



Principes, enjeux et limites de la théorie des pratiques pour le marketing

Philippe Robert-Demontrond, Amélie Bellion, Théophile Beausset

► To cite this version:

Philippe Robert-Demontrond, Amélie Bellion, Théophile Beausset. Principes, enjeux et limites de la théorie des pratiques pour le marketing. Management & sciences sociales, 2020, 28, pp.93-105. <hal-02872478>

HAL Id: hal-02872478

<https://hal.science/hal-02872478v1>

Submitted on 25 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Copyright - All rights reserved

Principes, enjeux et limites de la théorie des pratiques pour le marketing

Philippe Robert-Demontrond

Professeur Agrégé des Universités, IGR-IAE de l'Université de Rennes 1, CREM UMR CNRS 6211
philippe.robert@univ-rennes1.fr

Amélie Bellion

Maître de Conférences, Université Rennes 2, Laboratoire LiRIS EA 7481
amelie.bellion@univ-rennes2.fr

Théophile Beausset

Business Developer au sein de la start-up Procsea
theophile.beausset@gmail.com

Cet article vise à présenter les contours théoriques de la théorie des pratiques sociales (TPS), sa portée heuristique pour le champ du marketing ainsi que ses limites. Au confluent de théories sociologiques, philosophiques et anthropologiques, la TPS s'est notamment intéressée aux pratiques de consommation qu'elle a étudiées en s'éloignant des conceptualisations cognitiviste et culturelle. Elle propose d'étudier la consommation dans sa dimension active en se focalisant essentiellement sur le « faire ».

Mots clés : théorie des pratiques sociales, consommation, corporéité, marketing.

This article aims to present the theoretical outlines of the theory of social practices (TPS), its heuristic scope for the field of marketing as well as its limitations. At the confluence of sociological, philosophical and anthropological theories, the GST has been particularly interested in the consumer practices it has studied moving away from cognitive and cultural conceptualizations. It proposes to study consumption in its active dimension by focusing essentially on «doing».

Keywords: social practice theory, consumption, corporality, marketing.

Introduction

Une théorie est un ensemble de propositions qui, en cherchant à expliquer pourquoi, ou comment les faits se présentent tels qu'ils sont, identifie les entités à scruter (entités jugées pertinentes et importantes) et dans quelles relations ces entités se trouvent, les unes par rapport aux autres. L'un des principaux effets de toute théorisation est ainsi l'accent mis sur certains traits du monde et non sur d'autres - délibérément occultés, puis oubliés.

Le marketing a envisagé la consommation selon respectivement : i) la *Behavioural Decision Theory* (BDT), focalisée sur l'explication causale des jugements et des choix, polarisée sur une conception du consommateur comme être calculateur, examinant de manière régulièrement exclusive les aspects cognitifs des processus décisionnels ; ii) la *Consumer Culture Theory* (CCT), focalisée sur la compréhension des aspects sociaux et culturels de la consommation, polarisée sur une conception du consommateur comme créateur de sens, sensible aux significations symboliques (Arnould et Thompson, 2005). Visant à pallier les oublis de la BDT, la CCT envisage la consommation comme moyen de produire et dire des identités, des styles de vie et des personnalités.

Ce faisant, la CCT incline à surestimer l'autonomie des consommateurs (Halkier *et al.*, 2011). Elle tend par ailleurs à négliger l'investigation des comportements routiniers, habituels ; elle met par trop l'accent sur les comportements rares, sinon même anormaux, spectaculaires, à forte charge symbolique (Molander, 2011). Elle perd de vue le fait que la consommation quotidienne peut aussi impliquer des significations et un symbolisme profonds. Et elle néglige le fait que tout comportement implique un engagement corporel.

Ce que vise à saisir la théorie des pratiques sociales (TPS). Régulièrement présentée comme un correctif et une alternative au « virage culturel » (Welch, 2017), celle-ci se déploie depuis peu avec vigueur, suscitant par ses promesses de nouveauté théorique et méthodologique un vif intérêt dans le champ des études académiques de la consomma-

tion. Il s'agit ici d'en présenter les contours et les grands principes, puis d'en examiner l'intérêt et les limites, pour le marketing.

Cadres théoriques et applicatifs de la théorie des pratiques

La TPS constitue une école de pensée qui, originellement développée par Schatzki (1996) et Reckwitz (2002), offre de nouvelles façons d'analyser et comprendre le vécu des consommateurs. La TPS délivre une alternative aux dichotomies habituelles entre idéalisme et matérialisme, agence et structure ; une alternative au modèle de l'*homo oeconomicus* et au modèle de l'*homo sociologicus* ; une alternative à l'opposition classique entre perspectives holistes et individualistes. Explicitement inspirée d'une philosophie de l'action puisée chez Heidegger et Wittgenstein, et poursuivie par Bourdieu et Giddens, la TPS vise à saisir les comportements comme des performances observables, et comme des entrelacs de « dire et faire » (d'activités et de représentations), guidés par des buts et façonnés par des normes.

Cadres philosophiques et conceptuels

La TPS est avant tout une entreprise épistémologique. Elle engage une réflexion métaphysique, plus précisément ontologique, en ce qu'elle questionne les entités à scruter - en interrogeant la nature ou les caractéristiques de base des constituants fondamentaux de la vie sociale (Schatzki, 1996, 2002). L'idée est alors que les recherches ontologiques ne permettent pas de produire et définir des théories explicatives, mais permettent de fournir des ressources explicatives. Toutes les approches relevant de la TPS - marquée par une très grande diversité -, retiennent la même ontologie. Toutes affirment la pratique comme l'unité d'analyse, l'entité de base à investiguer (Røpke, 2009), l'« entrée empirique » à considérer.

