

# L'économie comportementale révolutionne la recherche économique

L'économie comportementale explique souvent mieux que l'approche traditionnelle la démarche suivie lors de choix économiques à opérer. Elle ouvre ainsi la voie à des mesures ciblées inspirées des méthodes douces. *Christian Zehnder*

**Abrégé** Ces trente dernières années, la recherche économique a subi une véritable révolution. En s'appuyant sur les résultats de nombreuses expériences en laboratoire et sur le terrain, les économistes comportementaux ont élargi le modèle classique, de sorte qu'il explique et prédit mieux les décisions humaines. Interdisciplinaire, l'économie comportementale combine les découvertes d'autres sciences sociales et les approches traditionnelles de la recherche économique. Là où la théorie économique classique suppose rationalisme et avantage personnel, l'économie comportementale admet que les humains sont des êtres sociaux avec une multitude de motifs qui, tout en essayant de faire les bons choix, peuvent également se tromper. L'analyse des paramètres économiques comportementaux ouvre la voie à des méthodes comme les incitations douces (« nudges ») ou le choix par défaut (« defaults »).

**P**endant longtemps, la recherche comportementale économique a longtemps été influencée par le modèle de l'homo œconomicus, un concept clé de la théorie économique classique. L'homo œconomicus est un décideur rationnel qui poursuit ses seuls intérêts économiques.

Il ne fait aucun doute que le modèle traditionnel a de sérieux atouts. D'abord, il repose sur quelques hypothèses simples et peut donc s'appliquer à une vaste échelle. Ce caractère universel est un avantage de l'économie par rapport à d'autres sciences sociales comme la psychologie ou la sociologie, où les théories sont souvent contextuelles et difficiles à généraliser. Ensuite, la théorie de l'intérêt personnel rationnel permet de formuler des prévisions étonnamment précises... dans certains contextes! Les expériences de Vernon Smith, pionnier de la recherche économique expérimentale, ont démontré, dès les années cinquante et soixante, que la théorie classique pouvait prédire avec succès les balances commerciales de marchés compétitifs.

Les bases de l'économie comportementale ont été posées lorsque les économistes se sont

intéressés d'un peu plus près aux interactions stratégiques hors des structures classiques du marché. Dans les années soixante et septante, la théorie des jeux – un concept mathématique pour l'analyse de décisions stratégiques – a ainsi gagné en importance. Au début des années quatre-vingt, des économistes créatifs ont commencé à tester expérimentalement des pronostics d'interaction sociale établis selon la théorie des jeux. Ces tests ont rapidement montré que, pour expliquer le comportement humain en situations stratégiques, les théories traditionnelles du rationalisme et de l'avantage personnel ne suffisaient pas.

Motivés par ce décalage entre le comportement observé et les pronostics de la théorie standard, des économistes comportementaux ont tenté depuis la fin des années quatre-vingt – et malgré une forte réticence initiale de leurs pairs – d'adapter la théorie économique afin qu'elle puisse mieux expliquer et prédire le comportement humain effectif. Leurs travaux se sont souvent appuyés sur les conclusions existantes de disciplines connexes comme la psychologie, la biologie, la sociologie ou la neurologie.

Pour la plupart des économistes comportementaux, le but n'a jamais été de rejeter entièrement le modèle traditionnel. Ainsi, l'avantage personnel est toujours considéré comme un moteur important du comportement humain et la majorité des économistes comportementaux pensent également que les gens essaient d'effectuer leurs choix le plus rationnellement possible. Contrairement aux partisans de la théorie classique, ils ont compris qu'à côté de l'avantage personnel, d'autres motifs étaient également pertinents et que la voie de la rationalité pouvait également être synonyme d'échec.



Les décisions humaines ne sont pas toujours rationnelles. C'est l'une des découvertes centrales de l'économie comportementale.

