

# Introduction à la psycho-économie : étude des comportements



UNIVERSITÉ MONTESQUIEU  
BORDEAUX IV

EMMANUEL PETIT - PROFESSEUR AGRÉGÉ DE SCIENCES  
ÉCONOMIQUES - UNIVERSITÉ MONTESQUIEU BORDEAUX IV

# Table des matières

<b>Objectifs</b>	<b>5</b>
<b>Introduction</b>	<b>7</b>
<b>I - Confiance, réciprocité et conformisme</b>	<b>9</b>
A. Confiance et réciprocité.....	<b>10</b>
1. <i>Le jeu de l'investissement</i> .....	<b>10</b>
2. <i>La solution rationnelle</i> .....	<b>10</b>
3. <i>Les principaux résultats expérimentaux</i> .....	<b>11</b>
B. Le conformisme.....	<b>11</b>
1. <i>Le conformisme normatif</i> .....	<b>11</b>
2. <i>Le conformisme informationnel</i> .....	<b>12</b>
3. <i>Le concours de beauté</i> .....	<b>13</b>
<b>-</b>	<b>15</b>
A. L'argent-fait-il le bonheur ?.....	<b>15</b>
B. Les Français sont-ils plus malheureux que les autres ?.....	<b>16</b>
C. L'humeur modifie-t-elle notre comportement pro-social ?.....	<b>17</b>
D. Comment réaliser des économies d'énergie ?.....	<b>18</b>
<b>-</b>	<b>19</b>
<b>-</b>	<b>23</b>
A. Références de base.....	<b>23</b>
B. Pour aller plus loin.....	<b>23</b>
<b>Solution des exercices</b>	<b>25</b>
<b>Glossaire</b>	<b>29</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>33</b>

# Objectifs

1. Proposer une introduction à la psychologie économique illustrée par des exemples concrets et pédagogiques (mises en situations, énigmes, QUIZ)
2. Montrer l'émergence des comportements sociaux (coopération, confiance, etc.) dans l'analyse économique.
3. Présenter et interpréter les principaux résultats expérimentaux portant sur l'étude des comportements sociaux

# Introduction

Dans la ressource précédente (« *étude des comportements individuels* »), nous avons montré comment les « psycho économistes » ont permis, à partir des années 1950, de repenser le **concept de rationalité** caractéristique de l'économie standard. A la place d'un *homo economicus* parfaitement rationnel, conscient et autonome, on voit désormais apparaître, en économie comportementale, un individu dont la rationalité est limitée et dont le processus de décision est guidé par des heuristiques, des biais cognitifs ou même par des phénomènes affectifs.

Au-delà de la rationalité, la psychologie économique remet en question également la pertinence d'une seconde hypothèse centrale dans l'analyse économique : le postulat d'une recherche (exclusive) par l'individu de son intérêt individuel. La psychologie économique questionne donc le présupposé selon lequel l'individu se comporte systématiquement de façon égoïste lorsqu'il est en interaction avec autrui. Ce courant de littérature a ainsi conduit à l'étude de préférences qui ne sont pas uniquement centrées vers l'intérêt personnel (« *other-regarding preferences* »), ce que l'on nomme les **préférences sociales**.

Les préférences sociales font référence à des comportements de **coopération**, de **réciprocité**, de **confiance**, d'**équité**, ou encore d'**altruisme**, qui sont évalués, expérimentalement, dans des jeux économiques comme celui par exemple du dilemme du prisonnier ou de l'ultimatum. Dans cette ressource, nous présentons l'étude des comportements sociaux de réciprocité et de confiance en nous centrant sur le jeu de l'investissement. Nous envisageons ensuite le rôle du conformisme social. Nous regardons enfin comment la psychologie économique aborde de façon innovante certaines questions récentes qui se posent dans le cadre de la vie quotidienne.

**Temps d'apprentissage** : 7 heures

**Informations pratiques de lecture** :

- Pour **zoomer** sur une image, ou une animation, utilisez la petite loupe.



Pour zoomer

- Pour **élargir** l'écran de lecture, vous pouvez replier le menu de gauche en cliquant sur la petite icône en forme de flèche.

# Confiance, réciprocité et conformisme

Confiance et réciprocité

10

Le conformisme

12

L'hypothèse de comportement fondamentale en économie est que les individus prennent des décisions rationnelles sur la base de leurs intérêts. Les économistes considèrent également que les individus sont uniquement à la recherche de leur intérêt personnel. En bref, ils sont égoïstes. Dans leur fonction d'utilité, seuls apparaissent leurs gains personnels, jamais ceux d'autrui.

En *économie expérimentale et comportementale* (cf. L'économie comportementale contemporaine), une littérature abondante a cependant montré, depuis une trentaine d'années, que les individus pouvaient nourrir des préférences sociales. Les gens se comportent de façon altruiste ou coopérative. Ils font confiance aux autres et ont un sens aigu de l'équité.

