

De l'économie comportementale au nudge : les décisions individuelles sont-elles influençables ?

From behavioural economics to nudge: can individual decisions be influenced

Bochra, MOHAMED TICH TICH

Doctorante, Ecole des Hautes Etudes Commerciale - Koléa

bochramohamedtichtich@gmail.com

Histoire : Received 29/06/2021 ; Accepted 28/07/2021

Résumé

L'économie comportementale se base sur un certain nombre de concepts clés, l'un de ceux-ci est que l'être humain effectue des choix irrationnels. Il a été jugé depuis longtemps comme étant un être empreint d'émotions, ses décisions sont souvent prises sur des critères subjectifs et non rationnels tout en étant évidemment persuadés du contraire, influencé par l'environnement, les expériences des autres et les décisions déjà prises.

Le présent travail de recherche a pour objet d'exposer le concept de l'irrationalité des individus dans leur prise de décision à l'époque de l'apparition d'une nouvelle approche dite comportementale, qui, selon plusieurs recherches et études, a mis en lumière la psychologie cognitive et le fonctionnement du cerveau ce qui a développé un nouveau concept baptisé le nudge, la pierre basique de nos analyses.

Nous allons par le biais de ce travail essayer d'orienter la population interrogée selon une démarche expérimentale en mobilisant la théorie du « nudge », à travers un questionnaire se rapportant au vaccin de la COVID-19, à choisir, en cas de perte et de gain, une option parmi deux proposées qui sont identiques par contre formulées distinctement.

Mots clés

Economie comportementale, choix irrationnels, nudge, démarche expérimentale.

Abstract

Behavioural economics is based on a number of key concepts, one of which is that human beings make irrational choices. He has long been thought of as an emotional being, and his decisions are often based on subjective and non-rational criteria, while obviously being persuaded otherwise, influenced by the environment, experiences of others and decisions already made.

The purpose of this research work is to expose the concept of irrationality of individuals in their decision making at the time of the emergence of a new approach called behavioral, which, according to several researches and studies, has shed light on the cognitive psychology and the functioning of the brain, which has developed a new concept called nudge.

Through this work, we will try to guide the population surveyed according to an experimental approach by mobilizing the theory of nudge, through a questionnaire related to the COVID-19 vaccine, to choose, in case of loss and gain, an option among two proposed which are identical but formulated in a different way.

Keywords

Behavioural economics; irrational choices; nudge; experimental approach.

1. Introduction

Il est rassurant pour l'être humain de sentir que le monde est organisé et prévisible, et que celui-ci peut répondre à ses besoins (Maslow, 1943). Cependant, communément, ses comportements et décisions ne sont ni attendus, ni préparés. En effet, de nombreuses recherches ont montré que

le comportement individuel ne suit pas une logique raisonnée qui le conduit à prendre des décisions rationnelles, ce qui pourrait donc affecter son processus décisionnel et la satisfaction qui en résulte dans le sens où des influences le conduit à prendre des décisions erronées. Il est considéré comme étant un être de comparaison plus que de raison.

Autant que la rationalité de l'individu est limitée, il existe deux façons d'influencer ses comportements, une première qui sert à influencer les processus de pensées conscients des individus à travers une démarche rationaliste qui suppose que les individus sont capables de maximiser leur intérêt. Et une deuxième dont l'utilité est de comprendre puis de changer le comportement des individus sans modifier leur processus de pensée à travers une approche comportementale.

Cette dernière a profondément renouvelé l'analyse des décisions économiques. Ce courant se distingue de l'approche économique traditionnelle fondée sur l'hypothèse de l'homo œconomicus. Cass Sunstein et Richard Thaler (2008) ont dit que « *l'homo œconomicus des manuels d'économie ne possède ni le cerveau d'Einstein, ni les capacités de mémorisation du Big Blue d'IBM, ni la volonté du Mahatma Gandhi. Pour bref, tout individu agit le plus souvent sous l'influence de son cerveau limbique, siège des instincts et des émotions.* ». Cette partie du cerveau gère ce que le psychologue Daniel Kahneman a appelé le « Système 1 » dans son livre *Thinking, Fast and Slow* (2011). Selon lui, le travail mental qui produit les impressions, les intuitions et bien les décisions, se déroule en silence dans notre esprit.

Néanmoins, Par le biais de l'importance des sciences comportementales à notre époque, notre travail portera sur les « nudges » qui sont considérés comme étant une méthode douce pour réussir le changement. Ils consistent à guider sans contraindre les gens vers les bons choix en introduisant de petites, voire invisibles, modifications ou suggestions, non contraignantes dans l'architecture du choix.

Dans cet ordre d'idées, le questionnement qui s'impose est de savoir si les décisions individuelles sont influençables par une simple modification dans la formulation des options proposées à travers une démarche expérimentale en mobilisant la théorie du nudge tout en s'appuyant sur la théorie des perspectives. L'analyse des processus de décision est donc indispensable pour la compréhension du comportement des individus.

Pour mener à bien notre étude et répondre à cette problématique, il convient dans un premier temps de passer en revue la littérature des deux grands axes faisant objet de notre travail à savoir l'économie comportementale et les nudges. Puis, de discuter les résultats du questionnaire sur l'orientation des choix individuels vers telle ou telle option face à la perte et au gain, dans l'intention de démontrer que la décision dépend d'une irrationalité dont l'impact ne devrait pas l'être.

