



HAL
open science

Facteurs psychologiques liés aux achats compulsifs en contexte pandémique de la COVID-19

Eléonore Stecker, Vera Walburg

► **To cite this version:**

Eléonore Stecker, Vera Walburg. Facteurs psychologiques liés aux achats compulsifs en contexte pandémique de la COVID-19. 50ème Congrès des Thérapies Comportementales et Cognitives, Dec 2022, Paris, France. <hal-04610178>

HAL Id: hal-04610178

<https://hal.science/hal-04610178v1>

Submitted on 12 Jun 2024

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.



HAL Authorization

Contexte

Selon une méta-analyse de Weinstein et al. (2016), 1% et 8% de la population générale souffriraient d'achats compulsifs. De plus, des recherches antérieures établissent un lien entre l'anxiété-trait et le comportement d'achats compulsifs (Weinstein et al., 2015). On peut alors imaginer que la présente pandémie a exacerbé certaines tendances compulsives notamment par le biais des achats sur Internet. D'autant plus que le contexte de pandémie de COVID-19 semble avoir aggravé des troubles de santé mentale (Karila & Benyamina, 2021).

Objectif

La présente recherche avait pour objectif d'étudier les facteurs psychologiques liés aux achats compulsifs en contexte pandémique de la COVID-19. Plus spécifiquement, étaient étudiés les liens et impacts de la peur de la COVID-19 et de l'anxiété-trait sur le comportement d'achats compulsifs ainsi que l'implication de l'utilisation excessive d'internet comme processus médiateur de ces liens.

Hypothèses

L'hypothèse suppose que plus le score de la peur liée à la COVID-19 ainsi que le score d'anxiété vont être importants plus le score d'achats compulsifs le sera également. La deuxième hypothèse stipule que la relation entre le score de la peur liée à la COVID-19, l'anxiété et les achats compulsifs sera médiatisée par le score d'addiction à Internet.

Méthodologie

Population

Quatre cent trois personnes ont participé à l'étude, dont 277 (72.3%) de femmes et 106 (27.7%) d'hommes. Parmi les participants $n = 20$ (5%) présentaient des critères d'achats compulsifs, d'âge moyen 29,6 (ET = 10,1) et $n = 383$ (95%) avec un âge moyen 33,8 (ET = 13,5) n'en présentaient pas. Les questionnaires ont été complétés entre novembre 2021 et janvier 2022.

Outils

- Questionnaire anamnestique
- Internet Addiction Test de Young (1998)
- Fear of COVID-19 Scale d'Ahonsu (2020)
- Auto-Questionnaire d'achats compulsifs de Lejoyeux & Adès (1994)
- State trait Anxiety Inventory de Spielberger (1983) dans la forme Y-B

Procédure

Les données ont été recueillies sur les réseaux sociaux à partir d'une plateforme sécurisée Sphinx Campus®. Le recueil de données respecte la protection des données personnelles et l'étude a reçu un avis favorable du CER n°2021-424.

Résultats

Tableau 1:
Régression multiple évaluant l'impact de l'anxiété, la peur du COVID-19 et l'usage excessif d'utilisation d'Internet sur le score d'achat compulsif

	β	p
Peur du COVID-19	0,13	,01
Score d'anxiété	0,13	,01
Addiction à Internet	0,37	<,001

$R^2_{adj} = 25\%$
 $F(3,99) = 44,5; p <,001$



Tableau 2:
Analyse de médiation de l'usage excessif d'Internet entre la peur du COVID-19 et l'achat compulsif

	β	p	R^2_{aj}
Peur COVID-19 → Usage d'internet	0,17	<,001	3%
Usage d'Internet → Achats compulsifs	0,44	<,001	21%
Direct Peur du COVID-19 → Achats compulsifs	0,16	<,001	5%
Indirect Peur du COVID-19 + Usage d'Internet → Achats compulsifs	0,07	,001	23%

Tableau 3:
Analyse de médiation de l'usage excessif d'Internet entre la peur du COVID-19 et l'achat compulsif

	β	p	R^2_{aj}
Anxiété trait → Usage d'internet	0,51	<,001	26%
Usage d'Internet → Achats compulsifs	0,37	<,001	21%
Direct Anxiété trait → Achats compulsifs	0,17	<,001	13%
Indirect Anxiété trait + Usage d'Internet → Achats compulsifs	0,19	<,001	23%

Discussion

L'objectif de cette étude était d'explorer l'impact de l'anxiété, de la peur du COVID-19 et de l'addiction à Internet sur le comportement d'achats compulsifs. Les résultats soulignent l'importance du contexte de l'état anxieux dans ces comportements d'achats compulsifs et cette importance a pu être accrue par le contexte de pandémie. L'acte d'achat semble alors être un moyen d'apaiser l'état anxieux dans ce contexte. Par ailleurs, un usage excessif d'Internet sous-jacent médiate partiellement le lien entre l'état anxieux et les achats compulsifs, ce qui met en exergue le rôle de support que l'usage d'Internet offre pour les addictions comportementales. Par conséquent, les personnes ayant vécu la période du COVID-19 avec une certaine anxiété ont peut-être cherché du réconfort dans les achats compulsifs et ceci d'autant plus lorsqu'un usage excessif d'Internet était associé. Ce vécu anxieux peut en effet affecter le développement du trouble ou la majoration de celui-ci comme cela semble avoir été indiqué dans une étude précédente menée en Turquie par Küçükkambak & Süler (2022).

La prise en compte du contexte anxieux et l'usage d'Internet auxquels sont confrontés les personnes souffrant d'achats compulsifs semblent particulièrement important dans la prise en charge thérapeutique des personnes qui en souffrent.

Références

- Ahorsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). The fear of COVID-19 scale: development and initial validation. *International journal of mental health and addiction*.
- Karila, L., & Benyamina, A. (2021). Addictions en temps de pandémie. *La Presse Médicale Formation*, 2(3), 273-281.
- Küçükkambak, S. E., & Süler, M. (2022). The mediating role of impulsive buying in the relationship between fear of COVID-19 and compulsive buying: a research on consumers in Turkey. *Sosyoekonomi*.
- Lejoyeux, M., & Adès, J. (1994). Les achats pathologiques: une addiction comportementale. *Neuro-Psy*, 9(12), 25-32.
- Spielberger, C.D., Gorsuch, R.L., Lushene, R., Vagg, P.R. and Jacobs, G.A. (1983) *Manual for the State-Trait Anxiety Inventory*. Consulting Psychologists Press, Palo Alto.
- Weinstein, A., Maraz, A., Griffiths, M. D., Lejoyeux, M., & Demetrovics, Z. (2016). Compulsive Buying—Features and Characteristics of Addiction. *Neuropathology of Drug Addictions and Substance Misuse*, 993-1007.
- Weinstein, A., Mezig, H., Mizrachi, S., & Lejoyeux, M. (2015). A study investigating the association between compulsive buying with measures of anxiety and obsessive-compulsive behavior among internet shoppers. *Comprehensive Psychiatry*, 57, 46-50.
- Young, K. S. (1998). Caught in the net: How to recognize the signs of internet addiction—and a winning strategy for recovery. John Wiley & Sons.
- Spielberger, C. D. (1983). State trait anxiety inventory for adults.