Les travaux récents montrent également que les individus sont sensibles à leur environnement social lorsqu'ils font des choix.

Nous illustrons ces notions en nous centrant sur les comportements pro sociaux de réciprocité et de confiance. Nous évoquons également l'impact du conformisme en économie. Puis nous l'illustrerons avec le célèbre concours de beauté que l'on doit à *John Maynard Keynes* (cf. John Maynard Keynes).

## A. Confiance et réciprocité

### 1. Le jeu de l'investissement

Vous jouez avec un partenaire *anonyme* avec lequel vous ne pouvez pas communiquer.

On vous octroie un montant de **10 euros**.

Le jeu se joue ensuite en *deux étapes*.

"A qui peut-on faire confiance lorsqu'il s'agit d'argent ?"  
William Shakespeare

*Le jeu de l'investissement*

*A la première étape, vous pouvez décider d'envoyer tout ou partie de ce montant à votre partenaire de jeu.*

- Si vous décidez de ne rien envoyer du tout, le jeu s'achève avec un gain de 10 euros pour vous et rien pour l'autre joueur.
- Si vous décidez d'envoyer des euros à l'autre joueur, celui-ci reçoit trois fois le montant que vous lui avez envoyé et la seconde étape commence.

*A la seconde étape, votre partenaire doit décider de vous renvoyer (ou non) des euros.*

- Dans ce cas, votre gain correspond aux euros que vous avez conservés + les euros que l'autre joueur vous a renvoyés.
- Le gain de votre partenaire est égal aux euros qu'il a reçus multipliés par 3, moins les euros qu'il vous a renvoyés. Par exemple, si vous lui avez envoyé 8 euros, et que l'autre joueur vous renvoie 9 euros, vous gagnez  $2 + 9 = 11$  euros et l'autre joueur gagne  $3 \cdot 8 - 9 = 15$  euros.

Si on vous donnait ces 10 euros, quel montant (entre 0 et 10 euros) enverriez-vous à l'autre joueur ? La page suivante vous donne la solution rationnelle.

### 2. La solution rationnelle



#### *Fondamental*

La solution théorique s'obtient en supposant que les individus sont rationnels et en se plaçant à la dernière étape du jeu. C'est-à-dire en utilisant la méthode de l'induction à rebours.

- Vous savez que votre partenaire est rationnel et qu'il cherche à maximiser ses gains.
- Si vous lui donnez une somme quelconque, vous savez donc qu'il la conservera intégralement et ne vous renverra rien.
- Anticipant son comportement, votre choix optimal est donc de ne rien lui envoyer.
- La solution théorique implique donc que le jeu s'arrête à la première étape. Vous gagnez 10 euros, votre partenaire rien du tout !

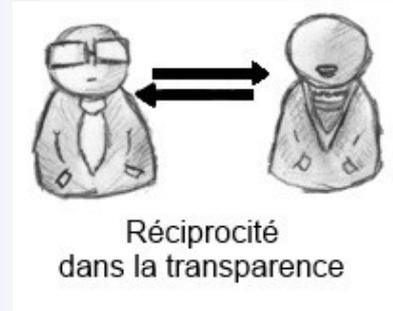
Regardons maintenant (page suivante) la façon dont les participants jouent dans ce jeu de l'investissement.

### 3. Les principaux résultats expérimentaux



#### Fondamental

Contrairement à ce que préconise la solution théorique, les individus qui participent au *jeu de l'investissement* (cf. Le jeu de l'investissement p 10) font preuve de confiance et de réciprocité.



*La réciprocité*

- A la première étape, les participants envoient en moyenne à leur partenaire **50%** de la somme dont ils disposent, soit environ 5 €.
- Ces 5 € mesurent la **confiance** que le joueur accorde à son partenaire en espérant que ce dernier lui renverra une partie de la somme.
- En général, cette confiance est honorée à la seconde étape du jeu puisque les partenaires renvoient en moyenne environ **7 €**. Les gains moyens du joueur qui joue en premier sont alors égaux à  $5 + 7 = 12$  € et ceux du joueur qui joue en second de  $10 + 8 = 18$  €.
- Il s'agit ici d'un comportement de **réciprocité positive ou conditionnelle** : je donne à condition d'avoir reçu auparavant.
- La réciprocité positive indique notamment que plus le montant envoyé à la première période est élevé, plus la somme qui est renvoyée à la seconde étape est elle-même élevée.

## B. Le conformisme

En psychologie sociale, on doit les travaux sur le conformisme à *Solomon Asch* (cf. Solomon Asch).

En économie, se conformer, cela veut dire (1) s'aligner sur une norme ou (2) surpondérer l'information détenue par autrui.