## L'aversion à la perte, un facteur économique

Au cours des trente dernières années, l'économie comportementale a documenté une grande variété de comportements humains que le modèle classique n'est pas en mesure d'expliquer. Notre degré de satisfaction, par exemple, dépend moins de la quantité que nous avons d'une chose que de l'ampleur du changement que celle-ci a subi. Quelqu'un qui devient subitement riche est – pour un temps – plus satisfait qu'avant, alors que les personnes ayant toujours vécu dans l'opulence et habituées à vivre sur un grand pied ne sont, en moyenne, pas beaucoup plus heureuses que les autres.

Il semble que nous comparions sans cesse nos acquis à des points dits de référence. Tandis qu'une surprise agréable comme une prime inattendue nous rend heureux, une mauvaise surprise comme l'effondrement des cours boursiers affecte notre bien-être. Il est intéressant de constater que dans ces comparaisons, nous accordons toujours plus d'importance aux pertes qu'aux gains. En d'autres termes, la plupart des gens sont bien plus affectés par une perte de 1000 francs que comblés par le gain d'une même somme. C'est ce qu'on appelle l'aversion à la perte. Les psychologues Daniel Kahneman et Amos Tversky ont été les premiers à la documenter à la fin des années septante. Depuis, elle a été confirmée à de multiples reprises dans de nombreuses expériences en laboratoire comme sur le terrain.

Le fait que les êtres humains pensent généralement en termes de comparaisons et que notre bien-être soit davantage affecté par des pertes a des implications importantes pour les choix économiques. Par exemple, l'aversion à la perte

pousse les individus à éviter les risques, même si cela entraîne des coûts élevés. Les assurances pour les voitures de location ou les appareils électroniques en sont un bon exemple. Parce que les gens veulent à tout prix éviter des pertes, ils sont d'accord de payer un prix énorme pour ce genre d'assurance, même si le risque objectif de subir un dommage élevé est relativement faible. À cela s'ajoute la tendance à surestimer nettement les faibles probabilités.

Une autre implication de l'aversion à la perte est qu'elle augmente la susceptibilité à certaines techniques de vente. Les offres en promotion fonctionnent parce que, dans le ressenti des consommateurs, ne pas obtenir le produit en question équivaut à une perte. Ils sont même disposés à payer un prix élevé pour un produit de substitution quand l'offre originale n'est plus disponible. Ce principe explique aussi pourquoi les vendeurs d'automobiles commencent souvent par présenter à leur client un modèle doté de tous les équipements. Après cela, le client ressentira chaque option manquante comme une perte.

## Des réductions de salaire injustes

Une autre conclusion majeure de l'économie comportementale est que, lors de décisions stratégiques, les individus s'écartent souvent de la maximisation de l'avantage personnel. Très tôt, les expériences de chercheurs comportementaux comme Werner Güth, Richard Thaler ou Ernst Fehr ont démontré de manière convaincante que beaucoup de gens sont prêts à récompenser les actions équitables des autres ou punir les injustices – quitte à subir des coûts importants. L'équité n'a, toutefois, pas la même valeur pour tous : tandis que certains sont disposés à accepter beaucoup pour atteindre un résultat équitable, de nombreux autres recherchent plutôt l'avantage personnel. L'équité diminue en outre lorsqu'on se croit à l'abri des regards ou que l'on sait masquer son égoïsme.

L'intégration de motifs d'ordre social dans la théorie économique permet d'expliquer des phénomènes empiriques qui ne sont pas en ligne avec le modèle classique. Un exemple : en période de récession, les employeurs sont plus

### Incitations douces et choix par défaut

Les incitations douces (« nudges ») désignent une intervention subtile par laquelle on essaie de pousser les gens à faire de meilleurs choix sans pour autant limiter leur liberté décisionnelle. Un exemple simple : pour encourager les consommateurs à manger

plus sainement, on dressera le buffet de desserts en plaçant les fruits devant les douceurs.

