

La numérisation des achats ou un renouvellement dans la dimension genrée des pratiques de mobilité ?  
*The digitalisation of purchases as a renewal in gendered mobilities?*

**Séminaire SPLOTT**

**14 octobre 2024**

Leslie Belton Chevallier, LVMT, Université Gustave Eiffel

Pierre Dias, AME/MODIS, Université Gustave Eiffel

Avec la participation d'Aymeric Mutin



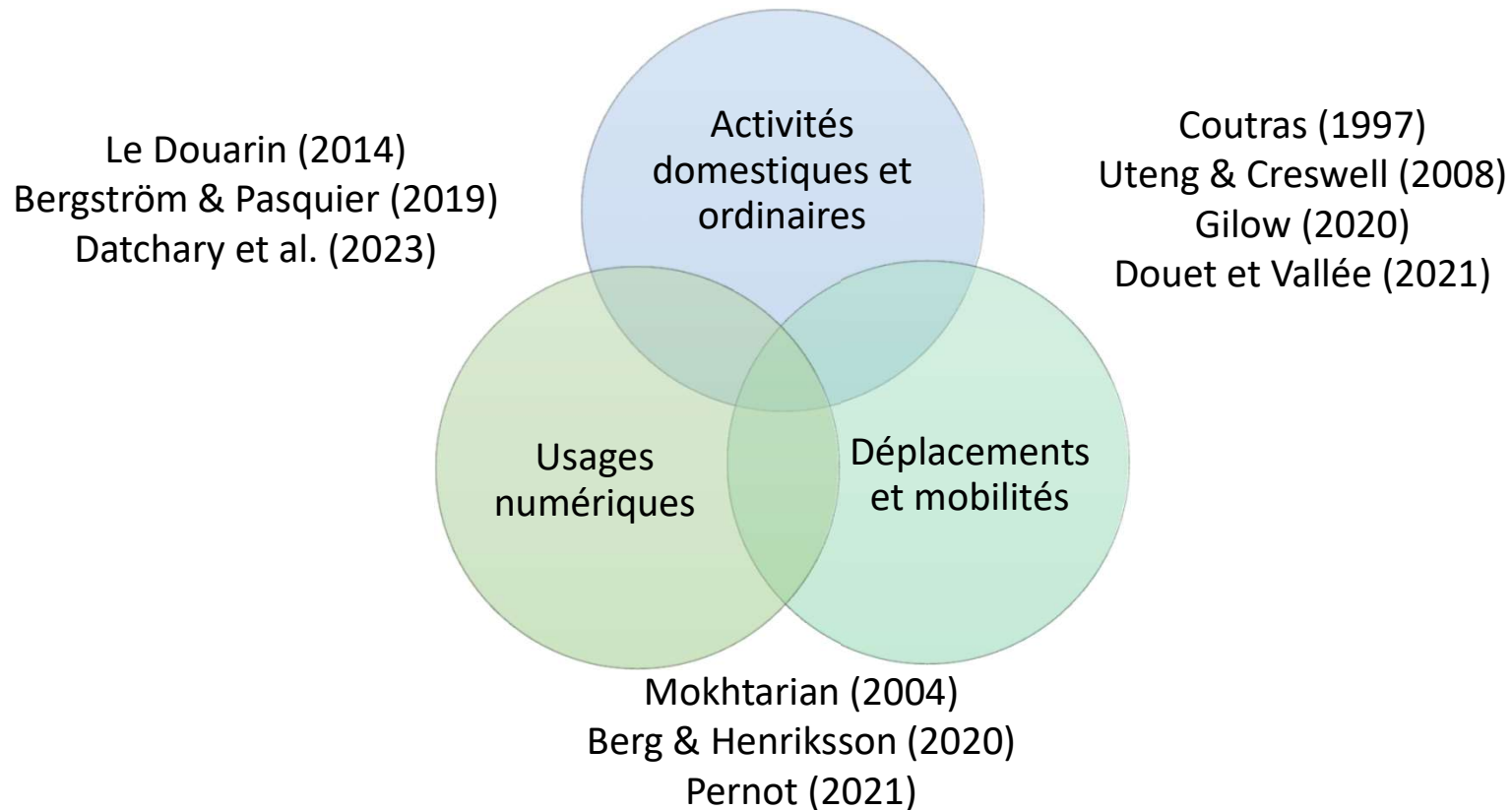
# Contexte

- Les approvisionnements, un des principaux motifs de déplacements des ménages, notamment en France (Quételard & Nord-Picardie, 2010 ; MTES 2020)
  - *En 2008, 2e motif de déplacement en semaine, après le travail (hors retour à domicile)*
  - *En 2018, 3e motif en semaine (avec retour à domicile) et 1<sup>er</sup> motif le we (hors retour)*
  - *Des déplacements à pied (1/3) ou en voiture (2/3)*
- Des approvisionnements, tous types de biens confondus, qui ont lieu de plus en plus en ligne
  - *39,4 millions de personnes de 15 ans et + (FEVAD 2024)*
  - *i.e. 70% de la population de 15 ans et +*
  - *5 transactions en ligne en moyenne par mois et par acheteur*
- Une numérisation protéiforme de la vie quotidienne et des usages ordinaires, notamment domestiques, en prenant en compte la dimension sociale, spatiale et **genrée** des pratiques

# Positionnement

Un travail à l'interface de différents champs disciplinaires (sociologie, géographie, socio-économie des transports) et objets de recherche

... où les questions du genre et de la division sexuée des pratiques sont importantes



# Problématique

- Dans quelles mesures l'achat en ligne et les pratiques de déplacements sont-ils le fruit d'une construction socio-spatiale et plus particulièrement genrée ?
  - Achat en ligne vu comme un processus ou un « itinéraire » (Desjeux, 2006) qui dépasse large l'acte d'achat en lui-même (Ducourant et Perrin-Heredia, 2019)
    - *Avant l'achat: se renseigner en magasin, faire du lèche-vitrine en ligne, expériences passées, etc.*
    - *Pendant: aller en magasin, prise de décision in situ, paiement, etc.*