### 1. Le conformisme normatif



#### Définition

Le conformisme joue un rôle dans l'émergence des comportements sociaux, comme la réciprocité ou la confiance. Il s'agit ici d'un conformisme normatif : l'individu agit en conformité avec une norme qu'il juge pertinente ou que la société le pousse à respecter.

En économie, le conformisme intervient en particulier lorsque l'on suit une décision adoptée par d'autres par crainte de leur désapprobation ou parce que l'on recherche au contraire l'approbation sociale.

Sous la pression sociale, des acteurs économiques "individualistes" peuvent ainsi être amenés à aller contre leur préférence privée : on renonce à l'achat d'un 4x4 ou à des trajets en avion trop fréquents, on coopère davantage au sein de son entreprise que l'on ne souhaiterait le faire, on a tendance à suivre la mode même lorsque cela ne correspond pas vraiment à notre goût, etc.

L'influence sociale peut ainsi dans certains cas favoriser le bien-être collectif.

Pour étudier le conformisme ou la réciprocité, les psychoéconomistes utilisent des jeux de dilemmes sociaux. Placé dans des conditions expérimentales, un participant a le choix entre privilégier son intérêt individuel ou faire le choix du collectif. Sur le plan théorique, un individu rationnel choisit de défendre ses intérêts. Expérimentalement, de nombreuses études montrent cependant que les individus coopèrent volontiers dans ce genre de contexte (c'est le cas notamment dans le célèbre dilemme du prisonnier).

## 2. Le conformisme informationnel

On évoque un conformisme « informationnel » lorsque l'on suppose que les individus agissent comme les autres parce qu'ils pensent que les autres détiennent une meilleure information que celle dont ils disposent eux-mêmes.

Dans l'expérience de *Asch (1951)* (cf. Solomon Asch), par exemple, il est possible que le sujet se conforme à l'avis majoritaire parce qu'il considère l'information reçue sur la réponse donnée par les autres comme une vérité. Il fait ainsi davantage confiance à l'information détenue par autrui qu'à sa propre perception.



### *Fondamental*

En économie, le conformisme « informationnel » s'applique principalement sur les marchés financiers, via la constitution de « cascades informationnelles ». Depuis les crises des années 90, de nombreuses recherches se sont en effet focalisées sur l'existence de comportements « *moutonniers* » sur les marchés financiers, afin d'apporter des explications à l'occurrence de ces crises boursières.

Une « cascade informationnelle » est une situation dans laquelle un agent observe un comportement d'un autre agent et l'adopte, au mépris de ses propres croyances. Dans ce cadre, un individu, face à une situation de choix en incertitude, et recevant une information privée différente de celle dont il dispose initialement, peut être amené à contredire son information privée initiale.

En 1936, John Maynard Keynes avait déjà repéré des comportements moutonniers sur les marchés financiers s'approchant de l'idée de cascades informationnelles. Par la comparaison de décisions d'investissement avec un jeu de devinettes dans lequel les participants devaient prédire quelle participante d'un concours de beauté recevrait le plus de votes, Keynes souligne la connexion entre les décisions et les conclusions tirées des décisions d'investissements des autres agents.

Sur la page suivante, nous regardons comment les économistes expérimentalistes mettent en scène aujourd'hui ce fameux « concours de beauté » de façon à étayer les prédictions de Keynes (1936) portant sur le comportement des investisseurs.

### 3. Le concours de beauté

#### a) Un nombre entre 0 et 100

Vous jouez avec **plusieurs personnes** ne pouvant pas communiquer.

La règle du jeu est très simple : chaque joueur doit choisir **un nombre entre 0 et 100**.

- Le vainqueur est la personne dont le nombre est le plus proche **de la moitié de la moyenne de tous les nombres choisis**. *Par exemple, si trois joueurs donnent respectivement les nombres 60, 80 et 100 comme réponses, la moyenne est de 80 et le nombre gagnant égal à 40. Le joueur qui a choisi 60 est le gagnant.*
- Le gagnant recevra 150 €.

#### b) Quel nombre choisissez-vous ?

Dès que vous avez fait votre choix, cliquez *ici* (cf. La solution théorique) pour obtenir la solution du jeu.

#### c) Une stratégie gagnante ?

S'agit-il pour autant d'une stratégie gagnante avec des joueurs dotés d'une rationalité plus faible s'exerçant dans le contexte du laboratoire ? Vous avez une explication *ici* (cf. Une stratégie gagnante ?).

#### d) L'interprétation

Voyons enfin l'interprétation que l'on peut donner à ce jeu. Cliquez *ici* (cf. L'interprétation).

