dire que l'attachement¹⁷ concernait la dimension affective de l'objet, toutes les « petites bizarreries ordinaires » autour de la voiture : la tristesse que l'individu ressent à l'idée de s'en séparer, l'agacement qu'il ressent à la vue d'une rayure sur la carrosserie, son envie de dominer la route ou son angoisse de l'accident, les pratiques de bichonnage de son véhicule, etc. L'expertise apparaissait comme une dimension plus rationnelle. Elle intégrait un raisonnement, une idée de

16 Soulignons que plusieurs chercheurs ont travaillé sur des approches similaires. Parmi les travaux des chercheurs français, nous pensons par exemple à l'analyse de S. Chevalier sur l'espace domestique (1992, 1998), à celle de J.C. Kaufmann sur le linge (1992), à celle de I. Garabua-Moussaoui sur l'alimentation et la cuisine (2002), à celle de C. Bromberger sur les passions ordinaires (1998), à celle de D. Desjeux, A. Monjaret et S. Taponier sur les objets du quotidien et le déménagement (1998), ou encore, à celle – *plus lointaine* – de J.P. Warnier lorsqu'il fait une « ethnographie de la mise en objets » dans une chefferie des hauts plateaux à l'ouest du Cameroun (1999). Chacun, à leur manière, nous parlent d'attachement, d'expertise et de partage. Notre recherche profite à la fois de cet élan et du dynamisme des approches anglo-saxonnes de la culture matérielle (Appadurai, 1986, Miller, 1987, McCracken, 1988, Belk, 1988).

17 Notre approche de l'attachement est plus modeste que celle proposée par A. Hennion (1993) ; pour nous, l'attachement se limite aux liens de nature affective, sensible, émotionnelle. Dans l'exposé, nous parlerons également « d'attachement automobile ».

travail pour acquérir une compétence, un but à atteindre, des normes à respecter, des repères qui accompagnent l'action et qui permettent de l'évaluer. Le partage concernait enfin les règles de distribution des pratiques et des objets en lien avec l'automobile, les modalités d'échange entre les individus, les jeux de partage et de monopole autour de l'objet automobile. À chaque itinéraire ses paysages. Dans cet ouvrage, nous emprunterons le premier itinéraire, celui de l'attachement.

Attachement

*La dimension affective de l'objet
– « l'objet chaud » – les « petites
bizarreries » autour de la voiture*



Le rapport à l'automobile

Expertise

*La dimension rationnelle – le
calcul – un but à atteindre – une
idée de compétence et de travail*

Partage

*La distribution des « ingrédients »
de l'attachement et de l'expertise
– une idée de contrat social*