    - *Après: gestion de la logistique du bien, usages du bien, SAV, retour, revente, maintenance, etc.*
- ➔ Ensemble des pratiques et usages autour des achats effectués tout ou partie en ligne et mobilisant différents services logistiques (livraison à domicile, point relais, casiers ou lockers, remise en main propre, etc.)

# Méthode

- Enquête qualitative par entretiens semi-directifs réalisés entre 2022 et 2024
  - *Pour analyser et capturer dans le détail la complexité et la diversité des déplacements associés aux pratiques d'achat en ligne et leurs constructions à l'échelle du ménage*
  - *Entretiens avec des profils socio-spatiaux diversifiés qui ont pour point commun d'être des utilisateur.rices.s plutôt « intensifs » d'internet pour leurs achats*

# Méthode

<b>Variables sociodémographiques</b>	
<b>Genre / Sexe</b>	
<i>Homme</i>	26
<i>Femme</i>	29
<b>Age</b>	
<i>Moins de 30 ans</i>	18
<i>Entre 31 et 49 ans</i>	19
<i>50 ans et +</i>	18
<b>Age moyen</b>	41 ans
<b>Niveau de diplôme</b>	
<i>Bac + 2 ou moins</i>	19
<i>Bac +3 et plus</i>	36
<b>Aire d'attraction des villes</b>	
<i>Commune centre ou commune du pôle</i>	32
<i>Commune de la couronne ou en dehors</i>	23
<b>Ancienneté résidentielle moyenne</b>	10 ans
<b>Nombre moyen d'enfants</b>	1
<b>Total</b>	55

# Méthode

- Enquête qualitative par entretiens semi-directifs réalisés entre 2022 et 2024
  - *Pour analyser et capturer dans le détail la complexité et la diversité des déplacements associés aux pratiques d'achat en ligne et leurs constructions à l'échelle du ménage*
  - *Entretiens avec des profils socio-spatiaux diversifiés qui ont pour point commun d'être des utilisateur.rices.s intensifs d'internet pour leurs approvisionnements (plusieurs fois par mois ou plus souvent)*
  - *55 entretiens + 8 entretiens exploratoires (CtoC) + 8 entretiens par / avec des étudiant.e.s*
  - *Des profils qui seraient encore à diversifier (profession, configuration familiale, etc.)*

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (1/2)