# La psychologie économique dans la vie quotidienne

L'argent-fait-il le bonheur ?	17
Les Français sont-ils plus malheureux que les autres ?	18
L'humeur modifie-t-elle notre comportement pro-social ?	19
Comment réaliser des économies d'énergie ?	20

La psychologie économique concerne les décisions que nous prenons dans la vie quotidienne (consommation, épargne, investissement, etc.). Comme le proposent *Richard Thaler* (cf. Richard Thaler) et Cass Sunstein [2009], dans leur ouvrage « *Nudge* (cf. *Nudge - La méthode douce pour inspirer la bonne décision*) », la psychologie économique propose également des outils permettant de modifier « en douceur » le comportement des agents économiques.

Dans les écrans suivants, vous trouverez la réponse à quelques questions centrales posées par les économistes comportementalistes.

## A. L'argent-fait-il le bonheur ?



### *Fondamental*

Le credo principal des économistes est que le bien-être d'une société provient de l'accumulation des richesses.

- La richesse matérielle est désirée (comme en témoigne l'hypothèse standard de non-satiété). Elle augmente la satisfaction (l'utilité) des consommateurs et donc le bien-être collectif.
- C'est en vertu de ce credo que le discours sur la croissance économique s'est révélé aussi fondamental au sein des sociétés industrielles.



### *Fondamental*

En 1974, un économiste américain, Richard Easterlin, croise les données sur l'augmentation des richesses dans les différents pays du monde et la satisfaction moyenne déclarée par un échantillon représentatif d'individus dans chacun de ces pays (qui constitue une mesure subjective du « bonheur »).

- Le **paradoxe d'Easterlin** (1974) montre ainsi qu'il n'y a pas de correspondance explicite entre l'évolution du pouvoir d'achat des agents et leurs niveaux de satisfaction déclarée. En particulier, dans les pays industrialisés, depuis 50 ans, les richesses ont été multipliées par 6 tandis que l'indicateur de « bonheur » a stagné. De même, dans certains pays pauvres, les individus se déclarent aussi heureux que dans les pays industrialisés les plus riches.
- Autrement dit, « l'argent ne fait pas le bonheur »



### Remarque

Le paradoxe constitue une véritable révolution en économie.

**L'économie du Bonheur**, le Happiness, née avec les travaux d'Easterlin, représente aujourd'hui un courant montant en économie, le Prix Nobel 2002 Daniel Kahneman ayant notamment rejoint ses rangs. Pour un aperçu complet, consultez l'ouvrage de Lucie Davoine, *Économie du bonheur*, La Découverte, 2012. Voir également l'ouvrage de Richard Layard, *Le prix du bonheur - Leçons d'une science nouvelle* [Le prix du bonheur, Leçons d'une sciences nouvelle].



### Complément

Signe des temps (heureux ?), l'Organisation des Nations Unies a décrété en 2012 que le **20 mars** serait la "**Journée mondiale du Bonheur**" !

## B. Les Français sont-ils plus malheureux que les autres ?



### Fondamental

Dans le palmarès mondial du bonheur (comprenant 155 pays recensés), la France apparaît à la **44e place...**

Loin derrière les pays scandinaves : Danemark (1), Finlande (2), Suède (3), Pays-Bas (4)...

Et derrière également des pays comme le Canada (8), Israël (8), le Panama (12), l'Autriche (16), la Belgique (16), le Mexique (18), la Colombie (26), ou encore l'Allemagne (33) ou l'Italie (40).



*Mauvaise place dans le palmarès mondial du bonheur...*

- La position française semble paradoxale : pourquoi donc les Français **se déclarent-ils moins heureux** en moyenne que les Islandais, les Américains, les Jamaïquains, les Suisses, les Brésiliens ou encore les Tchèques ?
- Certains travaux sur *l'économie du bonheur* (cf. *Économie du bonheur*) montrent que les Français vivant à l'étranger sont plus malheureux que les autres Européens habitant à l'étranger. A l'inverse, les immigrés ne sont pas moins heureux en France que dans d'autres pays. Le mal-être français ne

dépendrait donc pas uniquement de critères objectifs.

- Faut-il alors incriminer les dysfonctionnements dans la sphère du travail, une "mentalité" française plus austère ou bien d'autres facteurs culturels ?

## C. L'humeur modifie-t-elle notre comportement pro-social ?

*Faut-il investir en bourse lorsqu'il fait beau temps ?*

*Le temps qu'il fait peut-il avoir une quelconque influence sur le prix des actifs financiers ?*



### Définition

Pour un économiste rationnel, la question peut sembler incongrue ! Et, pourtant...

Tout débute en 1983 avec une étude réalisée par deux psychologues sociaux, Norbert Schwarz et Gerald Clore [Mood, misattribution, and judgments of well-being ; Informative and directive functions of affective states].

