

# Comportement correct exigé

Économie comportementale et gouvernement des conduites

par Henri Bergeron, Patrick Castel, Sophie Dubuisson-Quellier, Jeanne Lazarus, Étienne Nouguez, Olivier Pilmis

---

**L'économie comportementale (ou *nudge*) est à la mode. Comment expliquer son succès ? Peut-on attendre qu'elle révolutionne aussi bien la recherche en économie que les politiques publiques ? Ses premiers usages par les gouvernements tendent à tempérer l'optimisme.**

---

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 oeconomicus* animé par une rationalité parfaite, celle, plus réaliste, de l'homme de la rue dont les nombreux « biais de rationalité » pourraient être mis au jour grâce à des expériences de laboratoire. Cinq des quinze derniers Prix Nobel d'économie se reconnaissent dans ce courant de recherche (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.

Mais cette vogue de l'économie comportementale ne s'est pas limitée au domaine académique. Ces savoirs s'étalent depuis le début des années 2010 sur les pages centrales de nombreux journaux à destination du grand public. Un nombre important d'États (Royaume-Uni, États-Unis, Canada, Pays-Bas, Danemark, Chili,

Qatar, Arabie Saoudite...) et d'organisations internationales (ONU, OMS, OCDE) se sont dotés depuis le début des années 2010 de « *nudge units* » ou de « *behavioral insights teams* » qui entendent mobiliser ces savoirs pour transformer l'action publique. Celles-ci travaillent d'ailleurs de concert, se rencontrant régulièrement et cherchant à constituer des réseaux d'échange de « bonnes pratiques ». Prix Nobel d'Économie en 2017, Richard Thaler exprime remarquablement cette convergence entre une diffusion académique (reconnaissance par les pairs) et politique (il fut conseiller de la *nudge unit* britannique à partir de 2010).

Cet engouement pour l'économie comportementale découle sans aucun doute de sa prétention à bouleverser à la fois l'économie académique et les politiques publiques. Mais, depuis les années 1990, elle promet aussi une « révolution politique » destinée à rendre l'action publique plus efficace et moins coûteuse en exploitant systématiquement ces biais pour modifier les comportements individuels dans le sens de l'intérêt général. Ces savoirs intéressent également les entreprises privées, qui cherchent à les utiliser pour agir sur leurs salariés ou leurs clients.

Cette percée de l'économie comportementale comme savoir académique et instrument de gouvernement résonne avec une transformation plus générale du paradigme de l'action publique qui vise à faire des conduites individuelles l'objet et le moyen central du gouvernement contemporain (Dubuisson-Quellier, 2016). Dans ce texte, nous reconstituons d'abord la généalogie de ce courant de recherche, puis décrivons le tournant de la traduction de ces savoirs en instruments d'action publique avant de nous interroger sur leurs relations avec les autres sciences sociales.

## **Des petits biais aux grands effets ?**

L'origine de l'économie comportementale telle qu'elle se déploie aujourd'hui n'est pas à chercher dans les travaux d'Herbert Simon dans les années 1950 sur la « rationalité limitée » (*bounded rationality*), dont l'influence en économie n'a cessé de décliner, mais bien plutôt dans ceux de Daniel Kahneman et Amos Tversky dans les années 1970, et dans des circulations denses entre l'économie et de la psychologie. Kahneman et Tversky, psychologues, écrivent simultanément dans des revues de psychologie et d'économie et publient avec des économistes. Réciproquement, des économistes comportementalistes de premier plan, comme George Loewenstein, publient aussi dans des revues de psychologie. Notre intérêt s'est porté sur l'usage

économiste de concepts issus de travaux de psychologie, car c'est le passage par l'économie qui a conduit ces savoirs à entrer dans la sphère des politiques publiques.