- Revenus et classes sociales comme révélateurs de la fréquence et de la diversité des usages
- Des difficultés plus exprimées par des classes plus populaires ou /et plus âgées
  - « Je déteste les sites... Justement pour avoir découvert, là, il y a quelques mois, AliExpress par exemple. mais je m'étais déjà rendu quand même sur Amazon ou autre. Non mais ces sites là, je comprendrais jamais comment ils fonctionnent. À chaque fois on fait une recherche, c'est jamais les mêmes choses qui sortent, j'y arrive pas, les pages plantent. Des fois il annonce je ne sais pas combien de pages. Et puis on se retrouve avec trois pages. Les prix sont jamais les mêmes. Moi je comprends pas, du coup, ça me perd. Moi, j'aime bien les choses qui sont plus carrées. [...] Non, justement, j'aimerais bien que ça soit plus... qu'on nous propose pas 36 000 articles, que ce soit plus simple, basique » *Femme, 42 ans, employée, périurbain, en couple*
  - « Vous savez, moi j'ai 60 ans, donc je ne fais pas partie de cette génération qui ont des habitudes d'achat en ligne en tant que telles. Mais moi, je suis assez quand même encore dans cette logique du contact avec la personne » *Femme, 60 ans, Cadre, Périurbain, Mariée, 1 enfant à domicile*



# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (1/2)

- Revenus et classe sociale comme révélateurs de la fréquence et de la diversité des usages
- Des difficultés à naviguer plus exprimées par des classes plus populaires ou /et plus âgées
- Le territoire de résidence et les déplacements au cœur des justifications de la pratique

« Comme j'habite en milieu rural, le premier centre commercial se trouve à 35-40kms de chez moi donc c'est loin, ça prend du temps d'y aller, ça prend du temps de revenir, ça prend du temps sur place. Donc oui, ce qui peut être commandé en ligne c'est effectivement un gain de temps et ça y a pas de doute là-dessus. [...] déjà le prix de l'essence est devenu extrêmement cher donc on fait de plus en plus attention, surtout quand on habite à la campagne, aux déplacements que l'on fait. [...] je calcule systématiquement quand j'ai un colis à prendre dans un relais si c'est pas le relais qui est à côté de chez moi parce qu'il ne fait que le pick-up, il y a mondial relais, d'autres types de relais donc ce n'est pas forcément dans mon village que je peux retirer mon colis. [...] je me déplace rarement exclusivement exprès pour aller chercher mon colis. Je fais très attention à l'essence que je dépense. » *Femme, 50 ans, Profession Intermédiaire, Périurbain, Mariée, 2 enfants*

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (1/2)

- Revenus et classe sociale comme révélateurs de la fréquence et de la diversité des usages
- Des difficultés à naviguer plus exprimées par des classes plus populaires ou /et plus âgées
- Le territoire de résidence et les déplacements au cœur des justifications de la pratique

« On a de la chance, on habite à 15 minutes du centre. On a tout ce qu'il faut à côté. Je pense quand on habitera en campagne, je pense que là on commandera beaucoup plus sur internet. » *Femme, 43 ans, Cadre, Urbain, en couple, 1 enfant*

« Il y a deux grosses raisons [pour acheter en ligne]. Parce que déjà j'habite à Paris et les grandes surfaces et les hypermarchés, c'est beaucoup plus compliqué d'en trouver. Et j'ai la chance de vraiment... je sors de chez moi. Le point relais est vraiment sur ma porte. Donc j'ai cette double chance. » *Homme, 23 ans, étudiant, urbain, célibataire*

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (1/2)

- Revenus et classe sociale comme révélateurs de la fréquence et de la diversité des usages
- Des difficultés à naviguer plus exprimées par des classes plus populaires ou /et plus âgées
- Le territoire de résidence et les déplacements au cœur des justifications de la pratique

Dans les territoires peu denses, l'achat en ligne pour s'éviter un déplacement et compenser le manque d'accessibilité aux commerces

Dans les territoires denses, plus de magasins et solutions pour acheter, repérer et se faire livrer

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (2/2)

- Les configurations professionnelles et familiales ou Internet comme outil d'optimisation du quotidien