Le choix par défaut (« default ») constitue une forme d'incitation douce sous forme d'option standard. L'idée est d'offrir aux gens une bonne option standard

pour certaines décisions (p. ex. pour la prévoyance vieillesse), ce qui augmente la probabilité qu'ils la choisissent. Il est alors important que la liberté de choix ne soit pas restreinte, car l'option peut être modifiée à tout moment.

enclins à licencier leurs employés qu'à réduire les salaires. Pour quelle raison? Les réductions de salaire sont souvent ressenties comme injustes. Il y a donc un risque que les travailleurs punissent l'employeur en diminuant leurs prestations. Des raisons d'équité peuvent aussi expliquer pourquoi les gens sont déterminés à faire respecter des normes sociales et à combattre les infractions. Le courage civil que certaines personnes manifestent face aux déchets sauvages dans les parcs ou aux nuisances dans l'espace public en est un bon exemple. À l'inverse, des inconnus qui ne se rencontreront plus jamais sont souvent prêts à s'entraider. Il suffit de penser aux dons anonymes ou aux personnes qui secourent des accidentés.

Des motifs sociaux peuvent également avoir une influence sur la formulation de contrats ou le style de conduite des dirigeants. Dans des études menées avec Ernst Fehr et Oliver Hart, nous démontrons que, en contradiction avec la théorie classique, il est judicieux de formuler les contrats de manière très rigide, car cela peut empêcher des conflits dans les relations économiques. Dans un travail récent avec John Antonakis, Giovanna d'Adda et Roberto Weber, nous avons analysé l'effet des discours de motivation tenus par des dirigeants d'entreprises. Il s'avère que l'élan de motivation donné aux employés par un discours charismatique est comparable à l'effet d'incitations financières.

## Vivre au présent

Les décisions intertemporelles sont également importantes dans l'économie comportementale : de nombreux choix effectués au quotidien ont un effet direct sur le futur proche, mais aussi des conséquences dans un avenir plus lointain. Cela vaut pour tous les genres d'investissements (placements financiers, formations, sécurité) comme pour beaucoup de choix en matière de consommation (stupéfiants, ali-

mentation saine). La théorie classique affirme que les acteurs rationnels évaluent soigneusement les conséquences immédiates et futures, puis prennent ensuite la décision optimale. Cependant, les résultats des recherches de David Laibson et Matthew Rabin suggèrent que la plupart des gens sous-évaluent l'impact à long terme au profit de l'effet immédiat.

La tendance d'accorder plus d'importance au présent qu'à l'avenir explique de nombreux comportements économiques problématiques tels que la prévoyance vieillesse insuffisante dans des pays comme les États-Unis ou la progression du surpoids, des addictions et du surendettement. En identifiant les causes de ces phénomènes, les économistes comportementaux ont ouvert la voie à des méthodes ciblées comme les incitations douces (« nudges ») ou le choix par défaut (voir *encadré*).

On peut donc en conclure qu'en tenant compte des travaux de disciplines connexes, l'économie comportementale a élargi et adapté le modèle économique, si bien qu'il peut mieux expliquer et prédire la démarche suivie dans de nombreux processus de décision. Une vision réaliste de l'homme est nécessaire, car pour être en mesure de fournir des analyses pertinentes et proposer des interventions ayant des chances de succès, les économistes doivent comprendre la cause des développements économiques sur le plan comportemental.



**Christian Zehnder**

Professeur ordinaire et directeur du Département de comportement organisationnel, Faculté des HEC, université de Lausanne

## Bibliographie

Ariely Dan, *C'est (vraiment?) moi qui décide: Les raisons cachées de nos choix*, 2008, Flammarion.  
Fehr Ernst, Hart Olivier et Zehnder Christian, « Contracts as Reference Points—Experimental Evidence », *American Economic Review*, 101(2), 2011, pp. 493–525.

Kahneman Daniel, *Système 1 / Système 2: Les deux vitesses de la pensée*, 2012, Flammarion.  
Levitt Steven et Dubner Stephen, *Freakonomics*, 2007, Folio.  
Thaler Richard et Sunstein Cass, *Nudge: la méthode douce pour inspirer la bonne décision*, 2012, EVOL DEV'T PERS.

Zehnder Christian, Herz Holger et Bonardi Jean-Philippe, « A Productive Clash of Cultures: Injecting Economics into Leadership Research », *Leadership Quarterly*, 28(1), 2017, pp. 65–85.