2. Revue de la littérature :

2.1. Le concept de l'économie comportementale :

« L'économie comportementale est l'incorporation de la dimension psychologique du raisonnement dans l'analyse économique ». Partant de cette expression, et s'inspirant de l'économie normative, de la psychologie, de l'approche cognitive, de la sociologie et des neurosciences (Singler, 2015), la théorie de l'économie comportementale a pris une importance significative ces dernières décennies grâce, notamment, aux travaux de Kahneman et Tversky (1979).

Auparavant, le modèle classique envisage que l'individu peut examiner tous les choix et leurs conséquences ainsi que la classification de ses préférences, afin d'identifier l'alternative présentant la plus grande valeur espérée (Albert & Steinberg, 2011). L'un des représentants les plus emblématiques de la théorie néoclassique Gary Becker, qui déploie une analyse, dans la conférence prononcée à l'occasion de la remise du prix Nobel en économie, en supposant que les individus maximisent le bien-être tel qu'ils le conçoivent, qu'ils soient égoïstes, altruistes, loyaux, malveillants ou masochistes (Becker, 1993).

Nous allons essayer, à travers cette première partie, de remémorer d'où vient l'économie comportementale et sa relation avec la psychologie cognitive.

2.1.1. Apport de la psychologie cognitive à l'analyse comportementale

Le XX^e siècle s'est caractérisé par la construction de la science économique sur le postulat que les décideurs sont rationnels, bien que parfois contraints par une information incomplète ou manipulée. Cependant, depuis une vingtaine d'années, les économistes reviennent vers la psychologie par leurs recherches en économie comportementale et en neuro-économie rien que pour mieux comprendre les comportements des individus. En effet, il a été constaté que l'homo œconomicus ne se comporte pas aussi rationnellement que ne le prédit la théorie classique.

Des chercheurs et des philosophes grecs s'en préoccupaient, Adam Smith l'a également étudié, mais le sujet avait disparu du champ de recherche de l'économie au cours du XX^e siècle. Il en va autrement aujourd'hui.

À l'ère actuelle, la psychologie est définie comme l'étude scientifique du comportement humain et des processus mentaux qui le sous-tendent. Elle a été longtemps confondue avec la philosophie, et ce n'est qu'à partir du XIX^e siècle qu'elle s'est constituée en science autonome. Depuis, elle a beaucoup évolué. Elle est passée des discussions philosophiques à l'expérience scientifique.

La compréhension de l'esprit humain a été la préoccupation de nombreux philosophes et scientifiques. Toutefois, plusieurs auteurs ont participé au développement de la psychologie notamment ceux qui sont cités dans le tableau ci-dessous :

Tableau 1. Contribution des philosophes et scientifiques dans le développement de la psychologie

Auteurs	Contributions
Platon (428-348 av. J.C.)	Questions sur les origines et les mécanismes de la pensée : idées innées.
Aristote (384-322 av. J.C.)	Livre « de l'âme » : idées acquises.
Christian Wolff (1679-1754)	Premier à diviser la psychologie en deux composantes : la psychologie empirique (expérimentale) et la psychologie rationnelle (spéculative).
Wilhelm Wundt (1832-1920)	Premier laboratoire entièrement consacré à la recherche psychologique expérimentale, université de Leipzig en Allemagne, 1879.
Ivan Pavlov (1849-1936)	Travaux sur le conditionnement qui vont être à l'origine d'un courant qui s'est longtemps imposé dans l'univers de la psychologie scientifique : le behaviorisme ou le comportementalisme.
Hermann Ebbinghaus (1850-1909)	Premier à appliquer une méthode expérimentale dans l'étude de la mémoire.
Sigmund Freud (1856-1939)	Crée la psychanalyse, découvre l'inconscient.
Alfred Binet (1857-1911)	S'intéresse à la mesure de l'intelligence au Laboratoire de psychologie physiologique de la Sorbonne à Paris.
Donald Hebb (1904-1985)	Premier à avancer l'idée selon laquelle deux neurones en activité au même

moment créent ou renforcent leur connexion de sorte que l'activation de l'un par l'autre sera plus facile à l'avenir et à fournir un substrat matériel crédible aux phénomènes d'apprentissage.

Source : Atfa Memai (2019/2020). Cours de psychologie cognitive, pp.6-7.

Par ailleurs, la psychologie cognitive met l'accent sur les processus de décision pour comprendre les déterminants des choix individuels. De même que la plupart des concepts de la microéconomie ne peuvent être observés directement, le mariage de la théorie économique et des concepts de la psychologie cognitive permet de modéliser les comportements résultant des processus cognitifs. Ismaël Rafai, Pierre Garrouste et Dino Borie s'inscrivent dans cette approche et visent à établir les conditions de possibilité d'une mesure des ensembles de considération (*consideration set*). Un ensemble de considération est le sous-ensemble d'options effectivement envisagées par l'agent dans une situation de choix donnée. Les auteurs montrent, sous des hypothèses raisonnables, qu'il est possible de déterminer les modalités de formation de l'ensemble de considération et proposent une mesure expérimentale indirecte d'un des éléments importants des processus de décision.

Étant une branche de l'économie, l'économie comportementale inclut la part psychologique et le cadrage dans les comportements afin de démontrer la nature irrationnelle, subjective et variable des comportements, même dans un domaine aussi sérieux que l'économie. Cette nouvelle approche a pour but de donner une explication aux comportements observés sur les marchés, comportements humains faisant preuve de rationalité limitée et de raisonnements complexes du fait que les décisions peuvent apparaître irrationnelles et contraires à la théorie standard.

