

**Titre de la thèse** : POSITION DU CORPS, GAMIFICATION ET INCARNATION SUR LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR LORS D'EXPÉRIENCES EN RÉALITÉ VIRTUELLE

**Directeur de Thèse** : SANDRA CAMUS – Professeure des Universités, Université d'Angers

**École Doctorale** : SCIENCES ÉCONOMIQUES ET SCIENCES DE GESTION (PAYS DE LA LOIRE)

**Unité de recherche** : GRANEM (GROUPE ANGEVIN DE RECHERCHE EN ÉCONOMIE ET MANAGEMENT)

**Résumé** : La réalité virtuelle (RV) réunit les plus grandes marques et les consommateurs dans le métavers pour vivre des expériences de consommations ludiques sur le « web 4.0 », révolutionnant l'expérimentation et la découverte d'offres. En interagissant physiquement, le consommateur devient l'acteur principal, au plus près de l'expérience réelle. L'objectif de la thèse est de comprendre dans quelle mesure les composantes expérientielles influencent ce sentiment d'incarnation et quels sont les effets de ce dernier sur l'attitude et le comportement du consommateur. La démarche de recherche hypothético-déductive nous amène à construire un cadre théorique en marketing expérientiel puis d'explorer le phénomène par des études qualitatives à visées exploratoires afin d'élaborer un modèle conceptuel. Le modèle intègre la position du corps (assis vs. debout) et les défis (absence vs. modérés vs. avancés) tels les déterminants de l'incarnation ainsi que l'immersion et le plaisir tels les facteurs explicatifs de l'incarnation et des intentions comportementales. L'étude quantitative (n=328) est analysée par un modèle d'équations structurelles PLS. Six unités expérimentales composent le contexte expérientiel relatif la visite d'une destination touristique virtualisée. Les résultats confirment le rôle des effets prédictifs ainsi que ceux joués par des médiateurs et modérateurs entre certaines relations du modèle conceptuel.

La recherche présente les apports méthodologiques et théoriques et formule des préconisations à destination des professionnels et de chercheurs dans le cadre de futures recherches.

**Mots clés** : réalité virtuelle ; incarnation ; proprioception ; position du corps ; ludification ; défis ; plaisir ; immersion ; comportement du consommateur ; interactions sensorimotrices ; marketing.

**Biographie :**

Natif de la cité corsaire, Saint-Malo, j'ai hissé la grand-voile, après une Licence à l'École de Gestion et de Commerce de Bretagne, pour prendre le cap vers l'Université de Montpellier et passer un master à l'IAE. Dans le sillage d'un séminaire de recherche, je rejoins l'Éducation Nationale dans mon port d'attache pour enseigner les Sciences de Gestion et du Management dans l'enseignement secondaire et supérieur. C'est alors que je découvre un fabuleux trésor, dans ce qu'est au quotidien, ce plus beau métier du Monde : professeur.

Paré à naviguer et armé, je pars à la conquête du concours du CAPET (gestion-finance) que j'obtiens en terre conquise : Montpellier, comme un clin d'œil de la destinée.

Suivant une douce vague qui me berce jusqu'à l'Université d'Angers, ville où il est fait bon vivre en France, pour rejoindre l'ESTHUA, une UFR de référence en tourisme. L'excellence pour le passionné de voyages, moins pour le surfeur et le kayakiste de mer où je troque ma planche contre une raquette de tennis et un VTT. Je deviens un marin sous les effluves scientifiques qui me séduisent comme le chant des sirènes pour entrevoir la route de la thèse en démarrant par un Diplôme d'Université. C'est alors que je rejoins l'équipage de chercheurs du GRANEM aux côtés de son capitaine-professeure, Sandra CAMUS. Nous partîmes explorer l'univers Marketing à la quête du doctorat et étudier le phénomène d'incarnation lors d'expériences en réalité virtuelle. Un voyage fantastique, qui durera trois années, fait de rencontres et de moments extraordinaires : de mon super CSI, à mon 1<sup>er</sup> congrès de l'afm à Tunis (Tunisie), jusqu'à la soutenance m'intronisant docteur.

Maintenant, le temps est venu de bâtir une nef solide dans mon 1<sup>er</sup> costume de maître de conférence. Celle-ci m'emmènera-t-elle au bout de la Terre, aux pays des merveilles ?