**Chapitre 2.**

**Renouveler la régulation des modes de vie par les outils de l’économie comportementale**

Matthias Petel

**Introduction**

Un constat doit tout d’abord nous interpeller : selon toutes les mesures scientifiques pertinentes, l’environnement est dans un état plus dégradé qu’il ne l’était au moment de l’adoption des premières lois environnementales. En d’autres termes, malgré le développement d’un droit de l’environnement aux niveaux international, européen et national, les menaces qui ont justifié son émergence (changements climatiques, chute de la biodiversité, destruction des écosystèmes terrestres et marins entre autres) n’ont pas été endiguées et se sont mêmes aggravées. Il ne s’agit bien entendu pas d’affirmer que le droit de l’environnement participe à la destruction du vivant, ni de lui de récuser toute effectivité. L’on peut en effet raisonnablement estimer que la situation serait encore plus préoccupante sans les normes environnementales adoptées. Cependant, au-delà de réussites ponctuelles et bienvenues, les régulations actuelles n’ont pas réussi à transformer profondément les sociétés vers la durabilité. Plusieurs pistes d’explications doivent être explorées pour expliquer cet état de fait. L’on peut tout d’abord estimer que le droit de l’environnement s’attache à limiter les conséquences néfastes du système économique – les externalités environnementales natives pour reprendre un vocable économique – sans s’attaquer aux causes de ces dégradations (en fonction des cadres analytiques choisis, les auteurs pointeront la croissance économique infinie (Jackson, 2017), le mode de production capitaliste (Foster, 2002 ; Moore, 2015), les inégalités (Kempf, 2007; Chancel, 2017)). En outre, sur fond d’opposition entre une écologie profonde et superficielle (Naess, 1989), certains pointent du doigt le fait que le droit de l’environnement a maintenu une approche anthropocentrique au sein de laquelle la nature est valorisée uniquement pour son utilité à servir les intérêts humains (Boyd, 2017).

Si ces diverses interprétations méritent d’être discutées, cette contribution souhaite explorer une explication alternative et complémentaire pour comprendre les échecs des régulations environnementales : le droit de l’environnement repose sur une vision faussée des comportements humains qu’il tente de modifier ayant adopté la théorie du choix rationnel développé au sein de l’économie néoclassique. Dès lors, afin de transformer les modes de vie, les régulations doivent prendre en compte les biais cognitifs des individus plutôt que de se concentrer uniquement sur la modification de leurs intérêts notamment par le truchement d’incitants financiers. En d’autres termes, il s’agit de tester l’hypothèse selon laquelle la régulation environnementale pourrait s’inspirer du corpus théorique de l’économie comportementale afin d’augmenter l’effectivité des normes environnementales. L’objectif de l’économie comportementale est d’intégrer les acquis des sciences cognitives et des neurosciences au sein des réflexions économiques afin de décrire de manière plus réaliste nos prises de décisions. Cette école réfute le postulat néoclassique de la rationalité absolue des agents économiques. Par opposition à une vision caricaturale de l’individu humain fondée sur la figure de l’Homo oeconomicus, les processus décisionnels sont décrits dans toute leur complexité, traversés par des émotions, inspirés par des représentations culturelles et pétris de biais cognitifs.

L’approche comportementale pourrait renouveler le rôle des autorités publiques dont le rôle serait de développer des instruments comportementaux afin de permettre la transition écologique des modes de vie. Puisque nos décisions sont le fruit de nos peurs, de nos émotions, de nos automatismes, de notre environnement social tout autant que de notre raison, l’Etat pourrait utiliser ces facteurs afin d’orienter nos choix. Il s’agit de développer des outils qui instrumentalisent les biais cognitifs des citoyens afin de guider leurs décisions vers certaines finalités déterminées, en l’occurrence écologiques. Plutôt que d’user de la coercion ou de l’incitation financière, l’Etat deviendrait l’architecte d’environnements propices à des comportements durables. Par de légères modifications du contexte au sein duquel les individus effectuent leurs choix, l’Etat pourrait transformer les habitudes de consommation.