« [à propos de son utilisation de lockers] Pour quand il y a une urgence pour acheter quelque chose et que je n'ai pas la possibilité de me déplacer immédiatement. Je vais jouer la sécurité, on va dire, c'est plus pour ça. [...] Oui, j'y aurais été, j'y aurais été immédiatement. Mais après, je sais que quand je fais cette commande, une fois que c'est mis [dans le casier du locker], j'ai un délai pour aller la chercher mais qui est de quelques jours, donc je n'ai pas de problème pour y aller. Ça me permet de... Je travaille de nuit. Donc quelques fois, ça me permet de faire la commande la nuit, être sûr que c'est fait. Le paiement est fait et puis je vais passer le lendemain, mais je n'ai pas d'heure précise. Ça peut être pendant les heures de fermeture [du magasin], éventuellement, parce que ça correspond avec mes horaires. Mais ce qui fait que là, ça reste accessible, c'est sécurisé donc » *Homme, 59 ans, employé, Urbain, célibataire*

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (2/2)

- Les configurations professionnelles et familiales ou Internet comme outil d'optimisation du quotidien

« Parce que les magasins la semaine, par exemple à part entre midi et deux, j'ai pas l'occasion d'y aller. Et midi et deux, je ne peux pas non plus prendre 2 heures, donc c'est quasi impossible. Du coup, ça va être par moment... Ça va m'inciter à acheter sur Internet parce que, par exemple, sur la pause déjeuner, si je n'ai pas deux heures, je peux manger en regardant le site Internet tranquillement et commander par exemple. Et puis parce que je sais que la semaine, malheureusement, avec le train, je suis partie, il est 7 heures et je reviens il est 20 heures. Donc les boutiques physiques, c'est quasi impossible. Et le week-end, je vais faire d'autres choses et donc, du coup, soit je ne suis pas là, soit j'ai toutes les choses de la semaine à rattraper. Et du coup impossible d'y aller ou pas l'envie tout simplement » *Femme, 30 ans, profession intermédiaire, Urbain, en couple, sans enfant*

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (2/2)

- Les configurations professionnelles et familiales ou internet comme outil d'optimisation du quotidien

Palier les horaires d'ouverture des magasins et les contraintes professionnelles par l'achat en ligne et ses solutions logistiques...

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (2/2)

- Les configurations professionnelles et familiales ou internet comme outil d'optimisation du quotidien

« Mais tout ce qui est courses récurrent, les grosses courses en tout cas, ça fait bien longtemps que je n'ai pas poussé un caddie.

POUR CETTE IDÉE DE DE VOUS MÉNAGER PHYSIQUEMENT?

À l'origine, c'était tout simplement pour des raisons de santé, parce que voilà. Aujourd'hui, c'est tout simplement parce que perdre une heure et demi dans un magasin, je n'en vois pas l'intérêt. Dire que ça me paraît une corvée, une perte de temps » *Femme, 55 ans, Cadre, Urbain, Mariée, plus d'enfants à domicile*

# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (2/2)

- Les configurations professionnelles et familiales ou Internet comme outil d'optimisation du quotidien

« [le drive] C'était pour gagner du temps à l'époque où les enfants étaient petits et ça devenait... c'était compliqué d'aller au supermarché avec des enfants. Et en fait, effectivement, maintenant je me rends compte que ça ne m'oblige plus à rentrer dans un supermarché et que ça m'allège beaucoup le cerveau. Ça évite de errer dans les rayons alors qu'on sait très bien qu'ils font exprès de les changer de temps en temps pour que les gens changent leur routine d'achat. Ils achètent plus. Je trouve ça beaucoup plus, beaucoup plus pratique. [...] C'est quand j'ai eu des enfants qu'à un moment donné, j'ai découvert le drive in du supermarché. Mais il m'a beaucoup simplifier la vie.»

*Femme, 52 ans, Profession Intermédiaire, Urbain, en couple, 2 enfants*



# La construction socio-spatiale des pratiques d'achats en ligne (2/2)

- Les configurations professionnelles et familiales ou internet comme outil d'optimisation du quotidien

Palier les horaires d'ouverture des magasins et les contraintes professionnelles par l'achat en ligne et ses solutions logistiques

+

S'éviter des corvées et des déambulations pénibles en magasin (surtout avec enfants)

# Des usages dans le prolongement de la division sexuée des activités domestiques

- Internet au service d'un plus grand partage des activités domestiques ?

*« Alors non, non. Là, il y a un vrai partage [...]. Je n'ai pas le permis. Donc forcément, c'est moi qui me sers d'Internet et qui fais tous les achats. [...] Et lui va aller chercher.[...] Franchement, franchement, il y a un gros partage. C'est moi qui fait parce que lui ne sait jamais quoi acheter. Mais il termine et il valide. [...] Il achète des éponges »* Femme, 37 ans, CSP+, Périurbain, en couple, sans enfant

# Des usages dans le prolongement de la division sexuée des activités domestiques

- Internet au service d'un plus grand partage des activités domestiques ?