Les pratiques sont des entités, socialement et culturellement reconnaissables, plus larges que les comportements. Selon la définition princeps qu'en délivre Reckwitz (2002, p. 249), articulant des dimensions à la fois cognitives, normatives et matérielles, les pra-

tiques sont des types d'actions routinisées qui se composent de plusieurs éléments, interconnectés les uns aux autres, dans des configurations globalement cohérentes intégrant des formes d'activités corporelles et des formes d'activités mentales, des choses, des savoirs et des savoir-faire, des compétences corporelles, des règles, des directives explicites et/ou implicites, des états émotionnels et des motivations.

La TPS affirme plus précisément que les pratiques sociales se composent de trois éléments considérés en « *nexus* » (Schatzki, 2002) : *i*) elles sont dotées d'un sens, tacite, de ce qu'il faut faire ; *ii*) elles font l'objet de règles, de prescriptions explicites, d'instructions ou d'exigences sur les façons de faire ; et *iii*) elles sont associées à des structures téléoaffectives (Schatzki, 2002) – couplages de fins, projets et d'émotions jugées acceptables (Reckwitz, 2002 ; Warde, 2005).

Dans une autre perspective analytique, qui tient plus compte de la composante matérielle des pratiques - des « arrangements » d'objets, toujours mobilisés (Schatzki, 2010, 2011), « ontologiquement et dynamiquement fondamentaux » (Schatzki, 2012) - les pratiques sont à penser selon trois dimensions entrelacées (Arsel et Bean, 2013 ; Epp et Price, 2010 ; Hui, 2012 ; Magaudda, 2011 ; Truninger, 2011 ; Woermann, 2012), respectivement liées : *i*) aux objets, aux matériaux, aux dispositifs physiques et aux technologies ; *ii*) aux compétences et aux aptitudes ; *iii*) aux significations, aux compréhensions symboliques et aux représentations, aux émotions. Les pratiques, dans cette perspective, sont le résultat de l'articulation performative de ces trois éléments, guidés par des structures télé-affectives (Shove et Pantzar, 2005 ; Magaudda, 2011). Toute modification de l'un ou l'autre d'entre eux entraîne des changements dans la définition des pratiques - qui sont donc à concevoir de manière dynamique, dans leurs évolutions et/ou potentiels d'évolution (Shove *et al.*, 2012).

Au-delà de ces premières caractérisations, centrées sur les pratiques comme entités (comme interconnexions d'activités par des objets matériels, des compétences et des significations), actualisées par des performances (toujours variées dans leurs

modalités), les pratiques sont à penser analytiquement en termes hiérarchiques, d'enchâssement. Dans cette perspective, la TPS propose de distinguer entre pratiques dispersées et intégratives (Schatzki, 2010, 2011). Les premières s'articulent autour d'un seul type d'action et s'observent à l'identique dans des domaines variés de la vie sociale. Les secondes relèvent de ce que les pratiques peuvent être couplées avec d'autres pratiques, formant ainsi des ensembles de pratiques - intégratives. Cela se produit, comme le pointe Schatzki (2011) : *i*) lorsque les pratiques comportent en leur organisation un élément commun ; *ii*) lorsqu'un élément composant d'une pratique n'est pas indépendant d'un élément différent, constituant d'une autre pratique ; *iii*) lorsque les événements en fonction desquels les praticiens agissent ou réagissent, et les contextes dans lesquels ils opèrent, sont communs ; *iv*) lorsque les pratiques sont liées par des chaînes d'action ; *v*) lorsqu'une personne qui exerce une pratique pense ou imagine quelque chose de relatif à une autre pratique, ou en fonction de cette autre pratique. L'absence ou la présence de structures téléoaffectives, comme le notent Arsel et Bean (2013), permet notablement de différencier les pratiques dispersées et intégratives. Ces structures téléoaffectives assurent l'orchestration des pratiques dispersées et leur intégration dans des entités où objets, actions et significations sont continuellement connectés.

Toujours dans la perspective d'une pensée hiérarchique des pratiques, la TPS avance par ailleurs, d'une part, pour caractériser lexicalement le fait que les pratiques sont en situation de co-dépendance, sont prises dans des relations co-constitutives, le concept de « grappes de pratiques » (Shove *et al.*, 2012) et celui de « constellations » (Hui *et al.*, 2017 ; Schatzki, 2002) ; d'autre part l'idée de « méta-pratiques », de pratiques intégratives s'avérant plus importantes que d'autres, ayant plus d'influence sur les ordres sociaux (Molander, 2011) ; et encore le concept de « compréhension générale », pour traiter les phénomènes culturels qui transcendent les frontières entre pratiques intégratives (Welch et Warde, 2017).

Le tableau 1 rassemble et définit les concepts centraux dans la théorie des pratiques.

Tableau 1

Index synthétique des principaux concepts constitutifs de la théorie des pratiques

Concepts	Approche du concept retenue dans la TPS
Apprentissage	La pratique est inscrite dans une dynamique qui intègre des mécanismes d'acquisition, de destruction, de stabilisation, d'actualisation ou d'évolution du « faire ».
Co-dépendance	La pratique résulte de l'assemblage, de l'arrangement ou de l'interconnexion d'éléments de natures variées.
Corporéité	La pratique est une compétence incarnée.
Performance	La pratique existe au travers de l'action, de la réalisation d'un acte.
Pratiques	La pratique est l'unité centrale d'analyse de la TPS. Il existe deux types de pratiques : i) les pratiques dispersées, identifiables dans de nombreux contextes sociaux mais prenant une forme souvent invariante ; ii) les pratiques intégratives, plurielles, souvent combinées à d'autres formes de pratiques.
Ressources	La pratique se compose de ressources : i) socio-normatives : « ce qu'il faut faire » ; ii) cognitives : « ce qu'il faut savoir pour faire » ; iii) matérielles : « ce qu'il faut avoir pour faire » ; iv) corporelles : « ce que l'individu engage physiquement et émotionnellement pour faire ».
Routines	La pratique est intégrée dans un cadre spatiotemporel, elle donne une structure temporelle au quotidien dont peuvent émerger des habitudes.

