

RÉSUMÉ

Cette recherche analyse la relation entre l'âge d'un avatar et l'âge de l'internaute en s'appuyant sur les théories des Trois Facteurs de l'anthropomorphisme (Epley, Waytz et Cacioppo, 2007) et de l'Attraction pour la Similarité (Byrne, 1971) ainsi que sur le concept de l'âge subjectif (Kastenbaum et al., 1972). Elle répond à la question : Quel est l'âge de l'avatar qui permettra d'optimiser les attitudes envers l'avatar et le site? La méthode utilisée est un devis expérimental aléatoire 3x3. Cette recherche démontre que les créateurs de sites Internet doivent choisir l'âge de leur avatar en fonction de l'âge subjectif de leur internaute cible. Dans les faits, la similarité perçue entre l'âge de l'avatar et l'âge subjectif de l'internaute a un impact positif sur l'attitude envers l'avatar, ce qui se répercute sur son attitude envers le site. Cette recherche est originale, car elle compare l'attitude de trois groupes d'âges différents envers les avatars (les adolescents, les adultes et les personnes âgées). De plus, elle contribue au développement des connaissances sur l'impact de l'âge de l'avatar, alors que d'autres variables sociodémographiques comme le sexe ou l'appartenance ethnique ont été étudiées.

SUMMARY

This research investigates the relationship between the age of the avatar and the consumer, using the Three Factor Theory of Anthropomorphism (Epley, Waytz and Cacioppo, 2007), the Attraction for Similarity theory (Byrne, 1971) and the concept of subjective age (Kastenbaum et al., 1972). This research answers the following research question: What is the avatar's age that will optimize the web user's attitudes toward the avatar and the website? The methodology used is a 3x3 between subject experimental design. This research demonstrates that website designers need to choose their avatar's age in relationship with their target web user's subjective age. Actually, the perceived similarity between the avatar's age and the web user's subjective age has a positive impact on the web user's attitude toward the website. This positive attitude transfers to their attitude toward the website. This research is particularly interesting because it compares the attitude toward the avatar of three age groups (the adolescents, the adults

and the elderly). Furthermore, it deals with the avatar's age which is a socio-demographic variable that has not been studied yet contrary to gender and ethnicity.