En s'appuyant sur des expériences dans lesquelles des individus dits *lambda* (très souvent des étudiants de psychologie et de sciences économiques) se voient proposer des jeux directement inspirés de la théorie standard, Kahneman et Tversky ont montré que ces individus ne se comportent pas en *homo oeconomicus* mais mobilisent des « règles empiriques » (*rules of thumb*) et des heuristiques comportant de nombreux biais et conduisant à des décisions sous-optimales. Dans son livre à succès de 2011, synthèse de trois décennies de travaux, Daniel Kahneman a proposé de comprendre ces décisions en distinguant le système 1, rapide, intuitif et émotionnel et qui serait à l'origine de ces biais, du système 2, lent, réfléchi et rationnel, qui permettrait de les éviter.

S'inspirant de ces travaux pionniers, de nombreux chercheurs en économie comportementale, prenant appui sur les travaux développés par la psychologie et les sciences cognitives, se sont mis en quête de tous les biais de rationalité dont serait affecté l'homme de la rue ; nous en avons recensé une trentaine dans la littérature, sans doute pourrait-on encore en dénicher davantage. Plus généralement, ces travaux ont cherché à nourrir la « théorie des perspectives » (*prospect theory*) dont la première formulation a été donnée par Kahneman et Tversky avec pour objectif de substituer une représentation plus réaliste (mais non moins universelle) du modèle de décision humain au modèle de l'*homo oeconomicus*. Un courant de neuro-économie s'est plus récemment développé autour des travaux d'Ernst Fehr, Armin Falk, Colin F. Camerer ou encore Matthew Rabin. Ces auteurs recherchent les biais à partir de l'étude du fonctionnement du cerveau.

### **Quelques biais mis en avant par l'économie comportementale**

Parmi les multiples biais mis en avant par les travaux d'économie comportementale, certains sont plus fortement mobilisés par les *nudge units*. En voici quelques-uns (on notera qu'ils peuvent se contredire, mais tous représentent des violations de la rationalité instrumentale) :

*Biais de statu quo ou de la règle par défaut* : les individus ont une préférence pour des situations qui sont par défaut déjà définies, ou pour des décisions déjà prises (par exemple les paramètres par défaut sur un ordinateur ou un contrat d'assurance).

*Biais de cadrage* : la décision des individus est fortement liée à la manière dont les différentes options sont présentées (par exemple la taille de l'assiette influence la quantité consommée).

*Biais d'ancrage* : les individus prennent rarement leurs décisions sans situation de référence (par exemple une décision passée ou une décision prise par quelqu'un d'autre).

*Biais d'aversion pour la perte* : les individus détestent davantage perdre de l'argent qu'ils n'aiment en gagner (par exemple : un individu préférera recevoir 1800 euros de salaire plutôt que 2000 euros, dont 200 à reverser aux impôts).

*Biais de surestimation du pic-fin* : les individus évaluent leurs expériences passées en fonction de leurs points saillants ou de leur dernière impression (par exemple on surestime la probabilité d'un accident si on en a déjà eu un).

*Biais du court terme ou d'« escompte hyperbolique »* : les individus accordent moins de valeur aux gratifications futures qu'aux gratifications immédiates (par exemple le plaisir de la nicotine par rapport au risque de l'accident cardio-vasculaire). Contrairement à l'homo oeconomicus, il ne s'agit pas d'une simple préférence pour le présent, mais bien d'une préférence « hyperbolique » (au sens quasi mathématique du terme) pour le présent.

*Biais de norme sociale* : les individus seraient fortement influencés par les normes partagées par d'autres et auraient tendance à s'y adapter par conformisme (par exemple : un individu se mettra à faire du tri sélectif s'il sait que ses voisins le pratiquent également).

*Biais d'optimisme* : Les individus ont une image d'eux-mêmes supérieure à celle qu'ils accordent à la moyenne des autres individus (et donc sous-estiment leur probabilité d'être confrontés à l'échec ou surestiment leur probabilité de réussir dans une situation donnée).

