



# ANALYSE

*NUDGES ET ÉCONOMIE  
COMPORTEMENTALE :  
EST-CE BIEN LIBÉRAL ?*

---





*Une analyse réalisée par*  
**CHRISTOPHER COCKSHAW**

*Février 2019*

---

Richard Miller  
Administrateur délégué du CJG

Corentin de Salle  
Directeur du CJG

Avenue de la Toison d'Or 84-86  
1060 Bruxelles  
Tél. : 02.500.50.40  
cjb@cjb.be

Mis en page : [Thomas Daems](#)

# INTRODUCTION

---

Sur un peu plus de deux siècles, les forces libérales et l'écrasante majorité des économistes ont formalisé deux idées imprégnées des valeurs de liberté et d'autonomie : les individus savent ce qui est bon pour eux, et ils savent comment y parvenir.

Les découvertes récentes de l'économie comportementale jettent un sérieux doute sur la seconde idée et indiquent que les êtres humains – individus, acteurs du marché et citoyens – se laissent régulièrement piéger par leurs cerveaux biaisés. Non seulement ces biais affectent leur jugement mais ils les empêchent d'atteindre leurs objectifs à long terme.

Par conséquent, il est question de recourir à des politiques publiques de « *nudges* » pour

corriger ces erreurs mentales et nous aider à prendre de meilleures décisions dans la vie de tous les jours, le tout sans même que nous le remarquions, en modifiant simplement la façon dont certains choix nous sont présentés. Accusés d'être paternalistes et manipulateurs, les économistes comportementaux assurent pourtant que les nudges respectent l'autonomie des individus.

Pour faire la lumière sur cette question, nous revisiterons d'abord brièvement quelques bases théoriques de l'économie classique avant de voir qui sont les comportementalistes et ce qu'ils proposent très concrètement. Nous finirons par examiner les principales critiques qui leur sont faites et nous chercherons une réponse libérale à la question : « *Faut-il nudger ?* »

# 1. CHOISIR ET SUBIR

---

L'économie est une science sociale et tout comportement économique est par essence un comportement humain. Selon les situations, des forces institutionnelles et technologiques peuvent influencer sur ce comportement mais il demeure que chaque résultat économique est le fruit d'au moins une décision humaine.

Partant, les économistes n'ont guère d'autre choix que de baser leurs théories de près ou de loin sur un énoncé primordial qui établit d'après eux ce qui motive les gens quand ils font des choix.<sup>1</sup>

Les penseurs de l'économie libérale « classique », à commencer par le père de la discipline, Adam Smith, considéraient que les individus et groupes agissent toujours dans le sens de leurs intérêts. Cela paraît sans doute évident, mais quels sont exactement nos intérêts ? Comme les puristes aiment à le souligner, Smith entendait par là toute sorte de choses, en ce compris l'intérêt de se respecter moralement et de gagner le respect des autres.<sup>2</sup>

Beaucoup de vulgarisateurs contemporains insistent néanmoins sur les intérêts propres ou même égoïstes qui sont bien sûr monnaie courante. Par ce gigantesque concert d'entrechocs qu'on appelle le marché, ils finissent

malgré eux, c'est la thèse bien connue d'Adam Smith, par œuvrer au bien de la société toute entière, comme guidés par une main invisible.

Mais que les motivations des individus soient plus ou moins sociales ou égocentrées, leurs choix économiques se font dans un contexte où l'on peut supposer que l'intérêt collectif prédominant est celui de fuir la misère pour se donner les moyens de vivre dignement et librement.<sup>3</sup>

## NÉOCLASSICISME

Au fur et à mesure que leur discipline s'est distanciée de la philosophie, les économistes ont voulu vérifier leurs hypothèses en s'inspirant des sciences dures. Dans le modèle néoclassique qui s'est graduellement imposé au XXe siècle et qui prévaut toujours autour du globe, on distingue entre deux grandes catégories d'acteurs du marché.

D'un côté - celui de l'offre - il y a des entreprises qui cherchent à optimiser leurs profits en vendant des biens et services ; de l'autre - celui de la demande - il y a des individus ou ménages qui cherchent à tirer la plus grande satisfaction possible des biens et services qu'ils consomment. Ce modèle se prête gracieusement aux calculs de l'économétrie et aux graphiques, comme ce-

lui du prix d'équilibre (qu'énormément de gens connaissent) ou bien la courbe d'une fonction d'utilité.

Par définition, ce modèle simplifie les choix économiques. De plus, il idéalise l'environnement autour des acteurs : on postule en effet que l'optimisation de leur profit/utilité se fait dans un marché parfaitement concurrentiel, et qu'ils sont parfaitement informés sur leurs options. Ces deux postulats sont nécessaires au modèle de base mais ils se vérifient rarement dans le monde réel. Léon Walras écrivait :

« *Nous supposerons toujours un marché parfaitement organisé [...] comme en mécanique pure on suppose d'abord des machines sans frottement* ». <sup>4</sup>

Les économistes modélisent aussi des cas de figure annexes où l'économie ne sert pas au mieux l'intérêt général (eg, monopoles, oligopsones, sélections adverses). En publiant un article intitulé « *L'Utilisation de la connaissance dans la société* » <sup>5</sup>, Friedrich Hayek a fait naître une branche de l'économie qui étudie spécifiquement les asymétries d'information et démontre l'importance de la qualité et de la diffusion de celle-ci dans les marchés.

## DES ÊTRES RATIONNELS

Ainsi, même si par chance la chose arrive par-

fois, une personne mal informée ne sert pas au mieux ses intérêts. Pourtant rien ne l'empêche d'agir et de s'exposer aux conséquences de ses actes. Comment faut-il dès lors revoir l'énoncé de ses motivations ? En le simplifiant. Pour faire d'une pierre deux coups, on peut aussi vouloir le rendre généralisable à tous les producteurs et consommateurs.