Cette approche cherche à démontrer que l'humain est influencé par l'environnement qui l'entoure, ses origines ainsi que son profil

psychologique. Cela ouvre un nouveau champ d'étude pour l'économie et permet de mieux comprendre les mécanismes décisionnels qui poussent les acteurs du marché économique à agir de telle ou telle façon.

Cette dernière s'est développée en réponse aux limites de l'économie standard reposant sur l'hypothèse de rationalité individuelle. Elle a pris appui sur les avancées de la psychologie expérimentale portées par Daniel Kahneman et Amos Tversky, lauréats du prix Nobel d'économie en 2002, qui ont proposé des approches théoriques alternatives du comportement économique nourries par les apports de la psychologie expérimentale. Leurs travaux se focalisent davantage sur les processus cognitifs qui sous-tendent la prise de décision économique.

L'étude de ce phénomène a inspiré un grand nombre de théories différentes et a été utilisé dans de nombreuses applications empiriques. Autrement dit, c'est l'étude de l'influence des émotions et des facteurs personnels propres à chaque individu, dans la prise de décisions économiques.

2.1.2. Heuristiques et biais cognitifs

Parmi les représentants les plus connus de l'école dite des « biais et heuristiques » en psychologie, Daniel Kahneman et Amos Tversky. Ces derniers ont documenté l'existence de biais cognitifs dans les décisions humaines à satiété.

De différentes explications ont été données en psychologie aux heuristiques et biais cognitifs qui caractérisent souvent les raisonnements quotidiens. Il a été prouvé que notre cerveau traite l'information en privilégiant un système de traitement soit holistique ou analytique. Le premier est un système de traitement immédiat et rapide, global, parallèle, inconscient, intuitif et spontané qui renvoie à l'idée que les hommes disposent de capacités cognitives limitées et ne sont pas capables de raisonner correctement sans apprentissage. Alors que le système analytique est un système de traitement réfléchi et lent, analytique, séquentiel, conscient, et contrôlé qui cherche à expliquer le recours à des

heuristiques et raisonnements biaisés par des raisons pragmatiques, motivationnelles ou situationnelles.

Le terme « Biais » signifie l'existence d'un écart entre la façon dont nous devrions raisonner pour assurer le mieux possible la validité de nos conclusions et la façon dont nous raisonnons réellement. Fréquemment, ces biais résultent de l'application d'heuristiques, il s'agit de règles qui conduisent à des approximations souvent efficaces, mais faillibles. Ces heuristiques permettent notamment de simplifier les problèmes (Yachanin et Tweney, 1982). Elles reposent en général sur un traitement partiel des informations disponibles mais leur emploi fréquent au quotidien tient à leur fonction de simplification des problèmes, de réduction de l'incertitude et au fait qu'elles permettent de proposer des réponses socialement acceptables (Drozda-Senkowska, 1997).

Néanmoins, d'après Kahneman et Fredrick (2002), ces heuristiques, considérées comme étant des raccourcis mentaux, sont liées à des processus cognitifs dépendants du système holistique de traitement de l'information qui nous permettent de porter un jugement raisonnable ou de résoudre un problème, de manière rapide et avec une grande économie de moyens en suivant notre intuition (Gigerenzer, 2007). Cependant, elles sont plus sujettes à l'erreur que les algorithmes, et de ces processus mentaux découlent des distorsions et des biais de jugement (Gigerenzer (2007), Kouabenan et al. (2006), Leneveu et Mary Laville (2010), Morel (2002), Tversky et Kahneman (1974)).

Toutefois, trois heuristiques sont devenues des processus de jugement fondamentaux (Kahneman et al. (1982), Keren et Tieggen (2004), Tversky et Kahneman (1974)) : l'heuristique de la représentativité, l'heuristique de la disponibilité, et l'heuristique de l'ancrage-ajustement.

Commençant par l'heuristique de représentativité qui est la tendance à fonder son jugement ou à prendre une décision à partir de la ressemblance de l'une ou de plusieurs de ses caractéristiques avec les caractéristiques prototypiques d'une autre situation, ou encore le fait de

généraliser à partir de cas particuliers ou d'exemples, sans se baser sur un raisonnement logique et probabiliste.

Quant à l'heuristique de la disponibilité, elle se manifeste lorsque pour juger d'une situation, nous utilisons les informations facilement disponibles à notre mémoire comme dans l'expérience des noms célèbres (Tversky et Kahneman, 1973, 1974).

Et enfin, l'heuristique de l'ancrage-ajustement qui est défini comme étant un jugement basé sur la première idée ou la première impression. Cette focalisation empêche d'apprécier et de considérer les nouveaux éléments qui pourraient avoir une incidence ou intervenir dans le processus de jugement.

2.2. Le concept du nudge :

Pour Ariely (2008, p. 240), « les gens sont soumis aux influences néfastes de leur environnement immédiat, de leurs émotions, d'un certain manque de perspicacité ainsi que d'autres formes d'irrationalité (l'effet de contexte). Mais quand nous prenons conscience de cet état de fait, nous nous rendons compte que ces erreurs nous offrent également la possibilité de nous améliorer. Puisque nous commettons tous des erreurs systématiques, pourquoi ne pas développer de nouvelles stratégies, inventer de nouveaux outils et mettre au point de nouvelles méthodes pour favoriser les meilleures décisions et améliorer notre condition. ».