Un deuxième courant, dont les figures de proue sont Richard Thaler et Cass Sunstein, s'est attaché à utiliser ces biais pour formuler des instruments d'action publique. Appelés « *nudges* » (« coups de pouce » en anglais) par ces deux auteurs, ces dispositifs visent à exploiter les biais de la rationalité individuelle pour orienter les

décisions individuelles (des « nudgés ») dans le sens de l'intérêt général (formulé par le « nudgeur »). Dans leur best-seller éponyme paru en 2008 (*Nudge. Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*<sup>1</sup>), les deux auteurs référencent une série de *nudges* dont ils vantent la simplicité et la grande efficacité dans des domaines aussi divers que le financement des régimes de retraite, le don d'organes, l'environnement ou la santé.

Leur perspective, qu'ils qualifient de « paternalisme libertarien », est d'orienter les choix des individus dans le sens de l'intérêt général ou de leur intérêt individuel à long terme (c'est le paternalisme) sans attenter à leur liberté (c'est le libertarisme) mais simplement en agissant sur leur « architecture de choix » et sur leurs biais de rationalité.

Quelques nudges célèbres : la mouche collée dans les urinoirs de l'aéroport de Schiphol à Amsterdam, qui aurait réduit les frais de ménage ; le système par défaut d'enrôlement dans des fonds de retraite, qui augmenterait le taux d'épargne ; la réorganisation spatiale des cantines pour lutter contre l'obésité (par exemple, faciliter l'accès aux légumes verts plutôt qu'aux frites ou aux sodas) ; la facture d'électricité qui indique où se situe le foyer par rapport à la moyenne de consommation du quartier ou encore les escaliers en forme de touches de piano qui donnent envie de monter les marches plutôt que d'emprunter l'escalier mécanique à côté. Le principe est toujours le même : de « petits » instruments aux effets présentés comme spectaculaires, qui jouent sur l'inertie des comportements, l'aspect ludique ou encore les « normes sociales ».

---

<sup>1</sup> <https://laviedesidees.fr/Nudge-ou-le-paternalisme.html>



See full OECD report with over 100 examples and lessons from across the world: [oe.cd/BI17](http://oe.cd/BI17)

**Illustration : Un nudge promu par l'OCDE pour lutter contre la violence juvénile à Cape Town**

Source : <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/BI%20cards%20II%20to%20IV.pdf>

En introduisant le principe du biais, l'économie comportementale permet paradoxalement de sauver la figure de l'homo oeconomicus : le comportement de celui-ci peut ne pas être rationnel, précisément à cause du biais, mais reste prévisible, puisqu'on connaît le biais. Cet élément contribue sans doute à expliquer que, si certains économistes néo-classiques continuent de douter du bénéfice qu'apporte l'économie comportementale à la discipline (notamment par les difficultés de modélisation qu'elle implique), ils sont peu nombreux. Thaler et Sunstein ont affirmé avoir eu du mal à publier leur livre *Nudge*, et être surpris de son succès. 10 ans plus tard, leurs idées, comme eux-mêmes arborent tous les signes de légitimité. La tribune de Jean Tirole (*Le Monde* du 5 octobre 2018<sup>2</sup>), intitulée « l'homo oeconomicus a vécu », en fournit une illustration récente : l'économiste français plaide pour une transformation de l'économie, afin qu'elle prenne en compte la complexité humaine, citant les apports des comportementalistes comme essentiels. De même, dès 2016, soit un an avant la réception de son Prix Nobel, Richard Thaler (2016) prononçait devant le congrès annuel de l'American Economic Association un discours dans lequel il faisait part de sa confiance dans le développement de complémentarités entre les deux perspectives.

<sup>2</sup> [https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/05/jean-tirole-l-homo-economicus-a-vecu\\_5365278\\_3232.html?](https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/05/jean-tirole-l-homo-economicus-a-vecu_5365278_3232.html?)