Enjeux théoriques

Alors que le modèle de l'*homo economicus* explique l'action en ayant recours à des finalités, des intentions et des intérêts individuels et que le modèle de l'*homo sociologicus* explique l'action en pointant vers des normes et des valeurs collectives, des structures cognitives et symboliques qui canalisent selon certaines formes les interprétations du monde, la TPS propose d'expliquer comment les actions, structurées dans des pratiques, peuvent à la fois permettre de produire et reproduire les structures sociales, et comment, en retour, ces structures sociales peuvent s'imposer comme des contraintes à l'action, par le biais des pratiques. Ce en quoi elle intègre les trois idées du « triangle de Berger et Luckmann » - posant i) que la société est une réalité objective ; ii) que la société et la culture façonnent les individus ; iii) que la société et la culture sont produites et reproduites à travers les

actions et interactions humaines.

À l'encontre des modèles de l'*homo economicus* et de l'*homo sociologicus*, la TPS pointe en critique leur commune conception de l'action comme entreprise hautement réflexive et intellectuelle. L'un et l'autre modèle sont centrés sur « l'esprit » - calculant ou discourant, chiffrant ou déchiffrant, comptant ou contenant, racontant. Au contraire de cette perspective, la TPS propose de placer les choses, le corps et les connaissances pratiques, les routines, au centre des analyses. Les individus n'apparaissent que comme porteurs ou hôtes d'une pratique.

Il s'agit là d'une rupture radicale par rapport aux approches plus conventionnelles dans lesquelles la compréhension, les savoir-faire, les significations et les objectifs sont considérés comme des attributs personnels. La TPS, suivant en cela Reckwitz (2002, p. 250) pro-

pose de les considérer bien plutôt comme des éléments composants et des propriétés de pratiques auxquelles participe un individu.

La TPS pointe l'importance des choses. La reconnaissance de leur rôle constitutif, relativement aux pratiques, comme ressources à consommer et/ou à **utiliser, implique toujours**, pour comprendre les pratiques, une étude (longtemps négligée) des artefacts et des configurations matérielles à leur fondement (Schatzki *et al.*, 2001). Par-delà, c'est le « quotidien », l'ordinaire, le « monde de la vie », qui s'avère à questionner.

La TPS pointe l'importance du temps et des routines. D'une part, les pratiques façonnent le temps, fondent l'organisation temporelle du quotidien, le rythment et le structurent en profondeur (Røpke, 2009 ; Shove *et al.*, 2009 ; Wahlen, 2011) ; d'autre part, l'engagement récurrent dans des pratiques les fait stables et durables, l'expérience enclenchant des formes de routinisation (Halkier *et al.*, 2011), de construction d'habitudes. Contre les réticences usuelles à **l'exploitation de ce dernier** concept (Warde et Southerton, 2012), la TPS insiste sur son importance première : l'habitation caractérise fondamentalement la vie quotidienne.

La TPS pointe en conséquence immédiate de ce point l'importance du corps, de la « compréhension pratique » (Schatzki, 2002), des connaissances incorporées, tacites. Elle insiste sur l'idée que l'activité repose sur quelque chose qui ne peut être mis en mots (Schatzki, 2012), qu'il est de l'indicible. Celui-ci est cette cognition singulière qui permet d'agir au quotidien, de faire, sans que l'on sache comment l'on fait ce que l'on fait, sans que l'on soit capable d'en rendre compte. Cette cognition, pré-réflexive, relève de la routinisation des pratiques, de la production d'habitudes. Ce que pointe alors la TPS, c'est que si la délibération, le calcul et la décision font partie de tout répertoire de conduite, il n'est pas légitime que la recherche focalise l'élaboration de ses modèles sur ces seuls moments. La TPS rejette ce privilège extrême accordé à la rationalité délibérante dans les comptes rendus de la vie quotidienne (Cerulo, 2010 ; Martin, 2010 ; Vaisey, 2008).

Perspectives applicatives hors et en marketing

D'abord développée dans une perspective essentiellement théorique, fortement philosophique, la TPS donne lieu, depuis 2005-2010, à des travaux empiriques variés, de plus en plus nombreux, d'une part en sociologie des organisations (cf. Feldman et Orlikowski, 2011 pour une synthèse), d'autre part en sociologie de la consommation (e.g., Postill, 2010 ; Whalen, 2011), des activités sportives, de loisirs (e.g., Shove et Pantzar, 2005) ou encore en consommation durable (Shove, 2010 ; Warde, 2005). En chaque cas, se tourner vers la pratique signifie d'emblée reconnaître la concrétude des faits et phénomènes sociaux étudiés, se soucier de leur matérialité, du sensible, des contextes et des circonstances (Warde, 2014). Se tourner vers la pratique signifie aussi, vraie révolution copernicienne, considérer les consommateurs comme les « hôtes » de celles-ci (Shove *et al.*, 2012) - des vecteurs (Reckwitz, 2002). Déplacement de l'entité étudiée, des individus vers les pratiques, décentrement qui présente d'importantes vertus heuristiques (Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013).