*« Alors non, non. Là, il y a un vrai partage [...]. Je n'ai pas le permis. Donc forcément, c'est moi qui me sers d'Internet et qui fais tous les achats. [...] Et lui va aller chercher.[...] Franchement, franchement, il y a un gros partage. C'est moi qui fait parce que lui ne sait jamais quoi acheter. Mais il termine et il valide. [...] Il achète des éponges »* Femme, 37 ans, CSP+, Périurbain, en couple, sans enfant

- Prise en charge plus masculine des approvisionnements par leur gestion logistique? Qui ira chercher la commande? Qui l'accueillera?
- Programmation des achats (la liste) comme attribution plus féminine mais...

*« Donc je ne réinvestis pas forcément le temps que j'ai gagné dans d'autres déplacements. Par contre je réinvestis ce temps-là en temps libre pour moi pour faire autre chose chez moi, du loisir, ça c'est certain. »* Femme, 50 ans, Profession Intermédiaire, Périurbain, Mariée, 2 enfants

# Des usages dans le prolongement de la division sexuée des activités domestiques

- Internet au service d'un plus grand partage des activités domestiques ?
- Prise en charge plus masculine des approvisionnements par leur gestion logistique – qui ira chercher la commande? Qui l'accueillera?
- Programmation des achats (la liste) comme attribution plus féminine dans un cadre plus agréable (chez soi) mais...

« Commander c'est comme du travail, ce n'est pas du loisir [...] Le drive, c'est un travail très long, mais encore à commander parce que ce que j'ai beau faire, c'est jamais exactement la même commande. Ça exige de réfléchir à ce qu'est ce qui manque à la maison, qu'est ce qui manque? C'est pour ça que je préfère d'ailleurs être à la maison pour commander, parce que ça permet de vérifier les stocks au fur et à mesure, si besoin. Et donc ça prend. Ça prend une demi heure minimum de commander un drive. [...] C'est compliqué parce que c'est pas pour moi, c'est pour ma fille qui est une ado et donc elle a déjà regardé à l'avance sur son téléphone ce qu'elle voulait. Et après on regarde ensemble, on vérifie les mesures. C'est aussi un très très long travail. Et moi je valide si j'achète ou pas ce qu'elle a demandé » *Femme, 52 ans, Profession Intermédiaire, Urbain, en couple, 2 enfants*

# Des usages dans le prolongement de la division sexuée des activités domestiques

- Internet au service d'un plus grand partage des activités domestiques ?
- Prise en charge plus masculine des approvisionnements par leur gestion logistique – qui ira chercher la commande? Qui l'accueillera?
- Programmation des achats (la liste) comme attribution plus féminine dans un cadre plus agréable (chez soi) mais qui reste une forme de travail (non rémunéré)

Sous l'argument du gain de temps, maintien d'inégalités dans la répartition des activités domestiques et renforcement d'une division sexuée de l'espace et des déplacements ?

# Acheter en ligne ou une mise à distance pour sécuriser les corps dans les échanges

- Où et quand se faire livrer?

Cas de la remise en main propre lors d'échanges en CtoC (via Vinted, LBC, etc.)

« La plupart du temps bah je lui donne rendez-vous dans un parc à côté de chez moi ou quelque chose comme ça, sinon parfois si je trouve que la personne ne m'inspire pas confiance via ses messages et tout, je trouve qu'il est un peu bizarre peut-être un peu plus loin que chez moi. [...] sur Leboncoin la plupart du temps, enfin il faut rencontrer la personne donc il y aura pas livraison chez soi par contre sur Aliexpress du coup comme je commande beaucoup sur Aliexpress là c'est l'international et donc ouais ça passe par des livreurs à domicile et c'est plus pratique d'ailleurs parce que devoir rencontrer une personne que je ne connais pas je n'aime pas tout ça » *Femme, 20 ans, étudiante, Urbain, en famille*

# Acheter en ligne ou une mise à distance pour sécuriser les corps dans les échanges

- Où et quand se faire livrer?

Cas de la remise en main propre lors d'échanges en CtoC (via Vinted, LBC, etc.)- cf. Garcia-Bardidia (2014)

Choix d'un point de livraison: domicile (le sien ou celui des autres) vs hors domicile (relais ou casiers)

# Acheter en ligne ou une mise à distance pour sécuriser les corps dans les échanges

- Où et quand se faire livrer?