Beaucoup d'économistes libéraux dans la seconde partie du siècle dernier ont ainsi préféré définir la motivation des acteurs par l'axiome de la rationalité (ou de « *l'action intentionnelle* »). <sup>6</sup> Indépendamment de la nature de ses intérêts et de son niveau de connaissances, la théorie néoclassique suppose que l'homo economicus adopte le comportement le plus intelligent possible dans sa position pour parvenir à ses fins.

Quoi qu'il arrive, il agit en être rationnel.

L'idée que la science économique se soit intégralement axiomatisée ou – autrement dit – qu'elle ait réussi à faire dériver chacune de ses théories de ce seul postulat « *évident* » de la rationalité fait l'objet d'importantes critiques. <sup>7</sup> Les gens ne sont pas des ordinateurs : ils changent d'avis, ils oublient, ils hésitent. <sup>8</sup> On ne sait d'ailleurs rien de la place qu'occupe tel problème ou opportunité dans leur ordre de priorités, ce qui veut dire que leur niveau de concentration varie tout comme le temps qu'ils y consacrent.

Similairement à la concurrence et à l'information, la rationalité parfaite des acteurs est donc une vue d'esprit. Pour la plupart des économistes, c'est un élément méthodologique qui sert à construire un modèle d'étude dans un premier temps mais qui demande à être décomposé plus tard pour affiner l'analyse des situations réelles. La saillance de cette approche tient du fait qu'elle permet de mesurer l'écart entre une situation particulière observée et une situation théorique idéale, là où décrire exhaustivement les aspérités du monde économique serait aussi laborieux que stérile.

## LE DOUTE S'INSTALLE

Les économistes néoclassiques n'ignorent pas que l'on rencontre des comportements irrationnels dans la vie de tous les jours. Or, par effet cumulatif, certaines décisions peuvent avoir des conséquences tellement graves sur la vie d'une personne que l'on ne se demande pas seulement comment elle les a prises mais aussi franchement pourquoi.

Prenons directement un cas extrême : peut-on dire qu'une personne est rationnelle quand elle s'achète de l'héroïne ? D'après une étude culte de 1988, il faudrait croire que oui.<sup>9</sup> Co-écrite par Gary S. Becker, prix Nobel d'économie<sup>10</sup> et chantre du rationalisme, elle déduit que le drogué maximise son utilité comme n'importe quel autre consommateur puisqu'il anticipe l'effet

qu'aura sa consommation sur sa perte de sensations liée à l'accoutumance.

Les nombreux détracteurs de Becker trouvent cette conclusion absurde, puisqu'a priori ces personnes ont envie d'échapper à une addiction potentiellement mortelle et il y a un conflit entre leurs intérêts lucides à long terme et leurs impulsions momentanées.

Dans un tout autre domaine, l'irrationalité de plusieurs acteurs financiers a peut-être été – avec les aléas moraux créés par d'énormes asymétries d'information – l'autre grande cause systémique de la Crise des Subprimes de 2007-08, à l'origine d'un effet domino sur la finance mondiale qui a généré beaucoup de souffrances inutiles.<sup>11</sup>

La masse de crédits à taux variables accordés et de titrisations recevant la note BB ou AA auprès des agences de Wall Street aurait dû éveiller la méfiance des acteurs du marché immobilier américain mais ils étaient manifestement sous l'emprise d'une « *exubérance irrationnelle* » et d'une foi aveugle en la viabilité du système bancaire. Leur comportement a lourdement impacté des acteurs économiques distants et moins blâmables tels qu'en première ligne, des fonds de pension islandais puis, finalement, les contribuables et administrés de tous les pays qui ont dû renflouer leurs banques.

## 2. L'ÉCONOMIE COMPORTEMENTALE

---

Aux marges du modèle dominant, des économistes ont voulu creuser cette question, quitte à enterrer l'axiome de la rationalité.<sup>12</sup> Acquis à une interdisciplinarité accrue, les économistes dits « *comportementaux* » ont, ces trois dernières décennies, puisé dans les sciences cognitives pour répondre différemment à la question du comportement des acteurs. Cette recherche a valu à deux d'entre eux de recevoir le prix Nobel d'économie : Daniel Kahneman (université de Princeton) en 2002 et Richard H. Thaler (MIT, Université de Chicago) en 2017.<sup>13</sup>

Thaler, que l'on retrouve souvent associé au spécialiste du droit administratif et environnemental Cass Sunstein, s'est montré prolifique depuis les années 2000, publiant des best-sellers tels que *Nudge : La Méthode douce pour inspirer la bonne décision* ou plus récemment *Misbehaving : Les Découvertes de l'économie comportementale*.<sup>14</sup>

Devenu le porte-voix de cette nouvelle école, il a dirigé des unités de politiques publiques spéciales au sein du gouvernement britannique de David Cameron (2013-15)<sup>15</sup> et de l'administration américaine de Barack Obama (2015-16)<sup>16</sup>.

Fait rare pour un universitaire : Thaler a joué son propre rôle dans un film hollywoodien<sup>17</sup> où il explique aux côtés de la chanteuse Selena Gomez les dangers du *credit default swap* synthétique. Cela témoigne de l'effet qu'a eu la Crise Financière Mondiale sur sa notoriété.



## DEUX SYSTÈMES DE PRISE DE DÉCISION.

Depuis les années 1970, Daniel Kahneman combat l'idée que l'homme soit un être généralement rationnel dont les quelques écarts de conduite seraient dus à l'émotion. Pour lui, il faut abandonner cette « *fiction freudienne* » et examiner deux types de processus mentaux : Système 1 et Système 2.