La TPS n'a été que récemment considérée dans le champ français - s'inscrivant alors dans la continuité des travaux de chercheurs britanniques (e.g., Gregson *et al.*, 2009 ; Barnett *et al.*, 2010 ; Shove, 2003, 2012 ; Warde, 2005), et scandinaves (e.g., Røpke, 2009 ; Gram-Hanssen, 2011 ; Spaargaren *et al.*, 2013 ; Thøgersen et Grønhoj, 2010), travaillant essentiellement dans le champ de la sociologie de la consommation durable et du consumérisme éthique, politique (e.g., Cohen et Murphy, 2001 ; Halkier *et al.*, 2011 ; Monreal *et al.*, 2016 ; Naus *et al.*, 2014 ; Shove *et al.*, 2012 ; Wilhite, 2013).

Méthodologies

Dans l'étude des comportements de consommation, la TPS se concentre sur la routine, l'accoutumance, la tradition, la conscience pratique, les connaissances implicites. Elle fournit un cadre d'analyse qui permet à la fois d'étudier les relations sous-jacentes entre différentes pratiques et de réfléchir à la

façon dont les pratiques se transforment en modèles de consommation plus stables (Crivits et Paredis, 2013). Elle adopte une vision holistique de la consommation, en mettant l'accent à la fois sur la nature des routines et leur rôle dans la vie des gens, ainsi que sur les désirs, les besoins et les émotions des consommateurs. Connaître les pratiques quotidiennes qui ont un sens et un but pour les consommateurs est donc essentiel pour bien comprendre la consommation (Molander, 2011).

En raison de la nature hétérogène des pratiques, il s'avère difficile d'établir des catégories empiriques permettant d'en assurer la description. C'est pourquoi Crivits et Paredis (2013) affirment que la recherche TPS doit être centrée sur la « co-détermination de la théorie (conceptualisation des contingences dans les pratiques) et l'objet de la théorie (catégories de comportements routiniers spécifiques) » (p. 5). Les classifications descriptives sont en partie déterminées par la pratique faisant l'objet de l'enquête.

Nicolini (2012) élabore un ensemble de méthodes pour l'application de la TPS, qui comprend deux mouvements de base : le « zoom avant » et le « zoom arrière ». Ce dernier vise à savoir comment une pratique s'insère dans un ensemble plus vaste de pratiques, co-dépendantes et co-constitutives, à voir l'imbrication (Spurling *et al.*, 2013) de la pratique étudiée avec d'autres pratiques - formant ainsi les « grappes de pratiques » évoquées plus avant (Shove *et al.*, 2012).

L'attention particulière à la dynamique et au changement des pratiques est pensée en termes de « carrière d'une pratique » (Shove *et al.*, 2012, p. 41) : il s'agit alors de déterminer comment toute pratique est adoptée, exécutée ou « portée » par des individus et comment les pratiques recrutent les praticiens (et les perdent). En effet, la pratique est aussi une histoire d'engagement. Selon le niveau d'implication des individus dans la pratique, des différences internes peuvent se créer en sein du groupe. Les connaissances techniques, l'éducation, les opportunités, les ressources à disposition peuvent créer des rôles (Warde, 2005). La durabilité des pratiques dépend aussi de la situation spatiale

et sociale (Warde, 2005). L'implémentation de nouvelles technologies, infrastructures ou lois peuvent largement faire évoluer les pratiques (Warde, 2005 ; Halkier *et al.*, 2011 ; Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013). C'est alors que le besoin d'obtenir le récit de la pratique émerge chez le chercheur. Il lui faut comprendre et collecter l'historique de sa genèse et de son évolution. Il lui faut donc mobiliser des méthodes narratives, opérantes pour une analyse en profondeur, *in situ* voire incarnée, d'une performance. Les méthodes les plus fréquemment employées intègrent la conduite d'entretiens individuels et collectifs en profondeur (Halkier et Jensen, 2011 ; Magaouda, 2011), la réalisation d'observations participantes, filmées (Truninger, 2011), le recours à l'auto-photographie ou l'entretien ethnographique (Halkier et Jensen, 2011). D'aucuns s'appuient également sur des approches quantitatives (Bartiaux et Reátegui Salmón, 2014).

Enjeux et limites de la théorie des pratiques pour le marketing

Le tournant praxéologique qu'implique la théorie des pratiques génère de nombreuses avancées, heuristiques, théoriques, épistémologiques ou méthodologiques ; avancées qui se heurtent toutefois à certaines limitations, dont la plus citée reste celle de la portée théorique des résultats produits.

Enjeux heuristiques et ontologiques

En mobilisant la TPS, la recherche marketing pourrait enrichir ses réflexions à plusieurs égards. Une telle importation conceptuelle inciterait les chercheurs en marketing à étudier la consommation sous un angle praxéologique (Halkier *et al.*, 2011), attentif à l'action et, ce faisant, à la performance liées au comportement de consommation. Considérer la consommation comme une performance plutôt qu'un acte principalement symbolique et culturel autorise à décentrer l'analyse des seules questions d'interprétation pour l'orienter vers la prise en compte des dimensions processuelles et incarnées de l'acte de consommation (Warde, 2014). Par l'intérêt qu'elle accorde au processus, au « *flow* » (Warde, 2014), aux éléments phy-

siques et immatériels qui leur sont contin-
gents, la TPS offre l'opportunité aux cher-
cheurs en marketing d'étudier la trajectoire
d'un comportement de consommation,
d'analyser son émergence, sa stabilisation,
sa transformation, son déclin, ainsi que les
tensions qui la constituent (Halkier *et al.*,
2011 ; Warde, 2014) et ce, notamment, par
le prisme de la corporéité ; laquelle joue un
rôle centrale dans la TPS, tant du point de vue
ontologique qu'herméneutique.