Tout d’abord, nous reviendrons sur les origines de la théorie du choix rationnel et l’émergence de la figure de l’Homo oeconomicus au sein des modèles économiques dominants. Nous expliciterons ensuite la rupture opérée à ce titre par l’économie comportementale vis-à-vis de la théorie néoclassique. L’enseignement fondamental est le suivant : l’humain est loin d’être guidé par sa seule raison. Par la suite, nous analyserons les manières dont les acquis de l’économie comportementale peuvent être intégrés dans le droit afin de renouveler les instruments traditionnels fondés en grande partie sur l’hypothèse de la rationalité des acteurs. Le « nudging », méthode qui a pour but de favoriser certains comportements par l’instrumentalisation de nos biais cognitifs sans usage de la coercition, sera le point central de cette réflexion. Nous arriverons alors au cœur du travail puisque nous tenterons de trouver des synergies entre ce droit nouveau fondé sur l’économie comportementale et la volonté d’opérer une transition écologique des modes de vie. En d’autres termes, il s’agit de discuter dans quelle mesure le « nudging vert » peut-il devenir la clé d’une transformation des modes de vie. L’Etat partenaire est-il, en partie du moins, un Etat « nudgeur » ? Enfin, nous nous permettrons de pointer une limite essentielle de l’approche comportementale appliqué à la problématique écologique, à savoir l’individualisme méthodologique sur laquelle elle repose. Alors que l’enjeu écologique est structurel, cette approche tend à le réduire à une série de comportements individuels. S’il ne faut pas négliger les apports de l’économie comportementale pour un droit de la transition écologique, il serait dangereux de s’en contenter ou de se laisser aveugler par la révolution qu’elle prétend opérer. Loin de renforcer l’autonomie individuelle et collective, elle se contente de modifier les comportements de consommation dépolitisant ainsi la question écologique. Elle reste en ce sens tributaire d’une logique de marché afin de faire advenir un capitalisme vert grâce à la consommation responsable.

1. **L’avènement de la figure de l’Homo oeconomicus dans la science économique**

L’analyse économique standard repose sur le postulat selon lequel chaque individu cherche à maximiser son utilité et à répondre à ses préférences individuelles. Tout comportement humain peut être expliqué et surtout prédit sur base de cette grille de lecture : l’homme est profondément intéressé, égoïste, calculateur et rationnel. C’est la figure dite de l’Homo oeconomicus, longtemps dominante au sein de la sphère économique. Si une lecture partielle et partiale d’Adam Smith pourrait faire de ce dernier le père de cette vision réductrice du comportement humain, la révolution marginaliste de l’école néoclassique est la réelle source de la figure de l’Homo oeconomicus.

**1.1 Aux origines : comment Homo Sapiens est-il devenu Homo oeconomicus ?**

Adam Smith est souvent considéré comme le principal artisan de l'Homo oeconomicus. Afin d’appuyer cette proposition, l’on retrouve généralement la citation issue de *La Richesse des Nations* qui exprime l’idée forte selon laquelle le moteur de l’action humaine est à retrouver dans l’égoïsme de chaque individu : « Ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du brasseur ou du boulanger que nous attendons notre dîner, mais plutôt du soin qu'ils apportent à la recherche de leur propre intérêt. Nous ne nous en remettons pas à leur humanité, mais à leur égoïsme ». Chaque acteur économique poursuit son intérêt, mu par une forme d’amour propre (self-love) qui domine toute autre considération (Bailleux et Ost, 2016). Cette réalité anthropologique est par ailleurs désirable pour la prospérité collective. En effet, la main invisible du marché régule les intérêts humains concurrents et conduit à la réalisation de l'intérêt général (Marouby, 2004). Le Léviathan de Hobbes, un Etat souverain au pouvoir absolu pour nous sortir du chaos de l’état de nature, n’est alors pas nécessaire puisque nos intérêts concurrents peuvent se rencontrer de manière pacifique sur le marché qui les régulera naturellement. Le marché permet ainsi une conciliation de nos natures égoïstes puisque la somme des intérêts individuels permet la poursuite du bien commun.

On retrouve, bien plus tardivement, une vision anthropologique similaire chez Garrett Hardin (1968) qui postule une humanité individualiste dénuée du sens de la coopération où seules les propriétés privée ou publique permettent la protection des ressources naturelles. La mise en commun mène à la ruine puisque chacun cherche à maximiser son rendement au détriment de la viabilité de la ressource commune. Un corpus idéologique s’est donc peu à peu construit, basé sur cette vision de la nature humaine qui a largement imprégné nos imaginaires collectifs.