- Système 1 : Une réflexion rapide, automatique et instinctive – le cerveau traite l'information par des mécanismes de reconnaissance afin de remplir des tâches routinières ou peu importantes
- Système 2 : Une réflexion lente, appliquée et consciente – le cerveau filtre les messages du Système 1 pour se concentrer sur des questions nouvelles et complexes

Le recours au Système 2 ne garantit pas que les décisions prises soient forcément meilleures que celles rendues par le Système 1, elles en seront seulement plus fondées. Cette distinction est donc technique mais elle s'est largement répandue dans le domaine du management grâce au best-seller *Thinking Fast and Slow*.<sup>18</sup> D'aucuns lui reprochent de n'être que moyennement crédible du point de vue de l'évolution biologique, remarquant par exemple que toutes les informations chiffrées devraient passer par le Système 2 car notre cerveau n'est pas naturellement construit pour les mathématiques.<sup>19</sup>

## UNE APPROCHE PSYCHOLOGIQUE

Pour autant, c'est bien Kahneman qui a fondé l'école comportementale. Dans une autre vie, ce dernier a été psychologue dans l'armée israélienne. Chargé au départ de créer un test pour repérer les recrues les plus susceptibles de

faire de bons officiers, il préparait des exercices qui devaient lui indiquer quels soldats avaient un profil de meneur et quels autres perdraient leurs moyens en situation de combat.<sup>20</sup>

Kahneman voulait alors développer un instrument d'évaluation utile mais les rapports

qu'il recevait après une période d'exercice n'avaient de cesse de contredire ses résultats. Cet échec l'a poussé à élargir sa réflexion et il en est arrivé à étudier l'« *illusion de validité* », phénomène expliquant pourquoi lui et ses supérieurs pouvaient si souvent se tromper à partir de données relativement complètes.

En collaboration avec le psychologue mathématique Amos Tversky, il a ensuite passé une décennie à typologiser les erreurs cognitives que les humains commettent systématiquement. Kahneman et Tversky ont rencontré Thaler dans les années 1980 et ces trois auteurs ont commencé à intégrer leurs notions dans des publications économiques<sup>21</sup>, invitant leurs lecteurs à rejeter l'idée que les acteurs du marché seraient comme des Monsieur Spock, en référence au personnage ultra-cartésien de Star Trek.

Cette nouvelle approche a reçu un accueil glacial dans le monde académique. Comme nous venons de le voir, les calculs et prédictions de l'économie néoclassique reposent sur une modélisation idéaliste. Certes, elle admet des écarts dans le monde réel mais elle les attribue à des erreurs sporadiques, pas à des processus cachés et systémiques. Les travaux de ces trois comportementalistes mettaient en cause ses fondements théoriques.

Voilà ce qui est encore plus déroutant pour

un esprit libéral : à partir du moment où l'on admet que plein d'acteurs se comportent de façon irrationnelle et que leurs erreurs cognitives créent des défaillances de marché, on engage la responsabilité du monde politique. Pour aider ces gens et l'économie dans laquelle ils évoluent, les décideurs sont contraints de les « *protéger contre eux-mêmes* ».

## « PATERNALISME LIBÉRAL »

En ce qui nous concerne, l'économie néoclassique incriminée par Thaler et Kahneman a le profond mérite d'être intrinsèquement liée à la pensée libérale, par filiation historique mais aussi philosophiquement puisqu'elle place la volonté de l'individu et son autonomie de décision au centre de son modèle.

À l'opposé, transformer l'axiome de la rationalité – au fond un simple concept – en norme formelle suivant laquelle il faudrait juger le comportement des individus puis intervenir pour le corriger le cas échéant rappelle la pensée paternaliste. Au sens strict, le paternalisme se manifeste par une restriction des libertés du citoyen au nom de son propre bien : c'est une tendance foncièrement illibérale. Au sens large, il peut s'agir d'une vision politique où l'État joue un rôle normatif fort au-delà de la sphère légale, se prononce sur le meilleur intérêt du citoyen dans certaines situations et

réduit son autonomie en conséquence.

L'économie comportementale ne s'oriente pas vers l'interdiction ou la coercition. Évidemment, supprimer le choix (licite) des individus revient à supprimer son objet d'étude. Par contre, elle fait d'une rationalité définie au cas

par cas un but à atteindre activement et théorise que les individus, piégés comme ils sont par leurs propres instincts, ne peuvent pas s'aider eux-mêmes, ce qui implique que les autorités politiques doivent interférer dans leur prise de décision. Un certain nombre de biais cognitifs faussent en effet le jugement des individus.

## SIX BIAIS COGNITIFS IMPORTANTS

- **Biais de disponibilité** : ne pas chercher d'autres informations que celles immédiatement disponibles<sup>22</sup>
- **Biais de représentativité** : considérer aléatoirement qu'un élément est représentatif d'une population
- **Biais d'optimisme** : croire que l'on est moins exposé aux risques qu'autrui
- **Biais de confirmation** : valider ses opinions auprès des instances qui les confirment et ignorer celles qui les réfutent
- **Biais d'ancrage mental** : laisser une première impression influencer son jugement ou ses estimations
- **Biais d'inertie** : ne pas modifier son plan d'action par peur du changement ou paresse

### 3. LES NUDGES

---

Maintenant que nous mesurons à peu près l'importance de l'économie comportementale en tant que nouvelle tendance de fond dans la recherche économique, voyons comment son « *paternalisme libéral* » prend forme en termes de politiques publiques.

Le curieux petit mot « *nudge* », signifiant en anglais quelque chose comme « *léger coup de coude* », fleurit d'ores et déjà dans les publications de management et les rapports officiels aux États-Unis et au Royaume-Uni, mais aussi, plus récemment, en Australie, en Allemagne et indirectement chez nous via l'Union Européenne. Chacune de ces entités possède un organe chargé d'étudier et superviser le déploiement de nudges.<sup>23</sup>

Qu'est-ce qu'un nudge et en quoi diffère-t-il d'un dispositif conventionnel ?

Sunstein décrit les politiques classiques, c'est-à-dire non-comportementales, par la métaphore d'un âne que l'on guide au bâton et à la carotte.<sup>24</sup> Comparer la société à un bourricot n'est pas très indulgent et cette analogie est certainement réductrice mais elle se révèle effectivement utile pour conceptualiser les politiques classiques.

En laissant de côté les peines criminelles qui sont d'un autre ordre, le bâton est une politique qui nous empêche de partir dans une mauvaise direction. Sanctions administratives, amendes, limitations : c'est ce qu'un bourgmestre met en œuvre pour décourager l'utilisation de feux d'artifice par des particuliers le soir du Nouvel An ou ce qu'une ministre de l'enseignement fait pour endiguer l'absentéisme scolaire.