Par l'intérêt singulier qu'elle accorde au
caractère routinier d'une pratique, la TPS
ouvre la voie, en marketing, à davantage de
recherches soucieuses des comportements
de consommation ordinaires, des aspects
inaperçus, non verbalisés, tellement inté-
grés à la consommation qu'ils en deviennent
inconscients, implicites, habituels. Par cette
approche, les comportements visibles et invi-
sibles sont identifiables grâce à la création de
"schéma" (Warde, 2005) comportementaux
qui permettent de comprendre à quoi sont
liées les actions des individus.

Dans la TPS, le champ des pratiques à l'étude
est large. Il s'étend de la pratique la plus ordi-
naire (laver le linge, s'habiller) à celles plus
structurées (les entraînements sportifs, la
marche nordique), ou encore d'une activité
momentanée (préparer à manger) à celle de
longue durée (le tri des déchets). Ces pers-
pectives représentent autant de terrains

d'étude susceptibles d'informer la recherche
marketing ou à tout le moins, d'actualiser les
connaissances jusqu'ici produites.

En s'inspirant du rôle central que la TPS ac-
corde aux objets, à leurs propriétés maté-
rielles et fonctionnelles mais également
habilitantes, les recherches marketing pour-
raient offrir un nouvel éclairage sur le rap-
port du consommateur à la matérialité, sur
la valeur qu'il accorde à certains objets, selon
le contexte et selon la place qu'ils occupent
dans la pratique et dans sa performance, indi-
viduelle comme collective. Le croisement des
échelles d'analyse est un autre point d'intérêt
de la TPS. En s'intéressant, parfois simulta-
nément, aux influences des échelles micro,
més, et macro, la TPS s'efforce de valoriser
ce que les tenants de l'approche culturelle
appellent régulièrement de leurs vœux : le
contexte du contexte (Askegaard et Trolle
Linnet, 2011). Finalement, étudier la consom-
mation en s'inspirant de la TPS contribuerait
à renouveler les connaissances marketing sur
la création, la stabilisation et le changement
des relations sociales et marchandes entre
les acteurs d'un écosystème. Cela permettrait
de mettre en lumière de nouveaux rapports
d'influence, de nouvelles dynamiques d'inter-
relations entre diverses entités (individus,
corps, identité, objets, action, connaissances
pratiques implicites et explicites, dispositif,
technologie, temporalité,) jusqu'ici peu rap-
prochées.

Tableau 2
Synthèse des enjeux ontologiques de la théorie des pratiques et de leurs intérêts heuristiques pour la recherche marketing sur la consommation

Enjeux ontologiques	Intérêts heuristiques pour la recherche marketing
Tournant praxéologique	Considérer la consommation comme une performance : sa genèse, son évolution, sa trajectoire.
Centralité de la corporéité	Défendre la dimension somatique de la pratique : le corps est acteur, ressource et support.
Valorisation de la matérialité	Intégrer le rapport pratique, physique, habilitant, téléologique aux objets.
Multiplicité des échelles d'analyse	Encourager l'analyse des pratiques ordinaires (versus extraordinaires) en croisant les niveaux d'observation (macro, meso, micro).

Limites d'ordre théorique

La théorie des pratiques peut être considérée comme « non pas une théorie cohérente, mais plutôt une façon particulière de lire un ensemble d'éléments théoriques » (Halkier *et al.*, 2011). Il n'existe pas de théorie de la pratique unique, et il n'existe pas réellement de définition théorique stabilisée permettant de préciser ce que recouvre une pratique (Warde, 2014). Il peut s'agir d'un espace de réalisation du social et de manifestation des actions humaines (Schatzki, 2002) ou d'un type de comportement routinisé qui comporte des éléments interconnectés entre eux (Reckwitz, 2002). Cette indétermination emporte plusieurs difficultés. Elle complexifie d'abord la délimitation théorique du périmètre d'étude d'une pratique. La littérature reste floue sur ce bornage (Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013). Le flou persiste également quant aux éléments constitutifs de la pratique. Pour en rendre compte, les auteurs privilégient des approches variées. Ils valorisent tantôt l'importance des éléments matériels, cognitifs, langagiers (Halkier *et al.*, 2011), quand d'autres auteurs préfèrent caractériser la pratique au travers des dispositifs, des significations et des compétences mobilisées (Shove et Pantzar, 2005, cités par Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013). Certains encore, choisissent de valoriser prioritairement le rôle de l'habitude et de la routine dans l'identification de la pratique, quand d'autres le relativisent (Warde, 2014).

Au-delà de la caractérisation de la pratique, son analyse conceptuelle peut également être problématique. Cette difficulté procède à la fois de la multiplicité des filiations théoriques rassemblées dans la TPS (Giddens, Bourdieu, Foucault, Latour, Heidegger, Schatzki) et de la difficulté des recherches menées à proposer des montées en généralité. Malgré une réelle puissance heuristique, les recherches jusqu'ici menées en TPS présentent des explications théoriques et analytiques idiosyncratiques, limitant ainsi la proposition d'une « analyse des pratiques en toute généralité » (Dubuisson-Quellier et Plessz, 2013, p. 20). L'entrelacement des échelles d'observation complexifie d'autant la proposition d'explications théoriques solides des pratiques. Lesquelles explications oscillent entre une approche

normative de création des pratiques, figurées stabilisées du fait de politiques de régulation, et une approche interindividuelle et récursive de **génération des pratiques, dont la stabilisation** dériverait de conventions négociées entre les diverses entités concernées (Warde, 2005, 2014). En outre, la conceptualisation est d'autant plus compliquée qu'elle tente la plupart du temps de relier, au-delà des échelles d'observation, des entités variées (e.g l'esprit, le corps, les dispositifs, le contexte social et la performance pratique).