- Schwarz et Clore contactèrent par téléphone des participants, soit un jour de pluie (groupe 1), soit un jour ensoleillé (groupe 2), pour les interroger sur leur niveau de satisfaction sociale : dans votre vie quotidienne, êtes-vous très satisfaits, moyennement satisfaits ou pas satisfaits ?
- Les résultats montrèrent que les participants interrogés un **jour ensoleillé** s'étaient déclarés en moyenne **plus satisfaits** de leur vie que ceux qui étaient interrogés un jour de pluie.
- Les psychologues sociaux conclurent que les participants avaient été influencés par leurs états affectifs qui eux-mêmes avaient été inconsciemment affectés par la météorologie.



### Fondamental

En définitive, l'humeur modifierait notre jugement social.

**Deux économistes**, David Hirshleifer et Tyler Shumway [Good Day sunshine : Stock Returns and the Weather], ont repris et testé cette hypothèse dans le contexte des marchés financiers mondiaux.

- En croisant les données sur la valorisation des actifs financiers sur les places financières mondiales et les données météorologiques, Hirshleifer et Shumway [2003] montrent, de façon surprenante, que **le temps qu'il fait (et donc l'humeur des investisseurs) modifie effectivement le niveau de valorisation des actifs.**



### Fondamental

Il y aurait ainsi un effet "**soleil**", aussi bien qu'un effet "**lune**", un effet "**week-end**", etc., qui transitent par le canal de l'humeur.

- *Stanley Jevons* (cf. Stanley Jevons), lui-même, qui spéculait en 1878 sur un lien possible entre cycles économiques et tâches solaires, n'en serait pas revenu.
- Est-ce à dire pour autant qu'investir lorsqu'il fait beau vous garantit de réaliser des profits ? Bien sûr que non ! Ces différents effets sont marginaux, mais ils existent...

## D. Comment réaliser des économies d'énergie ?



### Fondamental

En 2007, Schultz et ses collègues [The Constructive, Destructive and Reconstructive Power of Social Norms] mesurent le niveau de consommation d'électricité journalier de 290 ménages américains.



Soleil

Les auteurs communiquent ensuite leurs résultats à chaque ménage qui peut ainsi évaluer son **niveau de consommation relatif** par rapport à la norme de consommation des habitants de son quartier.

- L'effet attendu (qui fonctionne) est que les familles qui apprennent qu'elles consomment plus d'énergie que la moyenne réduisent leur consommation de façon significative. Elles se conforment ainsi à la norme (environnementale).
- En revanche, l'existence d'une norme provoque également un "effet boomerang" : les ménages qui consomment moins (que la moyenne) ont tendance à augmenter significativement leur consommation !



### Exemple : Quelle méthode "douce" permet de neutraliser cet effet ?

Schultz *et al.* [2007] utilisent les affects et associent au contenu objectif du message (le niveau de consommation) un signal émotionnel de désapprobation, via un émoticône triste (pour ceux qui consomment trop), ou d'approbation via un émoticône joyeux (pour ceux qui consomment moins).

**Résultat** : les familles qui ont reçu un émoticône triste réduisent plus fortement leur consommation d'énergie tandis que celles qui ont reçu un émoticône souriant n'augmentent plus leur consommation !

# Quiz

## Exercice 1

[Solution n°1 p 25]

### **Vrai ou faux ?**

*Pour la plupart des économistes, l'accumulation des richesses matérielles est suffisante pour augmenter le bien-être collectif.*

Vrai

Faux

## Exercice 2

[Solution n°2 p 25]

*Combien y a-t-il de formes de conformisme en économie ?*

1

2

3

4

## Exercice 3

[Solution n°3 p 25]

### **Vrai ou faux ?**

*En croisant les données sur le temps qu'il fait et les valorisations des actifs financiers dans le monde, des économistes ont montré que le temps qu'il fait a une incidence sur la valorisation. Cela viendrait du fait que lorsqu'il pleut, les individus sont plus prudents et moins averses au risque.*

## Quiz

Vrai

Faux

## Exercice 4

[Solution n°4 p 26]

*La psychologie économique peut être utilisée pour inciter les individus à adopter des comportements plus respectueux pour l'environnement.*

Vrai

Faux

## Exercice 5

[Solution n°5 p 26]

### **Vrai ou faux ?**

*Dans l'énigme sur la séquence des X et des O, la plupart des participants utilisent « l'heuristique de représentativité ».*

Vrai

Faux

## Exercice 6

[Solution n°6 p 26]

### **Vrai ou faux ?**

*Lorsque des ajustements par les prix s'effectuent sur le marché, les individus les considèrent comme justes et conformes à la loi de l'offre et de la demande.*

Vrai

Faux

## Exercice 7

[Solution n°7 p 26]