## Les clés d'un succès médiatique et politique

Les savoirs et instruments de l'économie comportementale ont connu une diffusion rapide dans les médias et les organisations politiques de premier plan, malgré d'importantes disparités nationales (la France ayant adopté plus tardivement et moins centralement ces dispositifs). Un tel succès peut surprendre tant est limité le nombre de nudges ayant été mis en place : il est significatif que la liste d'exemples que nous avons énoncés ci-dessous soit peu ou prou toujours la même dans les diverses présentations publiques. En outre, leur efficacité prête à débat. Ainsi, très récemment, le *Journal of the American Medical Association* a annoncé retirer six articles écrits par un acteur important de la galaxie nudge, Brian Wansink, directeur du laboratoire de Cornell sur les comportements alimentaires et inspirateur de la politique de Michèle Obama sur la transformation des cantines (Bauchner, 2018). Après un audit de l'université de Cornell, suite aux soupçons qui se sont accumulés depuis fin 2016 sur la validité de ses recherches, il a été établi que Wansink avait commis « des fautes académiques » (*academic misconduct*), notamment en matière de déclarations et d'analyses de données (*misreporting of research data, problematic statistical techniques*) et annoncé sa démission et son départ de l'université en juin 2019<sup>3</sup>. Plus généralement, ces diverses interventions pèchent à nos yeux de deux façons : d'abord, leur efficacité lorsqu'elle est avérée est rarement durable (l'aspect ludique s'étiole, l'habitude reprend le dessus), ensuite, elle est presque toujours d'une ambition limitée. Par exemple, en France, un nudge a été utilisé pour augmenter le nombre de déclarants en ligne pour l'impôt sur le revenu (en activant une option par défaut) ; bien qu'il ait augmenté de 10% les déclarations en ligne, on admettra qu'il s'agit d'une ambition bien faible en comparaison de ce que l'on pourrait attendre d'une réforme fiscale.

À nos yeux, les raisons du succès de ces approches ne sont pas tant à chercher dans leurs (modestes) succès mais dans les affinités électives qu'elles entretiennent avec un « nouveau » mode de gouvernement que nous aimerions décrire rapidement.

Le premier gouvernement à avoir mis en place une *nudge unit* fut celui du britannique David Cameron. L'économie comportementale offrait en effet une réponse à la critique du « *Nanny State* », issue des conservateurs britanniques : un État qui materait les individus en bridant leur liberté de choix. Les sciences du comportement convergent aussi avec une vision individualiste de la société, qui

---

<sup>3</sup> <http://news.cornell.edu/stories/2018/09/provost-issues-statement-wansink-academic-misconduct-investigation>

considère d'une part le bien-être individuel comme le but ultime de l'organisation sociale, et qui, d'autre part, attribue une importance causale décisive aux individus dans la réalisation de cet objectif. L'individualisme épistémique de ces approches est ainsi congruent avec des politiques qui prônent une moindre intervention publique et une plus grande place accordée au marché, y compris dans le fonctionnement de l'État. Dans le même temps, le « laisser-faire » est décrié comme une démission de l'État face à des situations qu'il ne parviendrait pas à gouverner. Le paternalisme libertarien prôné par Thaler et Sunstein propose une troisième voie, entre interventionnisme de l'État et « laisser-faire » excessifs : l'État pourrait désormais prendre soin des individus sans attenter à leur liberté.

Ces sciences entretiennent de fait la fiction politique selon laquelle les décideurs de l'action publique et du marché peuvent, grâce au déploiement de nudges, contrôler à distance, et toujours, à peu de frais, leurs populations pertinentes : les citoyens, les clients et les membres des organisations. La fascination contemporaine, dans les entreprises et les administrations, pour l'intelligence artificielle et l'usage des Big data, consolide cette croyance en la possibilité miraculeuse d'un gouvernement à distance des conduites individuelles. Les dirigeants des grandes entreprises de l'Internet se sont d'ailleurs rués en 2007 et 2008 aux master classes animées par Kahneman, où il expliquait notamment la technique du *priming*, ou d'amorçage, consistant à mettre le consommateur dans de bonnes dispositions, par exemple en faisant défiler à l'écran des visages souriants de façon subliminale (Shaw, 2017).