Limites d'ordres épistémologique et méthodologique

En privilégiant le pouvoir de la pratique sur celui de l'acteur, la TPS génère une posture ontologique qui impose au chercheur de ne plus centrer son regard sur les acteurs, mais sur l'action. Ce faisant, la pratique devient l'acteur, l'entité, l'objet central de l'étude, tandis que l'individu est le porteur de la pratique, le « *practitioner* », recruté par cette dernière. Ce présupposé, contre-intuitif, attribue implicitement une intentionnalité à la pratique. Il (pré)existerait donc un monde indépendant de celui de l'individu. Cette approche, quasi réaliste, couplée à une vision très instrumentale de l'individu, n'est pas sans poser des incohérences épistémologiques et, partant, méthodologiques. Comme le précisent Dubuisson-Quellier et Plessz (2013) les travaux de la TPS mobilisent essentiellement des méthodes qualitatives, notamment par entretiens et par approches ethnographiques. Pourtant, ces méthodologies sont réputées souscrire à une vision - principalement phénoménologique - reconnaissant la souveraineté première de l'individu, de son discours et de son expérience (Paillé et Mucchielli, 2016). Elles sont réputées reconnaître le pouvoir proactif, réflexif et critique de l'acteur, ce que d'aucuns nomment l'agence du consommateur ; vision avec laquelle la TPS se place justement en rupture. En outre, si, comme le défend la TPS, l'entrée empirique doit se faire par les pratiques, alors ce sont elles qu'il convient d'interroger. Quelle légitimité épistémique accorder au contenu du discours d'un individu sur sa pratique alors même que celui-ci est considéré comme « agi » par cette dernière? Mais encore, les dispositifs métho-

dologiques déployés dans les travaux issus de la TPS intègrent très peu les dimensions corporelle, somatique ou incarnée de la pratique, dimensions pourtant centrales dans la TPS. Cette limite offre l'opportunité, en marketing, d'aller plus loin et d'envisager d'autres dispositifs méthodologiques qui contribueraient à étudier et à informer sur les éléments pré-réfléchis des pratiques de consommation. Enfin, du point de vue méthodologique, la TPS (et ses présupposés épistémologiques) pousse à interroger les stratégies d'échantillonnage. Si les approches qualitatives se revendiquent d'une posture stimulant la variété des profils d'individus, qu'en est-il dans le cadre de la TPS ? Le critère de variété doit-il s'appliquer aux profils des individus, aux formes des pratiques, aux deux ? Certains chercheurs ont choisi de définir leur échantillon en faisant varier les critères, notamment sociodémographiques, propres à l'individu (Halkier et Jensen, 2011). D'autres ont fait le choix de construire un échantillon combinant la variété des profils de répondants à celle des formes de pratiques (Bartiaux et Reátegui Salmán, 2014).

Les limites théoriques précédemment évoquées complexifient grandement le travail empirique d'identification de la pratique à étudier (Halkier et Jensen, 2011). À partir de quels critères considérer une activité comme une pratique ? Comment définir empiriquement le cadre spatiotemporel d'une pra-

tique ? Cette difficulté opératoire s'intensifie dès lors que la pratique à l'étude est enchevêtrée dans d'autres pratiques (Halkier et Jensen, 2011), nécessitant alors pour le chercheur un choix drastique de division, d'isolement de la pratique. Dès lors, comment être sûr que ce choix ETIC n'est pas largement réducteur ou amplificateur du phénomène que l'on souhaite étudier ? Mais encore, en dépit d'un territoire d'observation relativement stabilisé, comment le chercheur peut-il garantir qu'il n'y a pas conflit de perspectives dans la qualification d'un acte en pratique. Comment s'assurer qu'une pratique identifiée comme telle dans la perspective ETIC (celle du chercheur), le soit également dans la perspective EMIC (celle du praticien) ? Enfin, la portée des travaux ayant mobilisé la TPS relève souvent, *in fine*, d'une logique d'encadrement, de pilotage des pratiques individuelles, des comportements organisationnels (Feldman et Orlikowski, 2011) ou bien encore d'une volonté d'orientation des comportements vers des habitudes plus vertueuses (Shove, 2010). De ce fait, les chercheurs en marketing souhaitant exploiter cette théorie doivent être vigilants et s'interroger quant à la portée téléologique de leur étude, afin d'éviter l'écueil d'une recherche perçue comme manipulatoire.

Le tableau 3 synthétise l'ensemble des limites précédemment évoquées et propose quelques solutions pour les surmonter.