À cet effet, Il ne s'agit pas de modifier le processus de pensée des individus mais plutôt de comprendre les comportements puis les changer. C'est ce que Thaler et Sunstein (2008) appellent la théorie du « nudge » ou « coup de pouce » en français.

2.2.1. Origine du nudge

Issu des sciences comportementales et popularisé par Richard Thaler et Cass Sunstein dans leur ouvrage datant de 2008, le concept de « nudge » offre un outil d'intervention intéressant et parfois nécessaire compte tenu du fait que l'humain est considéré comme étant un être à rationalité limitée en faisant parfois des choix contre son intérêt.

L'ouvrage publié par ces deux chercheurs est intitulé *Nudge - La méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Ce livre explique ce qui sous-tend le processus décisionnel des êtres humains, donne des stratégies pour influencer ledit processus sans pourtant changer de manière significative les incitatifs économiques ni limiter les choix.

Le terme « Nudge », littéralement traduit de l'anglais par coup de pouce ou coup de coude, est une petite intervention douce qui modifie les mécanismes du choix, c'est à dire le comportement des gens, pour les influencer dans un sens qui correspondrait mieux à leur propre intérêt ou à l'intérêt général. Le nudge incitatif peut prendre la forme d'un message écrit ou d'un simple symbole.

Les nudges ont la capacité d'orienter notre attention sans même que nous le remarquions. C'est bien de cette façon qu'ils sont présentés dès le début du livre de Thaler et Sunstein « *Des petits détails, apparemment insignifiants, peuvent avoir un impact énorme sur le comportement des gens.... Dans de nombreux cas, ces petits détails tirent leur efficacité du fait qu'ils attirent l'attention des utilisateurs dans une direction bien précise.* ».

Ce nouveau phénomène se justifie philosophiquement par le principe du « paternalisme libertarien », une philosophie réconciliant liberté individuelle et bienveillance étatique. Celle-ci se base en particulier sur les nombreux travaux de psychologie cognitive démontrant que nos comportements, comme a été indiqué précédemment, sont sujets à des biais systématiques entraînant des divergences entre nos intentions et nos actes.

Thaler et Sunstein s'appuient sur ce principe, défini par deux mots qui sont supposés s'opposer mais qui décrivent à la perfection la logique du nudge : ne pas convaincre, mais proposer une architecture du choix conduisant les individus à prendre eux-mêmes les bonnes décisions pour leur bien et le bien de la collectivité.

Connu comme une troisième voie, qui, n'est ni de gauche ni de droite, ni démocrate ni républicaine, ce principe mérite d'être analysé un peu plus

précisément que comme une liste hétérogène d'aides pratiques à la bonne décision (Thaler et Sunstein, 2010).

Cependant, le paternalisme libéral est construit sur un double fondement. D'un point de vue positif, il prend appui sur les recherches en économie comportementale pour penser l'intervention dans un univers marqué par des agents à rationalité limitée. Et d'un point de vue prescriptif et normatif, il se présente comme un syncrétisme entre les positions libérales et interventionnistes. Il a donc comme objectif final d'améliorer le bien-être des individus, sans diminuer les libertés individuelles. Les dérives de manipulations existent clairement, mais dans de nombreux cas, le paternalisme libertarien semble être la meilleure moins mauvaise option pour permettre aux individus de faire des choix maximisant leur bien-être intertemporel.

En arrivant à la notion du nudge, les économistes et psychologues du domaine de l'économie comportementale et de la psychologie cognitive sont passés par une analyse précise considérant que les individus prennent le plus souvent des décisions qui vont à l'encontre de leur intérêt étant donné que le comportement humain ne peut être optimisant. Un questionnaire a été fait partant de ce raisonnement qui a été interprété par une rationalité limitée qui sera expliquée en détail par la suite.

2.2.2. Irrationalité des décisions

Un débat a été ouvert depuis le XIX^e siècle relativement aux rapports qu'entretiennent individu et société. Une analyse a été faite sur la manière dont les mécanismes psychologiques s'ajustent au dispositif social qui, pour rendre compte de l'ordre ou du désordre social, mettent l'accent les unes sur la rationalité et les autres sur l'irrationalité des conduites individuelles.

En outre, les travaux empiriques des psychologues leur ont appris que les individus ne sont pas toujours rationnels dans leur décision. Les décisions sont prises en combinant les intérêts subjectifs et les probabilités des

résultats associés à chaque décision selon la théorie classique de Keynes, une combinaison qui pourrait être considérablement biaisée.

Par ailleurs, l'avènement de l'économie comportementale a montré que les limites et déviations humaines de prédiction ne peuvent être représentées par des modèles théoriques, l'homme économique peut, en effet, se contenter d'une solution satisfaisante à ces yeux, sans qu'elle se soit avérée la solution optimale (Simon, 1980), cela démontre sa rationalité limitée.

D'autre part, il existe de multiples éléments qui perturbent la prise de décision. Laurie Santos (2005), et suite à plusieurs expériences réalisées sur les racines de l'irrationalité humaine en observant la prise de décision des primates qui réagissent exactement de la même manière que les hommes, définit ce type de décision comme totalement irrationnel et apporte deux explications à ce comportement. Une première qui affirme que notre instinct nous pousse à raisonner en terme relatif et non pas en terme absolu. Elle ajoute par la deuxième « *Nous ne supportons pas de perdre quelque chose que nous possédons déjà même si cela doit nous conduire à prendre plus de risques, ceci doit également expliquer en partie la volonté de conserver des positions perdantes alors même que le marquage au marché est déjà négatif et que les perspectives/probabilités de retour à un marquage au marché positif sont particulièrement faibles.* ».