La carotte encourage les comportements considérés vertueux ou bénéfiques. On peut en distinguer deux sortes : il y a premièrement des carottes sucrées qui typiquement coûtent cher à l'État (eg, subsides octroyés à des start-ups ou associations, défiscalisation des dons caritatifs) et il y a ensuite des carottes moins sucrées dont le but est de préserver un équilibre (eg, prix unique du livre pour aider les librairies face à la concurrence des ventes en ligne).

Bien sûr, beaucoup de bâtons et de carottes se révèlent inefficaces et on en conclut que leur impact financier ou utilitaire sur le public concerné ne suffit pas à faire évoluer ses choix. Les comportementalistes rejettent cette idée en invoquant des expériences réelles où l'introduction d'un bâton ou d'une carotte a eu un impact au point même parfois de produire le

contraire de l'effet espéré.

L'une de ces expériences les plus connues est celle des garderies de Haïfa, en Israël. La direction s'est demandée si le fait d'infliger de petites amendes diminuerait le nombre de parents qui viennent récupérer leurs enfants en retard à la fin de la journée. Contre toute attente, les retards se sont multipliés (le fait de payer une petite somme efface « *l'ardoise sociale* » et estompe le sentiment de culpabilité que les parents ont envers les puériculteurs).<sup>25</sup>

On le voit, l'approche conventionnelle a ses limites.

Le « *nudging* » entend donc offrir une approche plus fine et censément moins coûteuse à ceux qui élaborent les politiques publiques. Il consiste à trouver un mécanisme cognitif – le nudge – et à s'en servir pour corriger un comportement jugé problématique pour la personne elle-même ou la collectivité.

## CLASSIFICATION ET EXEMPLES

Le milieu des affaires publiques est friand de nouveau vocabulaire et l'engouement suscité par les travaux de Thaler et Sunstein a fait qu'une certaine confusion règne encore sur ce qui constitue authentiquement un nudge. Dans leur livre du même nom, ces auteurs le définissent comme « *un aspect de l'architecture*

*du choix qui modifie le comportement des gens de manière prévisible sans prohiber aucune option et sans changer significativement leurs incitatifs économiques* ». <sup>26</sup>

Par architecture du choix, il faut entendre le contexte dans lequel la décision de l'acteur se fait. Cette architecture comprend trois composantes que l'on peut paramétrer grâce à des mécanismes spécifiques mais en fin de compte assez banals :



**Fig. 1 : Classification des mécanismes de nudge** <sup>27</sup>

COMPOSANTE	MÉCANISME DE NUDGE
1. INFORMATION	<b>1.a.</b> Traduire en langage simple, présenter sous un autre angle (framing)
	<b>1.b.</b> Visibiliser, confronter l'acteur à son propre comportement (rétroaction)
	<b>1.c.</b> Introduire un ancrage social (norme chez les autres acteurs, référence à des leaders d'opinion)
2. STRUCTURE	<b>2.a.</b> Modifier l'option par défaut ou demander à l'acteur de choisir (passer par une étape de choix)
	<b>2.b.</b> Augmenter ou réduire l'effort requis, physiquement ou financièrement
	<b>2.c.</b> Réorganiser, regrouper les options
	<b>2.d.</b> Revoir les conséquences de chaque option pour modifier le coût/bénéfice ou la répercussion sociale
3. ASSISTANCE	<b>3.a.</b> Envoyer des rappels
	<b>3.b.</b> Renforcer l'engagement qu'a pris l'acteur au départ

Sur base de ce tableau, on se rend compte que la Belgique a déjà mis en place un nudge sans le savoir dans le domaine de la santé, et non des moindres : le don d'organe par défaut. La loi du 13 juin 1986 dispose que tout citoyen est réputé donneur d'organes après son décès à moins d'y avoir marqué son désaccord en remplissant un formulaire auprès de l'administration communale.<sup>28</sup> Cette loi, dont l'objectif est

bien sûr d'accroître le nombre et la disponibilité des organes à transplanter, mobilise trois mécanismes en même temps : 2.a., 2.b. et 2.d.

Ceci étant, les nudges n'ont pas besoin d'être radicaux pour avoir un impact. Dans les cantines scolaires, un nudge peut être le fait d'expérimenter avec l'alignement des options sur le buffet pour inciter les élèves à choisir un

accompagnement de légumes plutôt que de frites.<sup>29</sup> Ailleurs, on aide les médecins à se rappeler du nom des médicaments génériques en réorganisant les menus de sélection dans les dossiers médicaux électroniques<sup>30</sup> ; ailleurs encore, on demande à des agences de publicité de ludifier la signalétique autour des poubelles pour rendre les rues et les wagons de trains plus propres.<sup>31</sup>

La plupart des mécanismes de nudging testés et adoptés à travers le monde n'interviennent qu'à un niveau local ou subsidiaires. Agissant sur l'hygiène de vie ou l'environnement, ils sont très consensuels et ne posent pas de réelle question juridique. Mais ces gimmicks volent bien en dessous de la portée du discours comportemental. Ce qui intéresse vraiment les économistes comportementaux, ce sont les mesures qu'ils peuvent proposer à un échelon national dans les domaines les plus exigeants et sensibles : les politiques économiques et sociales.

À ce titre, le plus grand fait d'arme de Thaler et Sunstein sous l'administration Obama fut l'introduction d'un nudge dans la réforme des règles concernant les cartes de crédit (le CARD Act de 2009). Visant à lutter contre le surendettement chez les particuliers en proie à des usuriers, la loi oblige les sociétés de crédit à inclure un tableau très lisible sur leurs fiches de facture qui rappelle à l'emprunteur l'historique de ses remboursements et calcule pour lui le taux à choisir

pour minimiser ses intérêts à l'avenir. En 2013, on estimait que cette politique avait contribué à faire épargner 21 milliards \$ annuellement aux consommateurs américains.<sup>32</sup>

Lorsque la Grande Bretagne a remis sur pied son système de retraite par capitalisation après la Crise, Thaler y a importé un programme qu'il avait développé à Chicago avec son collègue Shlomo Benartzi. « *Save More Tomorrow* » est un dispositif volontaire pour les employés qui voudraient épargner plus mais qui manquent de motivation pour le faire. Le nudge utilisé est extrêmement simple : le montant de cotisation mensuel est fixé par défaut à 3% du salaire et se perpétue jusqu'à ce que l'employé atteigne la fin de son contrat ou demande un **opt-out**<sup>33</sup>. Très populaire aux États-Unis, le programme n'a cependant pas su convaincre les travailleurs britanniques pour diverses raisons<sup>34</sup>, dont les trop changeantes promesses du gouvernement en la matière.