Cas de la remise en main propre lors d'échanges en CtoC (via Vinted, LBC, etc.)- cf. Garcia-Bardidia (2014)

Choix d'un point de livraison: domicile (le sien ou celui des autres) vs hors domicile (relais ou casiers)

- Nombreuses explorations en magasin et numériques

« Après souvent moi, j'achète sur Internet des vêtements parce que je ne trouve pas ma taille dans les magasins... vu que je suis grosse. Et qu'il n'y a pas souvent pas ma taille dans les magasins, ou alors des fois des magasins qui vont avoir encore ma taille en ligne et pas dans les magasins genre Kiabi, H&M, etc. Et bien, souvent il y a plus de tailles en ligne qu'en boutique. Donc des fois, c'est à dire que j'achète en ligne et je vais chercher en magasin pour ne pas payer les frais de port et tout ça. » Femme, 29 ans, profession intermédiaire, Urbain, célibataire, sans enfant



# Acheter en ligne ou une mise à distance pour sécuriser les corps dans les échanges

- Où et quand se faire livrer?

Cas de la remise en main propre lors d'échanges en CtoC (via Vinted, LBC, etc.)- cf. Garcia-Bardidia (2014)

Choix d'un point de livraison: domicile (le sien ou celui des autres) vs hors domicile (relais ou casiers)

- Nombreuses explorations en magasin et numériques

« Mais il y a un système un petit peu d'essayage aussi à la maison. Encore une fois, être dans un magasin, c'est essayer dans une cabine d'essayage. On a quand même des vendeuses pas loin qui nous dit "alors? Ça vous va?" C'est pas du tout pareil! faut bien être, au courant que le système, selon ta personnalité, selon, selon ta façon d'être, mais même pas je ne sais pas qui apprécie ça honnêtement. Voilà, moi, je suis bien mieux chez moi à garder, à essayer et à renvoyer ce qui ne va pas. » *Femme, 37 ans, Cadre, Périurbain, en couple, sans enfant.*

# Acheter en ligne ou une mise à distance pour sécuriser les corps dans les échanges

- Où et quand se faire livrer?

Cas de la remise en main propre lors d'échanges en CtoC (via Vinted, LBC, etc.)- cf. Garcia-Bardidia (2014)

Choix d'un point de livraison: domicile (le sien ou celui des autres) vs hors domicile (relais ou casiers)

- Nombreuses explorations en magasin et numériques

S'éviter « l'épreuve » du magasin et la cabine d'essayage avec une contrepartie en termes de déplacements

# Conclusion

- Rôle du niveau de revenus, de la classe sociale, du territoire de résidence, des configurations professionnelles et familiales et du genre dans la construction des pratiques d'achats en ligne
- Digitalisation des achats = reconfiguration des pratiques de déplacement des femmes et des mères ?

Invisibilisation du travail du *care* (Krinsky & Simonet, 2012)

Quand le numérique conforte l'ordre du genre et renforce la division sexuée de l'espace...

... Sous couvert d'émancipation et d'optimisation technique?

Parallélisme avec la voiture (Dowling, 2000 ; Demoli, 2014 ; Demoli et Gilow, 2019) et de nombreux autres objets techniques du quotidien (Cockburn et Ormrod, 1993; Bittman et al., 2004)

Merci / Thank you

[leslie.belton-chevallier@univ-eiffel.fr](mailto:leslie.belton-chevallier@univ-eiffel.fr)  
[pierre.dias@univ-eiffel.fr](mailto:pierre.dias@univ-eiffel.fr)