Le monitoring constant des comportements des clients ou des membres de l'organisation ou des réseaux (comme le font déjà par exemple certaines assurances privées américaines avec leurs assurés, la société Uber avec ses chauffeurs ou encore la grande distribution avec ses cartes de fidélité enregistrant les achats de ses clients), permettrait ainsi de « nudger », au fil de l'eau, via en particulier leurs Smartphones, leurs cibles, pour qu'elles suivent le cours de l'action souhaité. Les récits mettant en scène l'influence présumée de l'entreprise *Cambridge Analytica*, une entreprise d'analyse de données comportementales issues des réseaux sociaux, dans la victoire du *Brexit* et de Donald Trump à l'élection américaine ont encore renforcé ce rêve des hommes politiques de pouvoir manipuler et contrôler l'opinion à travers des dispositifs finement élaborés.

Enfin, leurs promoteurs, traçant ainsi des lignes de continuité entre les disciplines, présentent les nudges comme un moyen efficace de résoudre ce que les psychologues nomment le « value-action gap » (VAG), c'est-à-dire l'écart entre les

« attitudes » ou les « valeurs » énoncées par les individus (par exemple, vouloir faire du sport, arrêter de fumer, manger sainement, épargner) et leurs actions concrètes. L'approche de l'économie comportementale ne promet pas de jouer sur les déterminants profonds ou structurels mais sur l'action individuelle immédiate, et en ce sens paraît plus rapide, plus directe, et plus efficace : plutôt que de convaincre profondément les personnes qu'elles doivent épargner davantage pour leur retraite, il serait plus efficace de créer des options par défaut qui conduisent à épargner beaucoup, et obligent à un acte délibéré pour épargner moins. Si on ne peut (veut) pas transformer les attitudes et les croyances, transformons les comportements !

## **Peut-on réduire les problèmes sociaux à des problèmes de comportement ?**

En dehors du fait que les promesses de l'économie comportementale et des nudges en matière de transformation des conduites et de résolution des problèmes sociaux nous semblent excessives, notre critique de l'économie comportementale est également théorique et politique : nous considérons qu'elle élude la dimension sociale de ces problèmes à trois niveaux.

L'économie comportementale escamote d'abord la dimension sociale des raisonnements et des choix individuels. Bien qu'il soit critiqué pour son irréalisme, le modèle de *l'homo oeconomicus* reste une référence positive (les biais sont définis par rapport à la rationalité parfaite) et normative (les *nudges* visent à corriger ces biais). Ensuite, les économistes comportementaux défendent l'idée que les biais mis au jour par leurs expériences seraient universels car inhérents à la pensée humaine ; les *nudges* pourraient ainsi être transférés sans coût d'un pays à un autre, éventuellement sans se soucier du caractère démocratique ou non du régime qui les met en place. De fait, les expériences d'économie comportementale tendent à interpréter comme des biais de rationalité naturels des décisions et des raisonnements qui sont bien souvent le produit de normes et de valeurs propres à une société ou à un groupe social. Ainsi, l'économie comportementale n'explique pas pourquoi les campagnes de prévention sanitaire sur l'alimentation ou le tabac atteignent avant tout les classes moyennes, alors que les problèmes qu'elles cherchent à résoudre sont davantage subis par les groupes défavorisés.

Le deuxième escamotage renvoie précisément à la disparition des groupes, des institutions et des interactions sociales dans l'approche de l'économie comportementale. À l'instar des économistes néo-classiques, les économistes comportementaux pensent la société comme une somme d'individus dont les relations se réduiraient à un échange d'informations. Et quand les économistes évoquent le « biais de norme sociale » (*sic* !), c'est pour affirmer que les individus seraient mus par un comportement moutonnier consistant à imiter ses voisins (sans envisager qu'ils puissent être également mus par un souci de distinction). La simplicité revendiquée des *nudges* tient ainsi souvent au fait qu'ils ciblent une catégorie d'individus (les consommateurs, les médecins, les jeunes...), en espérant que le changement de conduite de ces individus ait des effets globaux. La faiblesse et la non-durabilité des résultats obtenus par nombre de ces dispositifs s'expliquent alors par l'oubli du caractère complexe et systémique de nombreux problèmes sociaux et de l'épaisseur de la structure des relations sociales susceptible, lors de la mise en œuvre, de freiner voire de détourner les effets des nudges (voir encadré).