Tableau 3

Synthèse des limites de la TPS et propositions de solutions

Limites d'ordre...	Explication	Propositions de solutionnement
Théorique	<p>Difficulté à délimiter théoriquement le périmètre d'une pratique</p> <p>Analyse conceptuelle difficile à généraliser</p>	<p>Qualification conjointe de la pratique : croisement et consensus autour de la définition ETIC et EMIC de la pratique.</p> <p>Appliquer – pour des pratiques intégratives notamment - les 4 critères d'identification d'une pratique proposés par Warde (2014) : l'existence d'un manuel pratique, l'allocation d'un temps significatif à la pratique, l'existence de conflits autour des façons de faire, l'existence d'un ensemble d'équipements dédiés à la pratique.</p> <p>Appliquer le principe de la plausibilité (Paillé, 2006 ; Lincoln et Guba, 1985 ; Wallendorf et Belk, 1989) plutôt que celui de la généralisation des résultats.</p> <p>Triangler les sources : encourager une variation intra-échantillon (en faisant varier les critères de sélection des répondants afin de diversifier les discours et la nature des pratiques) et une variation inter-échantillon (en menant simultanément la recherche à diverses échelles d'observation).</p>
Épistémologique et méthodologique	<p>Compatibilité problématique entre la posture phénoménologique propre aux méthodes qualitatives - très employées en TPS - (qui place l'individu et son discours au centre du dispositif) et celle par ailleurs défendue par la TPS (qui place la pratique et le corps au centre du dispositif méthodologique).</p> <p>Pourquoi collecter le discours alors que la TPS considère la pratique comme la principale entrée empirique ?</p> <p>Quel critère privilégier dans la stratégie d'échantillonnage : la variété des profils de répondants et/ou la variété des formes de pratiques ?</p>	<p>Triangler les méthodes : placer le discours du répondant au second plan en privilégiant des méthodologies visuelles, vidéographiques, où la « parole » est donnée à la pratique, sans interprétation préalable par le « <i>practitioner</i> ».</p> <p>Encourager une variation intra-échantillon (en faisant varier les critères de sélection des répondants ainsi que la nature des pratiques).</p>

Conclusion

Se voulant entre *l'homo oeconomicus* et *l'homo sociologicus*, la TPS propose de décentrer le regard théorique, jusqu'ici focalisé sur les acteurs, pour l'orienter vers les pratiques. Ce « tournant praxéologique » propose alors d'aborder les pratiques : i) sous l'angle de la performance ; ii) sous l'angle de leurs aspects les plus routiniers et ordinaires ; iii) en reconnaissant la centralité du corps, des objets, de l'environnement social et instrumental dans la réalisation de l'action pratique ; iv) par l'étude, quasi-longitudinale, de la trajectoire des pratiques, de leur apparition à leur déclin en passant par leur stabilisation.

Malgré certaines limites théoriques, épistémologiques et méthodologiques pointées dans cet article, la TPS offre au marketing un cadre d'étude permettant de renouveler, sous plusieurs aspects (thématique, somatique, empirique) l'analyse de la consommation.

Références bibliographiques

Arnould, E.J. & Thompson, C.J. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): twenty years of research, *Journal of Consumer Research*, 31(4), 869-882.

Arsel, Z. & Bean, J. (2013). Taste regimes and market-mediated practice, *Journal of Consumer Research*, 39, 899-917.

Askegaard, S. & Trolle Linnet, J. (2011). Towards an epistemology of Consumer Culture Theory Phenomenology and the context of context, *Marketing Theory*, 11(4), 381-404.

Barnett, C., Cloke, P., Clarke Net Malpass, A. (dir.) (2010). *Globalizing responsibility: The political rationalities of ethical consumption*, Hoboken : Wiley-Blackwell.

Bartiaux, F. & Reátegui Salmón, L. (2014). Family dynamics and social practice theories: An investigation of daily practices related to food, mobility, energy consumption, and tourism, *Nature and Culture*, 9(2), 204-224.

Cerulo, K. (2010). Mining the Intersections of Cognitive Sociology and Neuroscience, *Poetics* 38, 115-132.

Cohen, M. & Murphy, J. (Eds.) (2001). *Exploring Sustainable Consumption: Environmental Policy and the Social Sciences*, London : Elsevier.

Crivits, M. & Paredis, E. (2013). Designing an Explanatory Framework: Local food systems as a case,

Journal of Consumer Culture, 13(3), 306-336.

Dubuisson-Quellier, S. & Plessz, M. (2013). La théorie des pratiques, Quels apports pour l'étude sociologique de la consommation ?, *Sociologie* [En ligne], 4(4).

Epp, A. & Price, L. (2010). The Storied Life of Singularized Objects: Forces of Agency and Network Transformation, *Journal of Consumer Research*, 36(5), 820-837.

Feldman, M. S. & Orlikowski, W.J. (2011). Theorizing practice and practicing theory, *Organization Science*, 22(5), 1240-1253.

Gram-Hanssen, K. (2011). Understanding change and continuity in residential energy consumption, *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 61-78.

Gregson, N., Metcalfe, A., Crewe, L. (2009). Practices of object maintenance and repair: How consumers attend to consumer objects within the home, *Journal of Consumer Culture*, 9(2), 248-272.

Halkier, B., Katz-Gerro, T., Martens, L. (2011). Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations, *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 3-13.

Halkier, B. & Jensen, I. (2011). Methodological challenges in using practice theory in consumption research. Examples from a study on handling nutritional contestations of food consumption, *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 101-123.

Hui, A. (2012). Things in motion, things in practices: How mobile practice networks facilitate the travel and use of leisure objects, *Journal of Consumer Culture*, 12(2), 195-215

Hui, A., Schatzki, T., Shove, E. (Eds.) (2017). *The nexus of practices: Connections, constellations, practitioners*, Taylor & Francis.

Lincoln, Y.S. & Guba, E. (1985). *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills, Sage Publications.

Magaudha, P. (2011). When materiality 'bites back': Digital music consumption practices in the age of dematerialization, *Journal of Consumer Culture*, 11(1), 15-36.

Martin, J.L. (2010). Life's a beach but you're an ant, and other unwelcome news for the sociology of culture, *Poetics*, 38, 228-243.

Molander, S (2011). Food, love and meta-practices: A study of everyday dinner consumption among single mothers, *In Research in Consumer Behavior*, Emerald Group Publishing Limited, 77-92.