Néanmoins, il a été démontré que les émotions jouent un rôle conséquent considérant que les ressources cognitives sont limitées. À ce propos, selon Ester (2010), « *le présupposé traditionnel et implicite selon lequel l'irrationalnel découle toujours des passions, au sens large des anciens, n'est plus tenable aujourd'hui.* ». L'irrationalité est rendue durable et volontaire non seulement par la recherche d'un seuil de satisfaction et non du maximum, mais aussi par le rôle important joué par le processus inconscient face à la dissonance cognitive qu'elle peut engendrer. Les croyances et les émotions inconscientes induiraient, donc, une duperie de soi-même.

Pour terminer, nous pourrions dire qu'une situation de décision est distinguée par la présence de différentes alternatives, chacune menant à des résultats parmi lesquelles le décideur devrait choisir celle qui lui convient le plus et le mieux. En revanche, une prise de décision est, neurologiquement parlant, très rapide, bien moins d'une seconde, lorsqu'il s'agit de réagir face à un danger immédiat, l'émotion est, à ce moment-là, prédominante. Lorsque la décision s'établit comme un processus cognitif avec le temps pour la réflexion dont la conséquence est un choix entre différentes possibilités, l'émotion, sans prévaloir, intervient.

La conclusion tirée par Kahneman et Tversky de leurs différentes études, est, qu'il faudrait apprendre aux individus à raisonner correctement, à éviter les erreurs inférentielles et à utiliser les lois de la probabilité au lieu d'heuristiques (Kahneman et Tversky, 1982).

Alessio Moretti, philosophe et logicien, a indiqué dans son article daté de 2003 qu'il existe trois approches de l'irrationalité. Ces dernières peuvent être résumées dans le tableau suivant.

Tableau 2. Les trois approches de l'irrationalité

Auteurs			Approches de l'irrationalité
L'irrationalité	selon	Donald	Se propose d'analyser des paradoxes ayant trait à la notion d'irrationalité, entendue comme action ou type cognitif anormal, anormalité qu'il reconduit d'emblée au paradigme logique de l'auto-contradiction.
Davidson (1917-2003)			
L'irrationalité	dans	l'inconscient	Approfondit la théorie de l'irrationnel de Donald Davidson, il précise et éclaire les contraintes psychanalytiques d'une telle théorie philosophique.
selon	Matte	Blanco (1908-1995)	

L'auto-contradiction logique (« $AA \neg A$ ») la paraconsistance selon N.C.A. Da Costa (1929)	Montre que le Principe de Non-Contradiction (PNC) peut être relativisé logiquement par la notion de paraconsistance et comment cela se peut, ce qui constitue un apport fondamental pour la logique mathématique.
--	---

Source : Alessio Moretti (2003). Trois approches de l'irrationnel : Davidson, Matte Blznco et Da Costa.

3. Méthodologie

Dans le cadre de cette étude, il a été utilisé les résultats d'une enquête réalisée par nous-mêmes durant le mois de juin de l'année 2021. À cet effet, un questionnaire a été élaboré comprenant deux questions ayant trait à l'économie comportementale et au nudge.

Pour ce faire, nous avons eu recours à la théorie des perspectives développée par Kahneman et Tversky (1979), à travers une démarche expérimentale, un outil de la théorie du nudge que nous allons expliquer par la suite.

3.1. Échantillon

Nous avons choisi, pour notre étude empirique, l'échantillonnage aléatoire simple. Par contre aucun critère n'a été choisi. Tous les individus de la population peuvent répondre aux questions. L'échantillon de notre étude est constitué de 118 personnes, celles qui ont accepté de répondre et de remplir le questionnaire de l'enquête.

Nous allons, par le biais de cet article, utiliser comme méthode de recherche l'approche expérimentale considérée en économie comme étant une méthode d'investigation, reposant sur l'utilisation de l'expérimentation qui est, dans notre cas, une exploration de terrain à travers un questionnaire.

3.2. Questionnaire

Nous allons à travers notre questionnaire, d'une certaine manière, s'intéresser aux décisions individuelles prises en mettant en œuvre la notion du nudge pour modifier et orienter les choix tout en s'appuyant sur la théorie des perspectives pour analyser les comportements décisionnels et confirmer que les décisions individuelles sont nudgables et que l'humain peut être guidé vers tel ou tel choix sans qu'il le sache.

Ladite théorie a été le fruit des résultats des travaux de Kahneman et Tversky (1979), qui prouvent que les attitudes des personnes envers les risques à prendre au sujet de gains peuvent être très différentes de leurs attitudes envers les risques au sujet de pertes. Ils ont prouvé, à travers plusieurs expériences, que la façon dont un choix est présenté influe sur la prise de décision, que tout est une question de présentation.

À ce propos, Daniel Kahneman a dit « *Les gens attribuent une bien plus grande probabilité à la véracité de leurs opinions que cela n'est justifié. C'est l'une des raisons qui les amènent à miser autant sur le marché financier, souvent avec de mauvais résultats.* ».