Ainsi, lorsqu'une *nudge unit* propose de diminuer la taille des emballages de viande pour pousser les consommateurs à en acheter et en consommer moins, elle est très vite confrontée au fait que cet acheteur (ou acheteuse) peut subir une pression de sa famille ou de ses amis pour acheter de plus grosses quantités, que les distributeurs et les producteurs peuvent privilégier une logique de remise pour des gros volumes afin d'écouler leurs stocks eux-mêmes générés par une agriculture productiviste... Les sujets qu'entendent traiter « simplement » les économistes comportementalistes, la santé, l'environnement ou encore la finance, multiplient ces effets systémiques.

### **Le nudge et le système complexe**

Juriste à Stanford, Daniel Ho (2012) a évalué un système de labellisation simple (A/B/C) des restaurants américains en fonction de leur hygiène et sécurité sanitaire. Loué par Thaler et Sunstein dans leur livre et promu par le second, alors qu'il était à la tête de l'Office of Information and Regulatory Affairs (OIRA) sous l'administration Obama, ce système a conquis de nombreux décideurs et médias, convaincus qu'il orienterait mécaniquement le choix des consommateurs, et, par répercussion, pousserait les restaurateurs à améliorer la qualité sanitaire de leur établissement.

Constatant le manque d'évaluations robustes susceptibles de justifier de tels discours triomphants, Daniel Ho entreprend de le combler. À partir d'une comparaison des systèmes de notation dans 8 juridictions et de 700 000 données

disponibles sur les inspections de restaurants dans ces mêmes juridictions, il conclut que les bénéfices de cette labellisation sont largement surestimés, tandis que ses coûts sont, eux, sous-estimés. Les inspecteurs sanitaires et les relations qu'ils entretiennent ont été oubliés par les promoteurs de ce système.

En premier lieu, les systèmes de notation, élaborés par les corps d'inspecteurs de chaque juridiction, sont complexes et diffèrent d'un État à l'autre, sans que ces différences ne soient justifiées. Ils ont toutefois pour points communs de prévoir des aménagements de règles favorables aux restaurants et de laisser une large marge d'interprétation aux inspecteurs lorsqu'ils notent les restaurants : les objectifs de transparence et d'objectivité du système ne sont pas entièrement remplis.

En second lieu, l'étude montre que les relations de pouvoir entre inspecteurs et restaurateurs, plutôt favorables aux seconds, minent l'efficacité du dispositif. Dans la ville de San Diego, par exemple, seuls 8 restaurants sur près de 9000 ont reçu un B, aucun n'a reçu de C... Ho montre que ce bilan n'est pas tant le résultat d'une offre locale particulièrement vertueuse que des réticences des inspecteurs à entrer en conflit avec les restaurateurs. Dans le cas de New York, bien que la proportion de B soit plus élevée (1924, contre 3923 « A ») qu'à San Diego, de nombreuses données inclinent à penser que les restaurants A demeurent surreprésentés. De surcroît, les inspecteurs consacrent plus de temps à résoudre des contentieux avec les restaurants B, qui estiment que leur note doit être revue à la hausse, qu'à surveiller les restaurants C (qui représentent pourtant de plus sérieux risques sanitaires pour les consommateurs).

Comme le conclut l'auteur de cette étude, plutôt que les consommateurs, le principal bénéficiaire de ce nudge ne serait-il pas finalement l'OIRA, qui peut facilement en faire la publicité auprès du public et montrer qu'il a agi ?