Monreal, A. C., McMeekin, A., Southerton, D. (2016). Beyond acquisition: Exploring energy consumption through the appreciation and appropriation of domestic lighting in the UK, *Sustainable Production and Consumption*, 7, 37-48.

Naus, J., Spaargaren, G., van Vliet, B. J., van der Horst, H. M. (2014). Smart grids, information flows and emerging domestic energy practices, *Energy Policy*, 68, 436-446.

Nicolini, D. (2012). *Practice Theory, Work and Organization. An Introduction*, Oxford.

Paillé, P. (coord.) (2006). *La méthodologie qualitative, postures de recherche et travail de terrain*, Paris : Armand Colin.

Paillé, P. & Mucchielli, A. (2016). *L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales*, Paris : Armand Colin.

Postill, J. (2010). Introduction: theorising media and practices, In Brauchler, B. et Postill, J. (eds), *Theorising media and practice*, New York: Berghahn Books.

Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing, *European Journal of Social Theory*, 5(2):243-263.

Röpke, I. (2009). Theories of practice – new inspiration for ecological economic studies on consumption, *Ecological Economics*, 68, 2490-2497.

Schatzki, T. R. (2012). A primer on practices: Theory and research, In *Practice-based education*, Brill Sense, 13-26.

Schatzki, T. R. (2011). Where the action is (on large social phenomena such as sociotechnical regimes), Sustainable Practices Research Group, Working Paper, 1, 1-31.

Schatzki, T. (2010). Materiality and social life, *Nature and Culture*, 5(2), 123-149

Schatzki, T. R. (2002). *The site of the social: A philosophical account of the constitution of social life and change*, University Park, Pennsylvania State University Press.

Schatzki, T., Knorr-Ketina K., Von Savigny, E. (eds) (2001). *The Practice Turn in Contemporary Theory*, London : Routledge.

Schatzki, T. R. (1996). *Social Practices - a Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*, Cambridge University Press.

Shove, E. (2003). *Comfort, Cleanliness and Convenience: the Social Organization of Normality*, Berg.

Shove, E. (2010). Beyond the abc: Climate change policy and theories of social change, *Environment and planning A*, 42(6), 1273-1285.

Shove, E. & Pantzar, M. (2005). Consumers, producers and practices, *Journal of social life and change*, University Park, Pennsylvania State University Press.

Shove, E., Pantzar, M., Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: Everyday life and how it*

changes, Sage.

Shove, E., Trentmann, F., Wilk, R. (Eds.) (2009). *Time, consumption and everyday life: practice, materiality and culture*, Berg.

Spaargaren, G., Oosterveer, P., Loeber, A. (Eds.) (2013). *Food practices in transition: changing food consumption, retail and production in the age of reflexive modernity*, Routledge.

Spurling, N. J., McMeekin, A., Southerton, D., Shove, E. A., Welch, D. (2013). Interventions in practice: re-framing policy approaches to consumer behavior, Rapport de recherche, Université de Lancaster.

Thøgersen, J. & Grønhoj, A. (2010). Electricity saving in households - A social cognitive approach, *Energy policy*, 38(12), 7732-7743.

Vaisey, S. (2008). Socrates, Skinner, and Aristotle: Three ways of thinking about culture in action, *Sociological Forum*, 23, 603-613.

Wahlen, S. (2011). The routinely forgotten routine character of domestic practices, *International Journal of Consumer Studies*, 35(5), 507-513.

Wallendorf, M. & Belk, R.W. (1989). Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research, *Interpretive Consumer Research*, Association for Consumer Research, 69-84.

Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice, *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279-303.

Warde, A. & Southerton, D. (2012). The habits of consumption, *Collegium of Studies Across Disciplines in the Humanities and Social Sciences*, vol.12.

Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice, *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153.

Welch, D. (2017). Consumption and teleoaffective formations: Consumer culture and commercial communications, *Journal of Consumer Culture*, 20(1), 61-82.

Welch, D. & Warde, A. (2017). How should we understand 'general understandings'? In Hui A., Schatzki T. and Shove E. (Eds.) *The nexus of practices: Connections, constellations and practitioners*, Taylor & Francis, 183-196.

Wilhite, H. (2013). Energy consumption as cultural practice: implications for the theory and policy of sustainable energy use, In Strauss, S, Rupp, S. and Love, T. (Eds), *Cultures of energy: Power, practices, technologies*, 60-72.

Woermann, N. (2012). On the slope is on the screen: Prosumption, social media practices, and scopic systems in the freeskiing subculture, *American Behavioral Scientist*, 56(4), 618-640.

Philippe ROBERT-DEMONTROND

Professeur agrégé des Universités, Université Rennes 1. Ses domaines de recherche sont l'épistémologie, l'anthropologie des marchés, l'ethnomarketing, la modélisation biomimétique. Dernière publication : Matson-Barkat, S. et Robert-Demontrond, P. (2019). Who's on the tourists' menu? Exploring the social significance of restaurant experiences for tourists, *Tourism Management*, 69, 566-578.

Amélie BELLION

Maître de conférences, Université Rennes 2. Ses domaines de recherche sont l'anthropologie de la consommation et de l'innovation, les dynamiques de construction, de régulation et de transformation des marchés, l'ethnomarketing. Dernière publication : Bellion, A. et Robert-Demontrond, P. (2018). Le rôle des imaginaires dans la construction d'un marché innovant : une étude ethnomarketing du marché des nanotechnologies, *Recherche et Applications en Marketing*, 33(2), 27-49.

Théophile BEAUSSET

Business Developer au sein de la start-up Proc-sea.