La recherche empirique de notre travail s'est basée sur les résultats de la théorie des perspectives qui identifie deux étapes composant la compréhension du processus décisionnel. Une première étape nommée phase d'édition qui s'agit de trier, construire et reformuler les options de choix ce qui mène à la simplification de la prise de décision pour passer à la deuxième phase dite phase d'évaluation.

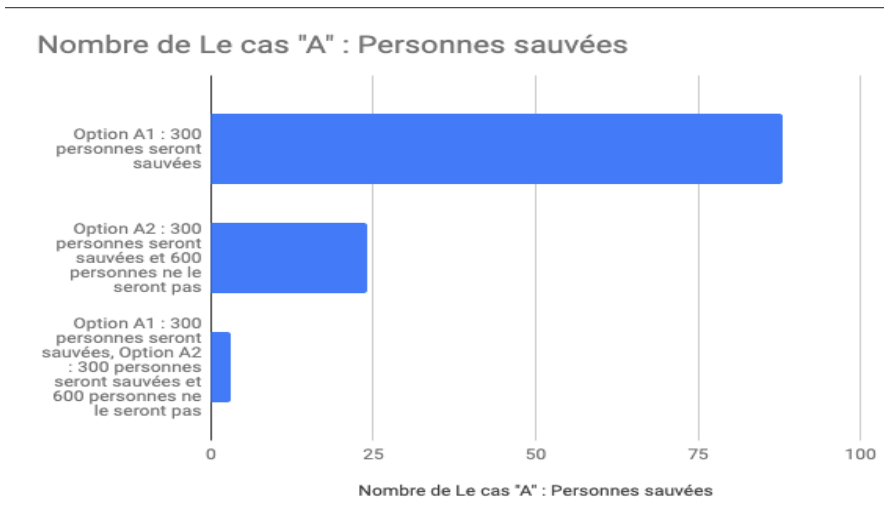
Partant de la démonstration de Kahneman et Tversky (1979) que la formulation influe la prise de décision des sujets en reprenant l'expérience développée initialement par Thaler (1980), nous allons essayer de diriger et orienter les individus vers les options que nous sommes persuadés qu'ils vont choisir malgré qu'elles soient identiques, seule leur formulation diffère.

Notre questionnaire a été diffusé en ligne sur les réseaux sociaux. Nous avons opté pour un champ traitant un sujet actuel et très tendance qui est la COVID-19, la problématique a été posée comme suit :

« Supposons que nous avons 900 personnes qui devront être vaccinées contre la COVID-19 et que vous en faites partie. Nous avons deux cas, et dans chacun des cas deux options. Veuillez choisir dans les deux situations l'option qui vous convient le plus ».

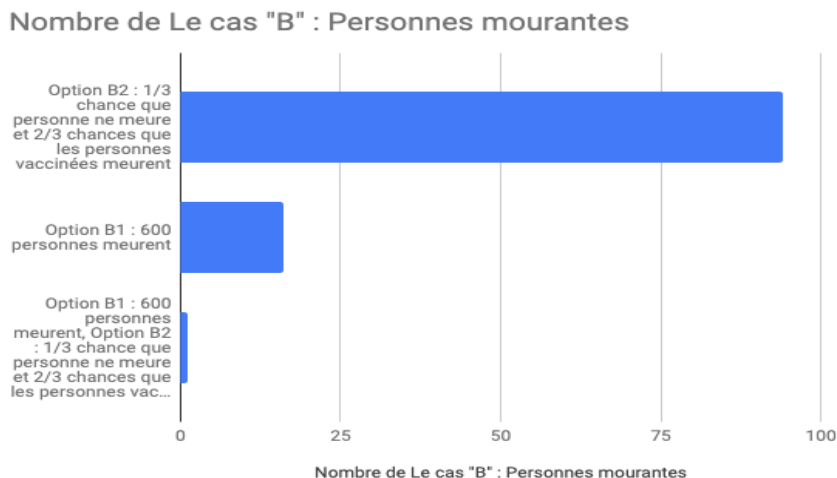
Deux cas ont été présentés par rapport à la vaccination contre le coronavirus, et chaque personne devrait choisir une option parmi deux proposées dans chacun. Les figures suivantes montrent parfaitement le sujet abordé, les cas traités ainsi que les choix proposés.

Figure 1. Résultat du 1^{er} cas s'agissant de « personnes sauvées »



Source : réalisé par nos soins sur la base d'Excel.

Figure 2. Résultat du 2^{ème} cas s'agissant de « personnes mourantes »



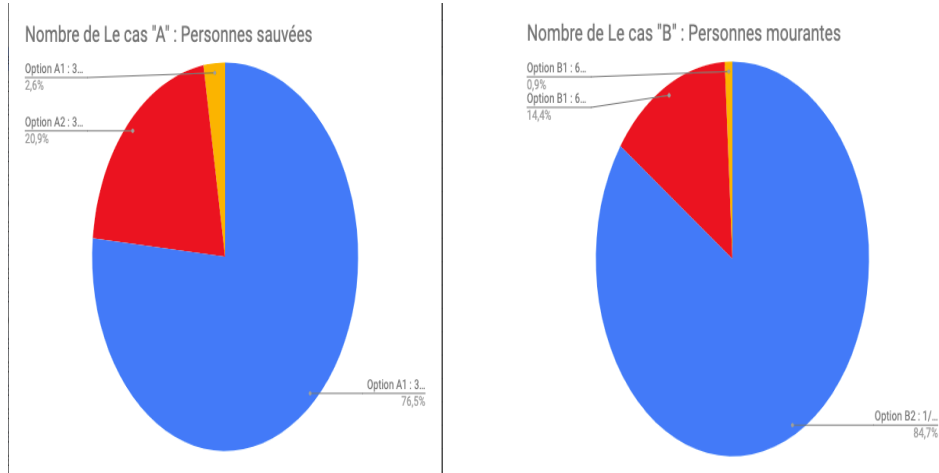
Source : réalisé par nos soins sur la base d'Excel.