En troisième lieu, les nudges menacent un élément essentiel de la démocratie : l'association du sujet à la délibération sur la définition du bien commun. L'économiste [Gilles Saint-Paul](https://laviedesidees.fr/Quand-nos-comportements-deroutent.html) (<https://laviedesidees.fr/Quand-nos-comportements-deroutent.html>) a ainsi montré qu'en complexifiant la description des préférences, l'économie comportementale conduit à considérer que les individus sont trop incohérents pour prendre de bonnes décisions. Il faut donc les prendre à leur place, en instaurant un paternalisme « post-utilitariste ». Dans le modèle promu par Thaler et Sunstein, le *nudgeur* occupe la place du philosophe-roi de la cité platonicienne. Selon une approche classiquement « paternaliste », la participation et la réflexivité des citoyens sont

évacuées, car leurs biais de rationalité sont bien trop nombreux pour leur laisser le soin de décider eux-mêmes du bien à poursuivre et, plus fondamentalement, du chemin pour y parvenir. Il est à ce titre paradoxal que des organisations comme l'Organisation Mondiale de la Santé, qui a fait de la santé communautaire (confiant aux communautés locales le soin de définir leurs priorités en matière de santé et les moyens d'y parvenir) un de ses principes directeurs, fassent la promotion dans le même temps d'instruments dont le but est de s'appuyer sur les failles de raisonnement des individus. Plus généralement, la focalisation des comportementalistes sur les choix individuels tend à détourner l'attention des engagements et des responsabilités politiques portés par les gouvernements et les organisations collectives.

Ainsi, les problèmes rencontrés par les USA pour améliorer le niveau de santé général de la population (l'un des plus mauvais parmi les pays développés) et diminuer les dépenses de santé par habitant (la plus élevée au monde) ne résultent pas fondamentalement de l'incapacité des individus à choisir leur meilleure police d'assurance. Les immenses efforts politiques (contrariés) du Président Obama pour mettre en place une couverture maladie universelle montrent de ce point de vue la confiance limitée qu'il a placée dans sa *nudge unit* pour y parvenir. Les nudges ne composent donc pas une révolution des politiques publiques que leurs promoteurs ont cependant annoncée.

## Conclusion

L'économie comportementale est un sujet politique important, tant ses conclusions et ses techniques sont aujourd'hui mobilisées dans les politiques publiques, dans le monde entier comme en France (le comité scientifique réuni par le ministre de l'Éducation en 2017 témoigne de l'importance accordée à ces savoirs). Non seulement elles entretiennent des affinités électives avec les modes de gouvernement à distance qui s'imposent sans cesse davantage, mais leur alliance récente avec les big data et l'intelligence artificielle multiplie encore leurs promesses, sans que soient jamais discutées les visions du social ou les valeurs démocratiques qu'elles incorporent.

En regardant de plus près leurs applications, celles-ci restent limitées, dans leur ampleur, dans la durée de leur efficacité, dans la part de la population qui répond aux stimulations. Ainsi, le danger principal n'est paradoxalement pas tant l'application de

ces théories – dont certaines limites apparaissent déjà –, que la croyance qu’elles peuvent remplacer les autres savoirs sur le social et abraser la complexité des systèmes sociaux par une apparente simplicité d’action.

### Aller plus loin

- Bergeron (Henri), Castel (Patrick), Dubuisson-Quellier (Sophie), Lazarus (Jeanne), Nouguez (Étienne), Pilmis (Olivier), *Le Biais comportementaliste*, Paris, Presses de Sciences Po, 2018 (à paraître)
- Gerd Gigerenzer, *Risk Savvy: How to Make Good Decisions*, Penguin, 2014.

### Références

- Thaler (Richard H.), Sunstein (Cass R.), 2010 (2008), *Nudge : La méthode douce pour inspirer la bonne décision*, Paris, Vuibert.
- Shaw (Tamsin), « Le triomphe de la science du comportement », *Books*, n° 86, nov.-déc. 2017.
- Dubuisson-Quellier (Sophie), dir., *Gouverner les conduites*, Presses de Sciences Po, 2016.
- Ho (Daniel), 2012, «Fudging the Nudge: Information Disclosure and Restaurant Grading», *The Yale Law Journal*, vol. 122, n°3, 574-688.
- Kahneman (Daniel), 2012 [2011], *Système 1 / Système 2. Les deux vitesses de la pensée*. Flammarion.

Publié dans [lavedesidees.fr](http://lavedesidees.fr), le 20 novembre 2018.