## BIBLIOGRAPHIE

- BERGSTRÖM M., PASQUIER D., 2019, "Genre & Internet. Sous les imaginaires, les usages ordinaires", *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*, N°8. <https://journals.openedition.org/reset/1329>
- BERG J., HENRIKSSON M., 2020, "In search of the 'good life': Understanding online grocery shopping and everyday mobility as social practices", *Journal of Transport Geography*, Vol.83, 102633.
- BITTMAN M., RICE J. M., WAJCMAN J., 2004, "Appliances and their impact: the ownership of domestic technology and time spent on household work", *The British Journal of Sociology*, Vol.55, N°3, 401–423.
- COCKBURN C., ORMROD S., 1993, *Gender and Technology in the Making*. SAGE Publications Ltd, 204 p .
- COUSTRAS J., 1997, "La mobilité quotidienne et les inégalités de sexe à travers le prisme des statistiques", *Recherches féministes*, Vol.10, N°2, 77–90.
- DEMOLI Y., 2014. « Les femmes prennent le volant. Les logiques sociales de la diffusion du permis et de l'usage de l'automobile auprès des femmes au cours du XX<sup>e</sup> siècle », *Travail, genre et sociétés*, vol. 2014/2, n° 32, p. 119-140.
- DEMOLI Y., GILOW M. K., 2019, "Mobilité parentale en Belgique : question de genre, question de classe", *Espaces et sociétés*, Vol.176177, N°1, 137–154.
- DATCHARY C., CHARLAP C., JARTY J., HÉLARDOT V., CASAS VILA G., 2023, "Quand les promesses du numérique confortent l'ordre de genre. Poursuivre ses activités en période de crise sanitaire", *Revue des politiques sociales et familiales*, Vol.149, N°4, 109–127.
- DESJEUX D., 2006, "La méthode des itinéraires : une approche microsociale", 89–111 in: *La Consommation*. Que sais-je ? Paris. [http://www.cairn.info/resume.php?ID\\_ARTICLE=PUF\\_DESJE\\_2006\\_01\\_0089](http://www.cairn.info/resume.php?ID_ARTICLE=PUF_DESJE_2006_01_0089)
- DOUET A. et VALLÉE J., 2021. L'(im)mobilité quotidienne des femmes et des hommes, Fiche de synthèse pour le *Rapport 2020 de l'Observatoire National de la Politique de la ville*, pp. 150-151.
- DOWLING R., 2000, "Cultures of mothering and car use in suburban Sydney: a preliminary investigation", *Geoforum*, Vol.31, N°3, 345–353.
- DUCOURANT H., PERRIN-HEREDIA A., 2019, *Sociologie de la consommation*. Paris, 224 p . <https://www.dunod.com/sciences-humaines-et-sociales/sociologie-consommation>
- FEVAD., 2022, "Les chiffres clés du e-commerce et de la vente à distance", <https://www.fevad.com/les-chiffres-cles-du-e-commerce-2022-la-fevad-publie-son-rapport-annuel-sur-letat-du-marche/>
- GARCIA-BARDIDIA R., 2014, "Se débarrasser d'objets sur leboncoin.fr. Une pratique entre don et marché ?", *Revue du MAUSS*, Vol.44, N°2, 271–285.
- GILOW M., 2020, "'It's work, physically and logistically': Analyzing the daily mobility of employed mothers as Domestic Mobility Work", *Journal of Transport Geography*, Vol.85, 102693.
- HOIBIAN S., ET AL., 2023, *Le baromètre du numérique*. Paris, CREDOC. <https://www.arcep.fr/cartes-et-donnees/nos-publications-chiffrees/barometre-du-numerique/le-barometre-du-numerique.html>
- KRINSKY J., SIMONET M., 2012, "Déni de travail : l'invisibilisation du travail aujourd'hui Introduction", *Sociétés contemporaines*, Vol.n° 87, N°3, 5–23.
- LE DOUARIN L., 2014, "Usages des nouvelles technologies en famille", *Informations sociales*, Vol.181, N°1, 62–71.
- MINISTÈRE DE LA TRANSITION ECOLOGIQUE, 2020. « Comment les Français se déplacent-ils en 2019? Résultats de l'Enquête Mobilité des Personnes », <http://www.statistiques.developpement-durable.gouv.fr/comment-les-francais-se-deplacent-ils-en-2019-resultats-de-lenquete-mobilite-des-personnes>
- MOKHTARIAN P. L., 2004, "A conceptual analysis of the transportation impacts of B2C e-commerce", *Transportation*, Vol.31, N°3, 257–284.
- PERNOT D., 2021, *Faire ses courses à l'heure du drive : vers un renouvellement des espaces-temps de l'approvisionnement des ménages ?* Paris Est. <https://www.theses.fr/2021PESC2020>
- QUÉTELARD B., 2010, "Se rendre au travail ou faire ses courses motive toujours un déplacement quotidien sur deux. Le recours à la voiture se stabilise.", *La revue du CGDD*, Vol.82, N°94, 25.