Une analyse très simple pourrait être attribuée aux résultats obtenus, et comme a été prouvé depuis longtemps par Kahneman et Tversky (1979), le comportement humain envers le risque est, non seulement, influencé par le cadrage des perspectives dans les deux domaines de gains et de pertes, mais aussi par la pondération des probabilités.

À l'égard de décisions risquées, les individus ont tendance à reformuler l'information disponible, à la transformer subjectivement selon les caractéristiques spécifiques de la décision qu'ils ont à prendre.

Les figures ci-dessous dévoilent les pourcentages exacts concernant les choix faits par la population interrogée.

Figure 3. Pourcentages des résultats des options des 2 cas



Source : réalisé par nos soins sur la base d'Excel.

Cas A : 76,5% de la population interrogée ont choisi la première option A1 contre 20,9% pour la deuxième option A2. Cela prouve que les gens, dans le cas de gain, préfèrent les choix certains.

Cas B : 84,7% de la population interrogée ont opté pour la deuxième option B2, en contrepartie de 14,4% pour l'option B1.

En guise de conclusion, nous pourrions dire que le simple fait de présenter les mêmes choix différemment, influence le processus décisionnel et modifie la décision définitive de chacun. Ainsi, étant donné que les pertes pèsent plus lourd que les gains, l'humain se transforme en un être ayant une rationalité limitée tout en s'adossant sur l'émotion et l'intuition éclairés par un déséquilibre entre le mécontentement ressenti à la suite de la perte est la satisfaction résultante au gain, sachant le premier sentiment est plus profond que le deuxième.

4. Conclusion

L'économie comportementale a le vent en poupe. Ses promoteurs la présentent d'abord comme une « révolution scientifique » visant à substituer à la figure de l'homo œconomicus animé par une rationalité parfaite, celle, plus réaliste, de l'homme de la rue dont les nombreux biais de rationalité pourraient être mis à jour grâce à des expériences de laboratoire. Cinq des quinze derniers Prix Nobel d'économie se reconnaissent dans ce courant de recherche citant Daniel Kahneman en 2002, Peter A. Diamond en 2010, Alvin E. Roth en 2012, Robert J. Shiller en 2013 et Richard Thaler en 2017. La part des articles d'économie comportementale dans les quatre principales revues généralistes d'économie (American Economic Review, Quarterly Journal of Economics, Journal of Political Economy et Review of Economic Studies) a crû de 8,5 % dans les années 1990 à 15 % au début des années 2010.

Par ailleurs, les individus ont été considérés, comme a été déjà mentionné, comme des êtres emprunts d'émotions adoptant des comportements en fonction de plusieurs facteurs.

Un changement d'idée ne prédit pas toujours un changement de comportement, c'est pour cette raison que le nudge soit qualifié comme la méthode la plus adéquate pour orienter les comportements avec de légères manipulations des choix proposés en s'appuyant sur les différents types d'heuristiques et de biais cognitifs, il est perçu comme séduisant en raison de son moindre coût et son efficacité à condition qu'il soit éthique, à défaut on l'appelle sludge (mensonge).

Toutefois, l'être humain a tendance à évaluer de façon asymétrique son potentiel de rendement en fonction du contexte. De plus, d'après Kahneman et Tversky (1979), la douleur émotionnelle

engendrée par une perte est supérieure au plaisir ressenti par un gain. Ces constats peuvent être représentés par une courbe ayant une forme convexe très prononcée en mode perte et une forme concave en situation de gain. Aussi, la théorie des perspectives n'est pas seulement un modèle de choix risqués, elle relève aussi des études sur les aspects cognitifs du traitement de l'information.

À l'issue de ce travail, il est possible d'affirmer que les décisions individuelles sont souvent prises selon la manière dont les choix sont présentés.

En guise de conclusion de l'article, cette expérience montre une asymétrie des choix humains. Nous avons confirmé qu'il est possible de modifier les comportements décisionnels des individus en modifiant la formulation, le nombre d'options ainsi que leur nature arrivant pour déduire que tout être humain est influençable.

Références

Abad, A.A-S. (2017). Le nudge : Embarras du choix & paternalisme libertarien. *Multitudes* (68) (2017/3), pp.44-53.

Agogué, M. (2013). L'innovation orpheline : Lutter contre les biais cognitifs dans les dynamiques industrielles. *Revue Presses des MINES*.

Ainslie, G. (1975). Specious reward: A behavioral theory of impulsiveness and impulse control. *Psychological Bulletin* (82), pp.463-496.

Albert, D. & Steinberg, L. (2011). Judgment and Decision Making in Adolescence. *Journal of Research on Adolescence* (21) (Vol. 1), pp.211-224.

Alessio, M. (2003). Trois approches de l'irrationnel : davidson, Matte Blanco et Da Costa. *Noesis* (5/2003), pp.193-233.

Allais M. (1953). Le Comportement de l'Homme Rationnel devant le Risque : Critique des Postulats et Axiomes de l'Ecole Américaine. *Econometrica* (21) (Vol. 4), pp.503-546.