### **Vrai ou faux ?**

*Le conformisme informationnel implique que l'individu agisse en conformité avec une norme qu'il juge pertinente ou que la société l'incite à respecter.*

Vrai

Faux

## Exercice 8

[\[Solution n°8 p 27\]](#)**Vrai ou faux ?**

*Dans le jeu du « concours de beauté », celui qui agit de façon rationnelle a toutes les chances de gagner.*

 Vrai Faux

## Exercice 9

[\[Solution n°9 p 27\]](#)**Vrai ou faux ?**

*Le « concours de beauté » permet d'illustrer le comportement des investisseurs sur les marchés financiers.*

 Vrai Faux

## Exercice 10

[\[Solution n°10 p 27\]](#)**Vrai ou faux ?**

*Les Français se déclarent en moyenne plus satisfaits que les autres Européens.*

 Vrai Faux

# Références

## A. Références de base

Nicolas Eber et Marc Willinger, *L'économie expérimentale*, La Découverte, Collection « Repères », Nouvelle édition 2012.

o Nicolas Eber, *Théorie des jeux*, Dunod, Les Topos, 3e édition 2013.

<http://ecopsycho.gretha.u-bordeaux4.fr/>

## B. Pour aller plus loin

Emmanuel Petit, L'apport de la psychologie sociale à l'analyse économique, *Revue d'Economie Politique*, Bilan / Essai, 2011, n°6, p. 797-837.

Richard Thaler et Cass Sunstein, *Nudge - La méthode douce pour inspirer la bonne décision*, Vuibert, 2010.

Nick Wilkinson et Matthias Klaes, *An introduction to Behavioural Economics*, Palgrave Macmillan, New York, 2e édition, 2012.

# Solution des exercices

## > Solution n°1 (exercice p. 19)

- |                                  |                                  |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> | Vrai<br><i>Bonne réponse.</i>    |
| <input type="radio"/>            | Faux<br><i>Mauvaise réponse.</i> |

Cette affirmation est vraie.

Un petit bémol tout de même : en **psychologie économique**, « l'économie du bonheur » montre que la relation entre richesse matérielle et bonheur au cours du temps n'est pas vérifiée dans les pays industrialisés : c'est le paradoxe d'Easterlin (1974).

## > Solution n°2 (exercice p. 19)

- |                                  |                               |
|----------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/>            | 1<br><i>Mauvaise réponse.</i> |
| <input checked="" type="radio"/> | 2<br><i>Bonne réponse.</i>    |
| <input type="radio"/>            | 3<br><i>Mauvaise réponse.</i> |
| <input type="radio"/>            | 4<br><i>Mauvaise réponse.</i> |

Il y a deux formes de conformismes, il s'agit du conformisme « informationnel » et « normatif ».

## > Solution n°3 (exercice p. 19)

- |                                  |      |
|----------------------------------|------|
| <input type="radio"/>            | Vrai |
| <input checked="" type="radio"/> | Faux |

Cette affirmation est fausse.

Lorsqu'il fait soleil, la valorisation des actifs est en effet plus forte sur les marchés

(de façon marginale). Mais, cela vient d'un effet sur l'humeur et non de la prudence !

> **Solution n°4** (exercice p. 20)

Vrai  
*Bonne réponse*

Faux  
*Mauvaise réponse*

Cette affirmation est vraie.

C'est le message porté notamment par Thaler et Sunstein dans leur ouvrage, *Nudge*, publié aux Etats-Unis en 2009. Il est possible en particulier de limiter la consommation d'électricité en utilisant des émoticônes !

> **Solution n°5** (exercice p. 20)

Vrai  
*Mauvaise réponse*

Faux  
*Bonne réponse*

Cette affirmation est fausse.

Cela peut arriver. Mais, en règle générale, ils vont 7 fois sur 10 devant la porte des X (et 3 fois sur 10 devant la porte des O). Ce qui n'est pas rationnel pour autant !!

> **Solution n°6** (exercice p. 20)

Vrai  
*Mauvaise réponse*

Faux  
*Bonne réponse*

Cette affirmation est fausse.

Visiblement, c'est le contraire. Certaines modifications de prix sont considérées par beaucoup comme injustes. C'est ce que nous révèle l'énigme sur « le prix équitable ».

> **Solution n°7** (exercice p. 20)

Vrai  
*Mauvaise réponse*

Faux  
*Bonne réponse*

Cette affirmation est fausse.

Il s'agit du conformisme **normatif**.

**> Solution n°8** (exercice p. 21)

- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/>            | Vrai<br><i>Mauvaise réponse</i> |
| <input checked="" type="radio"/> | Faux<br><i>Bonne réponse</i>    |

Cette affirmation est fausse.