## SUR LA DÉFENSIVE

En parcourant les écrits de Thaler publiés au cours de dix dernières années, on ne peut qu'être frappé par leur ton de plus en plus défensif. L'économie comportementale a en effet rencontré une opposition grandissante à mesure qu'elle s'est popularisée. Thaler a en outre essuyé une sorte de désaveu lorsque ses missions gouvernementales ont pris fin et que les

candidats à la succession d'Obama et de Cameron n'ont pas témoigné d'intérêt pour son arsenal de petites mesures. L'annonce du prix Nobel de 2017 a par conséquent donné une impression de retour en grâce.<sup>35</sup>

Parmi les opposants aux nudges, beaucoup les rejettent catégoriquement car ils accusent les comportementalistes de vouloir organiser la manipulation des masses par les puissants. À cela, Thaler et Sunstein répondent (plus clairement qu'auparavant) que les nudges sont indissociables d'un cadre éthique qui inclut le devoir de transparence. L'action menée par les autorités doit toujours être consultable par les administrés.<sup>36</sup>

Quant à ceux qui doutent du bien-fondé de cette approche, ils leur affirment que « *le paternalisme libéral n'est pas un oxymore* » puisque l'autonomie et la liberté des individus sont res-

pectés. D'une part, l'éthique des nudges impose de laisser aux nudgés une porte de sortie à tout moment, c'est-à-dire le droit de ne plus être exposé au nudge. D'autre part, aucune option ne leur est jamais enlevée : il y a moyen de contourner le choix mis en valeur.<sup>37</sup>

À cela, ils ajoutent que nous utilisons déjà des nudges dans la vie de tous les jours (comme lorsqu'on installe un réveil loin de son lit pour se forcer à se lever le matin) ; que les pouvoirs publics en ont aussi fait usage par le passé (par exemple, un traçage des lignes séparant les bandes de circulation sur les routes pour fluidifier le trafic) ; et surtout que le secteur privé ne se gêne pas pour exploiter nos biais à notre insu<sup>38</sup> – laissant entendre qu'il faut combattre le feu par le feu. Il n'y aurait pas non plus de preuve historique pour démontrer qu'un « *paternalisme modéré* » mène forcément à la tyrannie.

## POINTS D'OMBRE

---

On ne peut pas considérer que les gouvernements qui ont jusqu'à présent fait preuve d'enthousiasme pour les nudges furent, ce faisant, particulièrement autoritaires. En vérité, ils se situent, dans l'ensemble, au centre, centre droit et centre libéral de l'échiquier politique. L'attrait des politiques comportementales pour eux est ou était avant tout pragmatique : on sai-

sit l'occasion de tester des mesures nouvelles à moindre coût.<sup>39</sup>

Mais, cette considération n'évacue pas les doutes subsistant quant à la nature-même de ces interventions et à la validité du paternalisme libéral en tant que notion politique. Depuis qu'on les promeut, les nudges ont alimenté une

riche littérature critique dont sont extraites les cinq lignes d'objection tenaces listées ci-après :

## 1. IL Y A UN CONFLIT LATENT ENTRE L'APPROCHE EXPÉRIMENTALE ET LE CADRE DÉMOCRATIQUE.

Les expériences cognitives que les comportementalistes cherchent à convertir directement en moyens d'action se font normalement dans un contexte où une moitié des participants ne connaît ni l'objectif des chercheurs ni leur instrument. Sachant cela, les conditions fixées par Thaler et Sunstein pour rendre les nudges « *transparents* » et démocratiques ressemblent à l'esprit d'escalier. Personne ne peut garantir

qu'elles résisteront face à la tentation d'aller plus loin si l'on réalise un jour que l'ignorance des citoyens permet de rendre des nudges plus performants. Le secret opérationnel de l'État est compatible avec la démocratie (eg, services secrets) mais il doit se déclarer comme tel et requiert l'assentiment de la population.

## 2. LES NUDGES NE GARANTISSENT PAS LE MÊME DEGRÉ D'AUTONOMIE POUR TOUS.

Si l'on juge qu'un public cible a une cognition limitée et nécessite une aide externe déresponsabilisante pour améliorer son traitement de diverses informations, il est quelque peu incohérent de faire valoir par la suite que ce public garde toute son autonomie parce qu'il peut se renseigner sur les nudges mis en place et prendre la responsabilité de sortir d'un dispositif. En effet, la différence entre « *être informé* » et

« *être en mesure de s'informer* » est majeure. On ne s'attend pas à ce que les citoyens les moins rationnels prennent conscience d'une politique qui affecte leurs décisions et se renseignent à son sujet. Or c'est pourtant la condition préalable à un opt-out. Tant mieux, diront les paternalistes : ces citoyens sont ceux qui ont le plus besoin des nudges, mais cela pose question en termes d'égalité de traitement.

## 3. LE DÉCIDEUR MANQUE LUI-MÊME D'INFORMATION ET DE LÉGITIMITÉ.

Même si l'individu est imparfait dans sa prise de décision, il est clair qu'il connaît toujours mieux ses préférences qu'un fonctionnaire qui ne l'a probablement jamais rencontré. Comme l'observait Hayek, l'information est tellement dis-

persée à travers la société qu'aucun décideur ne peut compiler suffisamment de statistiques pour comprendre le fond de toutes les préférences individuelles. L'économie comportementale prend partie pour la « *pensée lente* » et oublie que la

spontanéité ou le respect de certains principes inflexibles peuvent également faire partie des préférences d'une personne. Le rapport entre le conscient et l'inconscient est complexe et chaque

individu a le droit de déterminer son propre mode de décision. Il ne doit justifier ses choix et son comportement que lorsqu'ils engagent formellement sa responsabilité envers autrui.