Il faut néanmoins se garder d’une vision tronquée de l’anthropologie smithienne qui s’avère plus complexe que ce que pourrait laisser penser une lecture superficielle de l’œuvre d’Adam Smith. Ainsi, l’ouvrage la *Théorie des sentiments moraux* présente un individu à la psychologie loin d’être réduite à une rationalité instrumentale ou un égoïsme forcené. Chaque personne est influencé par de nombreux affects et passions et dont la maximisation de son intérêt personnel est loin d’être le seul référentiel dans sa prise de décision. L'individu smithien est guidé par l'intérêt personnel, mais il est également capable de faire preuve de compassion envers les autres (Forman-Barzilai, 2010) et qui cherche à s’attirer leur sympathie dans les relations sociales (Moller, 1999). C’est ce que l’on a appelé « le problème Adam Smith », à savoir des assertions jugées parfois contradictoires entre sa théorie éthique de 1759 (*Théorie des sentiments moraux)* dans laquelle les relations sociales sont apparemment fondées sur l'altruisme, et sa théorie économique de 1776 (*La Richesse des Nations)*, dans laquelle elles sont apparemment fondées sur l'égoïsme (Jorland, 1984). L’on ne reviendra pas sur les détails de cette discussion riche. Il convient simplement pour notre propos de relever la complexité de l’œuvre d’Adam Smith. L’individu smithien navigue entre les deux extrêmes de l’altruisme pur et de l’égoïsme exacerbé. De même, Smith reste conscient que les individus évoluent dans des sphères où les conventions sociales peuvent variées entre une réalité marchande où l’intérêt personnel prédomine et les relations sociales non marchandes où l’amitié et la morale éloignent nos comportements d’un égocentrisme absolu. Ainsi, « loin de défendre l’atomicité de l’individu, Smith en montre la nécessaire relationalité et loin d’être l’avocat de la naturalité de l’intérêt tel qu’il est présent dans les sociétés commerciales ou dans les théories néo-classiques postérieures Smith en montre la construction historique » (Colin-Jaeger, 2016).

**1.2 L’école néoclassique ou la prise de pouvoir du rationalisme**

Adam Smith n’est pas le père de l’Homo oeconomicus bien qu’une compréhension caricaturale de ce dernier ait pu y mener. Ce n’est que plus tard que la vision rationaliste de l’humain sera radicalisée dans la théorie économique afin d’en faire une figure universelle et absolue. Les auteurs de la « Révolution marginaliste » (Jevons, Walras, Marshall et Pareto notamment), fondateurs de ce qu’on appellera l’école néoclassique, dépasseront les économistes classiques afin de créer une science économique indépendante de toute autre science humaine fondée notamment sur une vision universaliste et réductrice du comportement humain : l’Homo oeconomicus était né (Petit, 2013). Nul besoin de s’attacher à décrire l’humain dans toute sa complexité, son égoïsme et sa bonté, ses vices et ses idéaux, son cynisme et son éthique. L’individu est considéré comme un agent qui adopte à tout moment une attitude rationnelle visant à maximiser son utilité. Ceci implique que chacun de ses choix est le fruit d’une comparaison entre l’utilité marginale des différentes options qui sont hiérarchisées afin de déterminer la meilleure option.

Selon François Ost et Antoine Bailleux (2016) le « paradigme croissanciel » aurait pris son envol au moment où le mouvement néoclassique à chercher à faire de l’économie une science positive, formalisée, mathématisée, désencastrée des circonstances historiques, culturelles et sociales. Nous rejoignons cette intuition pour établir que c’est aussi dans ce moment charnière que l’Homo oeconomicus est devenue la figure tutélaire au cœur de tous les modèles économiques. Ainsi, alors que les classiques n’avaient pas rompu avec leur « matrice philosophique » (ibid.), l’économie désincarnée des néoclassiques va permettre l’hégémonie de l’économisme détachée des considérations anthropologiques et morales. Là où Adam Smith combinait une lecture économique sur la richesse produite par la société marchande avec une approche morale fondée sur le devoir-être des individus, les marginalistes souhaitent développer une science économique autonome fondée sur certains postulats simplificateurs dont une vision unifiée et universelle de l’agent économique. Cette simplification de l’agir humain a pour but la mise en œuvre de modèles à même de donner une compréhension « objective » du réel. La séduction des sciences dites « exactes » opèrent sur ces économistes une influence non négligeable. L’économie doit être capable de produire des résultats indiscutables et ainsi, « un nombre croissant d’économistes n’a eu de cesse d’imiter ce qui paraissait établir le socle de scientificité des lois des mathématiques ou de la physique pour les uns et des raisonnements des sciences dites « expérimentales » pour d’autres » (Servet, 2018). La formalisation élevée de l’économie doit lui donner une crédibilité plus grande que l’aspect spéculatif des sciences humaines et sociales.