Dans ce jeu, il faut choisir un chiffre entre 0 et 100. Celui qui gagne est celui dont le nombre est le plus proche de la moitié de la moyenne de tous les nombres collectés. Un joueur rationnel dans ce jeu jouera l'équilibre de Nash, qui se situe à 0. Alors, que le joueur gagnant sera celui qui anticipe ce que les autres vont faire et qui proposera un chiffre proche de 15.

**> Solution n°9** (exercice p. 21)

- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> | Vrai<br><i>Bonne réponse</i>    |
| <input type="radio"/>            | Faux<br><i>Mauvaise réponse</i> |

Cette affirmation est vraie.

Et c'est à John Maynard Keynes que l'on doit cet éclairage lumineux (et toujours d'actualité) sur la façon dont fonctionne le marché financier.

**> Solution n°10** (exercice p. 21)

- |                                  |                                 |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/>            | Vrai<br><i>Mauvaise réponse</i> |
| <input checked="" type="radio"/> | Faux<br><i>Bonne réponse</i>    |

Cette affirmation est fausse.

Pour les économistes du bonheur, ce serait plutôt le contraire. Dans le palmarès mondial du bonheur (comprenant 155 pays recensés), la France apparaît seulement à la 44ème place, loin derrière de nombreux pays européens !

# Glossaire

## Ancrage

L'heuristique d'ancrage survient lorsque les individus tiennent compte d'une valeur numérique arbitraire pour estimer une quantité quelconque inconnue.

- Par exemple, si on vous demande si Jules César avait plus de 105 ans à sa mort, vous finirez par lui donner un âge plus élevé que si la question d'ancrage avait évoqué son décès à 35 ans.
- De même, lorsque vous réfléchissez à ce que vous devrez payer pour une maison, vous serez (très) influencés par le prix de départ affiché.
- De façon équivalente, le prix d'achat d'un bien proposé à 99.90 euros seulement sera perçu comme étant bien moins cher que celui proposé à 100 euros.
- Sur les marchés financiers, on observe des résistances à la hausse ou à la baisse d'un indice (comme le CAC40) ou de certaines actions. L'évocation de ces seuils (plafonds ou planchers) est une preuve du rôle de l'ancrage sur ces marchés.

Dans le mécanisme de l'ancrage, le chiffre (même arbitraire) compte dans le processus d'évaluation.

## Heuristique

Les heuristiques représentent des **règles décisionnelles** rapidement applicables, faciles à utiliser et la plupart du temps correctes

## Induction à rebours

L'induction à rebours est une méthode utilisée en théorie des jeux pour trouver la solution rationnelle d'un jeu. D'une manière générale, cette méthode consiste à prédire ce qui va se passer dans l'avenir et à raisonner en revenant vers le présent. Techniquement dans un jeu à plusieurs étapes, la méthode de l'induction à rebours consiste à se placer à la dernière étape du jeu (ou à la dernière période) et à remonter de la fin vers le début en éliminant progressivement toutes les solutions non rationnelles.

## L'homo oeconomicus

Le très célèbre *homo oeconomicus* correspond à la façon dont l'économiste **représente** l'individu en tant que personne pensante et agissante dans l'univers économique. L'homo oeconomicus est rationnel, autonome, doté d'un parfait libre-arbitre et toujours à la recherche de son intérêt personnel.

## L'hypothèse de rationalité

Pour l'économiste, un individu est **rationnel** lorsqu'il a pour **objectif la maximisation de ses intérêts** compte tenu de ses **contraintes**.

Au-delà de cet objectif, l'économiste présuppose certaines "**facultés**" à l'individu. L'homo oeconomicus est ainsi doté de capacités prodigieuses au service de la recherche de son intérêt individuel. Il est en particulier superbement intelligent et parfaitement omniscient, à l'image sans doute de son créateur...

### La disponibilité

L'heuristique de disponibilité est la tendance à évaluer la probabilité associée à un événement en fonction de la facilité avec laquelle des exemples d'un tel événement nous viennent à l'esprit.

L'heuristique de disponibilité utilise des informations enregistrées dans notre mémoire notamment lorsque celles-ci sont saillantes.

On peut ainsi expliquer que les individus déclarent généralement préférer voyager en voiture plutôt qu'en avion car ils s'y sentent (à tort) davantage en sécurité.

Cela vient du fait que les images, relayées par les médias, des accidents d'avion se transforment **en souvenirs facilement et rapidement disponibles**. Les gens supposent donc qu'ils courent plus de risques en avion qu'en voiture. Ils surpondèrent de fait ce risque.

### La familiarité

Il n'existe pas à proprement parler d'heuristique de familiarité.

Nous utilisons le terme de façon extensive pour désigner ici une **tendance**, bien réelle, **à préférer une option à une autre simplement parce qu'elle nous est familière**.