- Bazerman, M. H. & Don, A. M. (1994). Judgment in Managerial Decision Making, 7th Edition. New York, John Wiley & Sons.
- Becker, G. (1993). Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior. *Journal Of Political Economy* (3) (Vol. 101).
- Benicourt, E. & Guerrien, B. (2008). La théorie économique néoclassique, Microéconomie, macroéconomie et théorie des jeux. 3^{ème} édition. *La Découverte* : France, pp.5-9.
- Bergerons, H. et al. (2018). Le biais comportementaliste, chapitre I. L'économie comportementale dans le monde académique : *une success-story*. Édition Presse de Sciences Po, pp.11-45.
- Bruno, T. (2019). L'économie comportementale : entre faiblesses méthodologiques et idéologie. *Revue Des Sciences de Gestion* (295) (2019/1).
- Decoopman, F. (2010). Les troubles de l'enveloppe psychique et la fonction contenante du thérapeute. *Revue Gestlat* (37) (2010/1), pp.140-153.
- Delphine, V.H. (2013). Une vision de la prise de décision rationnelle et irrationnelle, un construit individuel et collectif. *CIRANO*, Montréal.
- Ewa, D.S. (1997). La valeur discriminante de l'information qui individualise un objet et la connaissance de ses catégories d'appartenance. *L'année Psychologique* (2) (vol. 97), pp.237-265.
- Ferey, S. (2011). Paternalisme libéral et pluralité du moi. *Revue Économique* (4) (Vol. 62), pp.737-750.
- Frédéric, M. (2010). L'individu face au risque : l'apport de Kahneman et Tversky. *Idées Économiques et Sociales* (161) (2010/3), pp.15-23.
- Frenkiel, E. (2009). Nudge ou le paternalisme bienveillant. *Revue La Vie des idées*.
- Gardair, E. (2007). Heuristiques et biais : quand nos raisonnements ne répondent pas nécessairement aux critères de la pensée scientifique et rationnelle. *Revue Électronique de Psychologie Sociale* (1), pp.35-46.
- Gollier, C. Hilton, D. & Raufaste, E. (2003). Daniel Kahneman et l'analyse de la décision face au risque. *Revue d'Économie politique* (3) (Vol. 113), pp.295-307.

- Haguet, D. (2016). Les déterminants de la décision d'achat des investisseurs individuels : l'exemple français. Thèse de Doctorat en Sciences de Gestion. Université Nice Sophia Antipolis.
- Hebert A.S. (1959). Theories of decision making in economies and behavioral science. *American Economic Review* (49) (Vol. 1), pp.253-283.
- Hebert, A.S. (1955). A Behavioural Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of economics* (69) (Vol. 1), pp.99-118.
- Jacquemet, N. et Le Lec, F. (2017). Développements récents de l'économie comportementale et expérimentale. *Revue Économique* (05) (Vol. 68), pp 719-725.
- Kahneman D. (2011). Thinking, Fast and Slow. *Penguin Books: USA, New York*.
- Kahneman D. & Tversky A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica* (47) (Vol. 2), pp.263-291.
- Kahneman D. & Tversky A. (1984). Choices, values, and frames. *American Psychologist* (39) (Vol.4), pp.341-350.
- Kahneman, D. & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. *Cambridge University Press*, pp.49-81.
- Kenedi, G. (2018). Nudge : justifications et applications. *Revue Regards Croisés sur l'Économie* (22) (2018/1), pp.81-85.
- Lahna, L. et Guichard, N. (2016). La théorie du nudge ou le coup de pouce vers une meilleure compréhension des comportements des consommateurs. *15èmes Journées Normandes de Recherches sur la Consommation : Société et Consommation*.
- Le Borgne, M. (2018). Le nudge: orientation ou simple manipulation ? https://www.unitec.fr/wp-content/uploads/2018/09/Note_Nudge.pdf Consulté le 17/06/2021.
- Memaï, A. (2019). Cours de psychologie cognitive. Université Frères Mentouri Constantine 1. Faculté des lettres et langues, Département de lettres et langue française, pp.6-7. <https://fac.umc.edu.dz/fll/images/cours-fran%C3%A7ais/L3/L3%20Psycho%20Memai.pdf> Consulté le 19/06/2021.
- Mullainathan, S. & Thaler, R. (2000). Behavioral Economics. *National Bureau of Economic Research Working Paper* (No. 7948).

Pham, M.T. (1996). Heuristiques et biais décisionnels en marketing. *Recherche et Applications en Marketing* (11) (Vol. 4), pp.53-69.

Thaler R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior & Organization* (1) (Vol. 1), pp.39-60.

Thaler R. & Sunstein C. (2008). Nudge, improving decisions about health, wealth and happiness. *Penguin Books* : London.

Tirole, J. (2013). Rationalité, psychologie et économie. *Revue Française d'Économie* (2) (Vol. XXVIII), pp.09-33.

Trepel C., Fox C. R., & Poldrack R. A. (2005). Prospect theory on the brain? Toward a cognitive neuroscience of decision under risk. *Brain Research Reviews* (23) (Vol. 11), pp.34-50.

Yachanin, S. A., & Tweney, R. D. (1982). The Effect of Thematic Content on Cognitive Strategies in the Four-Card Selection Task. *Bulletin of the Psychonomic Society* (6) (Vol. 7), pp.87-90.