#### 4. LES BIAIS PEUVENT AUSSI ÊTRE CORRIGÉS PAR DES SOLUTIONS CLASSIQUES.

Ce n'est pas parce qu'on trouve des comportements manipulateurs dans un marché que le seul remède des pouvoirs publics pour protéger le consommateur est le « *nudge pour un bien* ». Avant d'y avoir recours, les décideurs se doivent d'explorer convenablement les voies juridiques, réglementaires ou fiscales qui pourraient livrer des résultats satisfaisants. Les nudges sont risqués pour deux raisons. Quand ils interviennent dans des domaines non-économique, ils deviennent difficiles à étayer à partir d'un modèle de rationalité sérieux. Quand ils sont économiques ou financiers, ils

font trop souvent appel au biais d'inertie, or celui-ci est dangereux. Les programmes « *Save More Tomorrow* » ont attiré quelques employés dont le taux d'épargne initial était supérieur à celui fixé par défaut et le nudge a donc fait du tort à leurs cotisations. Par conséquent, les décideurs se sont malencontreusement sali les mains en promouvant ce programme auprès d'un trop large public. Quels que soient les résultats d'une politique, un État de droit n'est pas autorisé à piéger des citoyens innocents par effet collatéral.

#### 5. LA PSYCHOLOGIE N'EST PAS UNE SCIENCE EXACTE.

Nos connaissances actuelles en psychologie ne sont ni complètes ni définitives. Kahneman et Tversky ont observé les signes extérieurs de phénomènes cognitifs, les ont décrits comme étant des biais et les ont typologisés d'une façon qui n'est pas encore totalement rigoureuse. La théorie de l'évolution implique que ces biais existent pour une raison. S'ils ont survécu, c'est probablement parce qu'ils offrent des outils de

décision approximatifs (heuristiques) qui nous étaient utiles et qui le sont peut-être encore. L'écrivain conservateur G.K. Chesterton recommandait de ne jamais retirer une barrière dressée sur une route avant d'avoir compris sa fonction à cet endroit. Ce principe de précaution devrait aussi être suivi lorsqu'on cible les biais cognitifs.

# UN PETIT SCÉNARIO ABSURDE

## INDIVIDU

- Julie, 48 ans, citadine, salaire moyen et loyer élevé

## COMPORTEMENT

- Continuer de payer un abonnement mensuel de 30 € à un club de gym qu'elle ne fréquente quasiment plus

## CHOSE QUI EMBÊTENT LES DÉCIDEURS :

- Elle ne tire aucune utilité de ce service, la dépense est irrationnelle

## CHOSSES QUE LES DÉCIDEURS VOUDRAIENT FAIRE :

- Le SPF Économie veut obliger les clubs de gym à mettre fin aux abonnements « zombies » pour les empêcher d'exploiter les biais de clients oublieux comme Julie
- Le SPF Santé Publique souhaite que Julie garde son abonnement et compte introduire un nudge qui impose au club de lui rappeler combien de fois elle y est allée depuis le début de l'année

## CHOSSES QUE LES DÉCIDEURS NE PEUVENT PAS DEVINER :

- Julie gère déjà son temps libre comme elle l'entend
- Elle garde cet abonnement pour avoir la possibilité de jouer au tennis avec ses amies si l'opportunité se présente
- L'abonnement reflète inconsciemment une certaine image qu'elle veut avoir d'elle-même
- Savoir qu'elle peut se rendre au club à tout moment est un facteur de bien-être pour elle

## QUI SONT-ILS POUR NUDGER ?

Terminons cette analyse en nous demandant brièvement si les économistes comportementaux eux-mêmes ne pourraient-ils pas se tromper dans leur évaluation des choix rationnels et l'incidence que cela aurait sur l'effet des nudges. À en croire le statisticien et épistémologue Nassim Nicholas Taleb, beaucoup de biais cognitifs seraient en fait les biais des chercheurs qui les formulent :

*« Souvent les psychologues et économistes comportementaux concluent à des 'comportements irrationnels' (ou ce qu'ils qualifient plus poliment de 'biais') quand les acteurs ne semblent pas suivre un modèle normatif ou qu'ils contreviennent à leur modèle de rationalité. Presque à chaque fois, cela correspond à une deuxième couche manquante d'incertitude dans un modèle-joujou assez primaire qui n'intègre pas les non-linéarités. »<sup>40</sup>*

Les non-linéarités désignent ici par exemple la diminution de certaines utilités marginales : a priori il est toujours rationnel d'accepter 150 € en échange d'un petit service qu'on est capable de rendre comme tondre la pelouse de son voisin, mais ça l'est nettement plus lorsqu'on manque d'argent de poche que lorsqu'on est multimillionnaire et pressé. Les offres aussi généreuses se présentent rarement dans la vraie vie ; ce sont plutôt des scénarios imaginés en laboratoire. Or les cobayes qui se soumettent

à des expériences de psychologie le font généralement pour de l'argent.

L'un des biais cognitifs les plus étudiés ces dernières années est l'aversion au risque.<sup>41</sup> Des nudges sont proposés non pour éloigner des acteurs d'un écueil mais pour les encourager à profiter d'opportunités qui en valent la peine (du moins sur le papier). L'une des formes de ce biais, mainte fois observée, est l'aversion à la perte : nous avons tendance à nous lamenter une perte bien plus que nous nous réjouissons d'un gain équivalent. Exprimé ainsi, cela paraît irrationnel.

Toutefois, si une personne venait nous proposer de jouer à pile ou face et gagner 200 € si notre choix est le bon ou n'en perdre que 100 si ce n'est pas le cas, nous aurions raison de nous méfier d'elle et d'imaginer que la pièce est pipée. Il y a une « couche d'incertitude » supplémentaire qui pèse sur notre choix d'accepter ou refuser ce jeu : le fait de ne pas savoir si l'offre est sincère. Désirer assez d'avantages pour couvrir sa prise de risque globale, c'est se montrer on ne peut plus rationnel.