### La fonction d'utilité

La fonction d'utilité s'écrit sous la forme  $U = U(x_1, x_2)$  où  $x_1$  et  $x_2$  sont les quantités des deux biens disponibles dans l'économie.

### La représentativité

L'heuristique de représentativité indique une **tendance à généraliser un jugement** à partir d'un **cas particulier**.

La représentativité concerne donc la façon dont nous traitons l'information à notre disposition.

### La théorie des perspectives

La théorie des perspectives, proposée par Daniel Kahneman et Amos Tversky, est une théorie descriptive du choix risqué qui est une alternative au modèle de l'espérance d'utilité proposé par John Von Neumann et Oscar Morgenstern (1944).

### Le dilemme du prisonnier

*Vous êtes un brigand de grand chemin...*

Vous avez été pris en flagrant délit de vol d'une voiture en compagnie de votre complice. Vous encourez chacun **1 an** de prison.

Le procureur vous suspecte du cambriolage d'une banque et vous encourez 4 années de prison supplémentaires.

Le procureur n'a cependant aucune preuve du cambriolage et ne peut vous incarcérer que s'il obtient des **aveux**.

Il vous isole l'un et l'autre dans une cellule isolée (pour que vous ne puissiez communiquer) et vous propose le marché suivant :

- Si l'un des deux avoue et que l'autre non, le premier aura une remise de peine d'un an (et sera donc libre) alors que le second sera lourdement

condamné (7 ans)

- Si les deux avouent, ils subiront une peine de 5 ans
- Si aucun des deux n'avoue, chacun purgera la peine de 1 an de prison pour le vol de la voiture

Alors ? Que décidez-vous ? Vous avouez ou vous niez ???

### Le jeu de l'ultimatum

Vous jouez avec un partenaire anonyme qui joue en même temps que vous et avec lequel vous ne pouvez pas communiquer.

Une somme de **10 euros** est à répartir entre 2 joueurs 1 et 2.

Le jeu se joue en **deux étapes**.

*A la première étape*, le joueur 1 propose une division de cette somme et fait une offre au joueur 2.

*A la deuxième étape*, le joueur 2, appelé le répondant, prend connaissance de cette offre et peut :

- **accepter l'offre**, auquel cas il reçoit le montant offert et le joueur 1 garde la différence ;
- **refuser l'offre**, auquel cas les 2 joueurs ne reçoivent rien.

### Rationalité limitée

Simon observe, via les études expérimentales en laboratoire, que, dès que l'on s'écarte de la simplicité et de la transparence les plus élémentaires, les individus formulent des choix qui ne peuvent s'expliquer par les critères de la maximisation de l'utilité espérée ou par les critères probabilistes de rationalité des choix.

# Bibliographie

[**Accountability : A social check on the fundamental attribution error**] TETLOCK P. E. (1985). *Accountability : A social check on the fundamental attribution error*, *Social Psychology Quarterly*, vol.48, n°3, p. 227-236.

[**Good Day sunshine : Stock Returns and the Weather**] HIRSHLEIFER D., SHUMWAY T. [2003], *Good Day sunshine : Stock Returns and the Weather*, *Journal of Finance*, 58, p. 1009-1032.

[**L'économie du bonheur**] LUCIE DAVOINE, *Economie du bonheur*, La Découverte, Collection Repères, 2012

[**Le prix du bonheur, Leçons d'une sciences nouvelle**] RICHARD LAYARD, *Le prix du Bonheur - Leçons d'une science nouvelle*, A. Colin, 2007.

[**Les esprits animaux**] AKERLOF, G. et R. SHILLER (2009). *Les esprits animaux - Comment les forces psychologiques mènent la finance et l'économie*, Pearson, 293 pages.

[**Mood, misattribution, and judgments of well-being ; Informative and directive functions of affective states**] SCHWARZ N., CLORE G.L. [1983], *Mood, misattribution, and judgments of well-being ; Informative and directive functions of affective states*, *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, p. 513-523.

[**Sublime Simon : The consistent vision of economic psychology's Nobel Laureate**] AUGIER, M. (2001). *"Sublime Simon : The consistent vision of economic psychology's Nobel Laureate"*, *Journal of Economic Psychology*, vol.22, n°3, p. 307-334.

[**The arrival of behavioral economics : from Michigan, or the Carnegie School in the 1950s and the early 1960s ?**] HOSSEINI, H. (2003). *The arrival of behavioral economics : from Michigan, or the Carnegie School in the 1950s and the early 1960s ?*, *Journal of Socio-Economics*, p. 391-409.

[**The Constructive, Destructive and Reconstructive Power of Social Norms**] SCHULTZ, NOLAN, CIALDINI, GOLDSTEIN, ET GRISKEVICIUS [2007], *The Constructive, Destructive and Reconstructive Power of Social Norms*, *Psychological Science*, vol. 18.