Le partage et l'échange sont des facteurs de survie importants et notre cerveau, façonné par l'adaptation et la survie de nos ancêtres sur des centaines de milliers d'années, est programmé pour prendre en compte les dangers de l'incertitude. Simplement nos doutes dé-

pendent grandement des situations précises où nous vivons, ce qui complique la tâche de modélisation des économistes comportementaux.

D'autres prétendus « déséquilibres » qu'ils observent sont plus complexes, ce qui augmente encore la probabilité que des dimensions ulté-

rieures soient oubliées. Et, malheureusement, traduire ce genre de recommandations « primaires » en nudges reviendrait à pousser les gens à l'erreur. Ni plus ni moins. Cela confirme que la base scientifique des politiques de nudges doit impérativement être vérifiée par les pouvoirs publics.

## CONCLUSION

---

L'économie comportementale représente un sac de nœuds pour les théoriciens néoclassiques, c'est certain. Ils doivent aujourd'hui se repencher sur les écarts qu'ils constatent entre la réalité et les prédictions de leurs modèles. Ainsi, ils peuvent voir si l'écart s'explique en intégrant un facteur de biais comportementaux systémiques. Mais ceci ne constitue pas une menace pour le libéralisme économique.

Au contraire, les auteurs comportementalistes souhaitent clairement mettre leurs recherches interdisciplinaires au service de la science économique dite « orthodoxe ». Bien qu'ils s'opposent aux explications rationalistes du choix des acteurs, ils exaltent la rationalité en tant que norme. À ce titre, on peut même dire qu'ils renforcent les notions d'optimum dans un marché libre où chacun recherche activement son bonheur.

La vraie question est celle de la viabilité de l'économie comportementale en tant que nouvelle sous-discipline. Son émergence et sa popularisation ont reflété une forte demande de nouvelles idées dans les champs académiques et politiques suite au choc de la Grande Crise Financière. Maintenant que l'effet de mode diminue, il faut voir si elle arrivera à consolider ses bases théoriques et empiriques en attendant d'être réinvitée à la table des chefs d'État.

On peut comprendre que les mécanismes de nudges fascinent. Pour autant que les étapes de conception et de test soient bien gérées (ce qui requiert peut-être l'expertise d'unités spéciales), les mettre en œuvre coûte de surcroît nettement moins cher aux pouvoirs publics que le modèle traditionnel des « bâtons et carottes ». Autre avantage : le nudge ne génère

que très peu de mécontentement au sein de la population ciblée et, quand il fonctionne, il peut avoir un impact positif impressionnant.

Cela dit, en tant que politique publique, il faut que le nudge se conforme aux exigences éthiques et politiques d'un État libéral. À l'heure actuelle, il y a de nombreuses raisons de considérer que ce n'est pas le cas en pratique. Les joutes intellectuelles auxquelles se livrent encore toujours Thaler et Sunstein en sont la preuve. Mais ces vifs débats sont salutaires, ne serait-ce que parce qu'ils permettent aux autorités diverses de prendre conscience des « *architectures de choix* » auxquelles ils confrontent leurs administrés.

Entre temps, nos pouvoirs publics devraient suivre cette question avec un certain recul en se concentrant sur la difficulté majeure du nudging, à savoir qu'il n'est ni possible ni souhaitable de rentrer dans la tête des gens pour sonder leurs motivations intimes et que, par conséquent, nous ne connaissons pas l'utilité réelle qu'ils tirent de leurs comportements. Une autre difficulté porte sur la mesure des risques « *de second ordre* » ou situationnels qui varient énormément et demandent d'établir les biais à partir d'expérimentations plus sophistiquées.

Au final, la réponse libérale aux nudges ne devrait pas être « *non, merci* » mais « *pourquoi*

*pas ?* ». A condition, toutefois, de remplir six conditions :

1. **L'attente de rationalité est indépassable (eg, on peut supposer que les citoyens ne veulent pas sincèrement perdre de l'argent ou se mettre en danger) ;**
2. **On ne fait pas de supposition sur l'utilité que ces derniers tirent de leurs comportements ;**
3. **Leurs choix engagent de près ou de loin leur responsabilité envers autrui ou la société (eg, devoir parental, citoyenneté, assurances chômage, aides sociales) ;**
4. **Les bases scientifiques sont rigoureusement examinées ;**
5. **Le mécanisme est directement validé par un élu ;**
6. **La transparence par rapport aux dispositifs est totale et la disponibilité des informations est annoncée (ie, un contexte d'open data est préférable).**

# SOURCES

---

1. N. Goodwin, J. Harris et al. *Microeconomics in Context*. Abingdon-on-Thames : Routledge, pp. 145-46
2. A. Smith, 1759. *The Theory of Moral Sentiments*. Londres : Henry G. Bohn (éd. D. Stewart, 1853), chapitre II [en ligne]
3. cf. A. Marshall, 1890. *Principles of Economics*. Londres : Macmillan & Co (huitième éd., 1920), livre IV, chapitre XIII
4. L. Walras, 1926. *Éléments d'économie politique pure*. Paris : Pichon & Durand-Auzias, p. 45 [en ligne]
5. F. A. Hayek, 1945. *The Use of Knowledge in Society*. *American Economic Review*, vol. 35 n° 4, pp. 519-30 [en ligne]
6. A. Faure, 2017. *La praxéologie est-elle une théorie du choix rationnel ?* *Contrepoints*, 4 août [en ligne]
7. cf. P. Mongin, 2003. *L'Axiomatisme et les théories économiques*. *Revue économique*, vol. 54 n° 1, pp. 99-138 [en ligne]
8. Thorstein Veblen ironisait déjà à la Belle Époque sur les « calculateurs-éclairs de plaisirs et de peines [...] sans antécédent ni conséquent » viz. Veblen, 1898. *Why is economics not an evolutionary science ?* *Quarterly Journal of Economics*, vol. 12 n° 4
9. G. S. Becker et K. S. Murphy, 1988. *A Theory of Rational Addiction*. *Journal of Political Economy*, vol. 96 n° 4, pp. 675-700
10. *Pour avoir « élargi le domaine de l'analyse microéconomique à un vaste éventail de comportements humains, y compris à des comportements hors-marché »*
11. J. Holt, 2009. *A Summary of the Primary Causes of the Housing Bubble and the Resulting Credit Crisis: A Non-Technical Paper*. *The Journal of Business Inquiry*, vol. 8 n° 1, p. 125
12. D. Ariely, 2010. *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions*. New York : Harper Collins, p. XX
13. Kahneman pour avoir « intégré des idées de la recherche psychologique dans la science économique, particulièrement en rapport avec le jugement humain et la prise de décision dans l'incertitude » ; Thaler « pour ses contributions à l'économie comportementale » viz. *All Prizes in Economic Science*. Stockholm : Fondation Nobel [en ligne]
14. En langue française : C. R. Sunstein et R. H. Thaler, 2008. *Nudge : La Méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Paris : Vuibert (trad. M.-F. Pavillet, 2015) ; Thaler, 2015. *Misbehaving : Les Découvertes de l'économie comportementale*. Paris : Seuil (trad. C. Jaquet, 2018)
15. D. Halpern et O. Service, 2015. *David Cameron's nudge unit wants you to make better choices*. *Wired UK*, 18 novembre [en ligne]
16. D. V. Johnson, 2016. *Twilight of the Nudges*. *The New Republic*, 27 octobre [en ligne]
17. *The Big Short*, réalisé par A. McKay, 2015. Distribution: Paramount Pictures
18. viz. D. Kahneman, 2011. *Système 1, système 2 : les deux vitesses de la pensée*. Paris : Flammarion (trad. R. Clarnard, 2016)
19. G. Marcus, 2008. *Kluge : The Haphazard Construction of the Human Mind*. New York : Houghton Mifflin, p. 75
20. A. Spiegel, 2009. *All Things Considered: Using Psychology To Save You From Yourself*. NPR, 8 juin [en ligne]
21. J. Cassidy, 2017. *The Making of Richard Thaler's Economics Nobel*. *The New Yorker*, 10 octobre [en ligne]
22. *Un parallèle peut être fait avec le piège du « cygne noir » décrit par Nassim N. Taleb dans son ouvrage éponyme*

- : les évènements extrêmes (eg, un crash boursier) sont rares et n'ont normalement pas lieu plus d'une fois par génération donc nous excluons leur possibilité alors qu'elle est statistiquement établie viz. Taleb, 2007. *Le Cygne noir : la puissance de l'imprévisible*. Le Kremlin-Bicêtre : Les Belles Lettres
23. États-Unis : L'Office of Information and Regulatory Affairs (OIRA) qui a été dirigée par Cass Sunstein durant trois ans et demi ; Royaume-Uni : la Behavioral Insights Team (BIT), une société à finalité sociale ; Australie : la Behavioural Economics Team (BETA) du département du Premier Ministre et du Cabinet ; Allemagne : diverses initiatives au sein de la Chancellerie ; UE : L'unité Behavioral Insights du Joint Research Center au Directeurat Général de la Commission
  24. cf. L. A. Reisch, C. R. Sunstein et W. Gwozdz, 2017. *Beyond Carrots and Sticks: Europeans Support Health Nudges*. *Food Policy*, vol. 69
  25. U. Gneezy et A. Rustichini, 2000. *A Fine Is a Price*. *The Journal of Legal Studies*, vol. 29 n° 1, pp. 3-10
  26. Sunstein et Thaler, p. 8
  27. D'après R. Münscher, M. Vetter et T. Scheuerle, 2016. *A Review of the Taxonomy of Choice Architecture Techniques*. *Journal of Behavioral Decision-Making*, vol. 29 n° 5
  28. Loi du 13 juin 1986 sur le prélèvement et la transplantation d'organes, chapitre 3, art. 10. *Moniteur belge* du 14 février 1987
  29. Sunstein et Thaler, p. 1 ; jouer avec la visibilité et l'effort requis pour saisir un produit relève de l'astuce des commerçants qui étalent leurs produits les plus coûteux à hauteur de vue dans les rayons
  30. Penn Medicine News, 2016. *Changing Default Medical Prescription Settings In Electronic Medical Records Increased Prescribing Rates of Generic Drugs*. Philadelphie : University of Pennsylvania [en ligne]
  31. cf. N. Hadjadji, 2018. *Nudge : la théorie du coup de pouce*. *L'ADN*, 30 mai [en ligne]
  32. K. Weise, 2013. *The Law That Saved Credit Card Borrowers \$20.8 Billion a Year*. *Bloomberg Business*, 08 novembre [en ligne]
  33. Sunstein et Thaler, pp. 108-17
  34. J. Greenwood, 2018. *Shlomo Benartzi interview: Why UK providers haven't embraced Save More Tomorrow*. *Corporate Advisor*, 27 février [en ligne]
  35. cf. R. Shiller, 2017. *Richard Thaler is a controversial Nobel prize winner – but a deserving one*. *The Guardian*, 11 octobre [en ligne]
  36. C. R. Sunstein, 2014. *Nudging: A Very Short Guide*. *Journal of Consumer Policy*, n° 37, p. 584
  37. loc. cit.
  38. R. Gray, 2017. *To nudge or not to nudge?* *HR Magazine*, 19 décembre [en ligne]
  39. cf. S. Benartzi, J. Beshears et al, 2017. *Should Governments Invest More in Nudging?* *Psychological Science*, vol. 28 n° 8
  40. N. N. Taleb, 2014. *Introduction to Higher Orders of Uncertainty*. [en ligne]
  41. viz. T. O'Donoghue et J. Somerville, 2018. *Modeling Risk Aversion in Economics*. *Journal of Economic Perspectives*, vol. 32 n° 2, p. 98

*Avenue de la Toison d'Or 84-86  
1060 Bruxelles*

*02.500.50.40  
info@cjg.be*

*www.cjg.be*