En d’autres termes, la figure de l’homme maximisateur et égoïste permet l’avènement d’une science économique autonome, dotée d’une méthodologie propre, et capable de tirer des conclusions certaines sur des phénomènes divers. Il ne s’agit plus d’expliquer la société par des phénomènes sociaux, des rapports de force, des idéologies dominantes ou par l’histoire de luttes entre groupes aux intérêts divergents mais de remplacer la complexité de ces hypothèses par des démonstrations mathématiques basée sur l’Homo oeconomicus. Alors que les classiques (Adam Smith, Ricardo et Karl Marx notamment) raisonnent en termes de classes sociales (travailleurs, propriétaires, capitalistes), l’école néoclassique, sur fond d’une vision atomisée typiquement newtonienne du monde, développe la figure de l'individu rationnel sans aucune classe, responsable de sa destinée, reléguant ainsi aux abimes la vision conflictuelle de la société. De l’anthropologie smithienne qui décrit une double impulsion humaine de reconnaissance et d’enrichissement, l’on passe à partir de la fin du XIXème siècle, à la caricature néoclassique d’un « homme économique » dont l’unique but est d’accumuler toujours plus de biens (Arnsperger, 2016).

Plus concrètement, l’Homo oeconomicus repose sur deux postulats : la rationalité et le caractère maximisateur des agents économiques. Tout d’abord, les individus sont rationnels au sens où ils effectuent des choix considérés comme optimaux qui résultent d’un calcul éclairé et réfléchi. De plus, ce calcul débouche sur une décision guidée par la volonté de maximiser en toute occasion l’utilité. Cette dernière notion, dans les modèles de la théorie économique orthodoxe, est généralement réduite à une valeur monétaire. A nouveau, ce choix facilite l’utilisation de modèles puisque des valeurs purement quantitatives peuvent ainsi être utilisées afin d’obtenir des conclusions claires. Des enjeux moraux et politiques sont ainsi réduits à des valeurs chiffrées. Les préférences des individus sont traduites en une somme d’argent équivalente à ce qu’ils sont prêts à dépenser pour voir leur désir assouvi. La valeur monétaire qu’un individu serait prêt à accorder pour obtenir un bien ou un service représente l’utilité qu’il en retire.

Les individus prennent des décisions en vertu de leur rationalité, dite instrumentale, qui leur permet de choisir l’option optimale en vertu d’un principe conséquentialiste (par opposition à une théorie déontologique) qui évalue les actions à entreprendre en fonction uniquement de leurs résultats (Schmidt, 2006).

Afin de prévoir les comportements des agents économiques, les modèles qui sont utilisés s’éloignent de la réalité puisqu’ils sont par définition une simplification de cette dernière. En d’autres termes, selon Zamir et Teichman (2018), « an economic model does not aim to depict reality precisely, but rather strives to explain and analyze reality by focusing on a small number of variables, and assuming away the complexity of the real world. The more parsimonious a model is – that is, the smaller the number of variables it takes into account and the larger the range of social phenomena it explains- the better». La plupart des économistes sont conscients que la rationalité des individus est loin d’être aussi absolue que celle que l’on prête à l’Homo oeconomicus. Seulement, le postulat de la rationalité de l’acteur est avant tout une hypothèse conventionnelle, conçue afin de permettre la modélisation de l’économie sans que sa véracité ne doive être testée (Friedman, 1966).

**2. L’économie comportementale ou la prise en compte de nos irrationnalités**

L’économie comportementale est un « courant de recherche initié par des économistes soucieux d’améliorer les prédictions des modèles économiques grâce à l’introduction d’hypothèses de comportement fondées sur des théories psychologiques » (Cabantous et Hilton 2008). Il s’agit donc d’une rencontre entre les sciences cognitives et la psychologie avec l’économie. Le point commun entre tous les économistes comportementaux est de rompre avec la conception traditionnelle de la rationalité des acteurs économiques, hypothèse purement conventionnelle et éloignée de la réalité empirique. Au lieu de partir d’un postulat non vérifié, les processus décisionnels des individus sont scrutés et analysés au travers d’expériences. A partir des années 1980, l’économie comportementale démontre ainsi que les réactions des individus testés ne se conforment pas aux hypothèses dominantes de rationalité (Cartwright, 2018). L’économie comportementale rompt avec ce présupposé issu de l’économie standard néoclassique et impose un constat : les agents agissent fréquemment de manière irrationnelle. La rationalité n’est pas absente de nos prises de décisions mais elle est loin d’être l’unique facteur (Simon, 1982). L’économie comportementale propose en lieu et place de la vision caricaturale néoclassique « une représentation de l’action humaine complexe marquée par des interférences constantes entre affectivité et cognition, délibération et réflexion ou encore jugement et calcul » (Deffains et Ferey, 2011). L’Homo oeconomicus se rapproche de l’Homo sapiens : « son égoïsme est moins forcené, ses préférences moins intangibles, sa logique moins implacable, plus incertaine et sensible, son irrationalité parfois appréciée presque revendiquée » (Petit, 2013).

L’individu fictionnel des néoclassiques ne résiste pas à la vague des sciences cognitives et de leurs enseignements. Ces dernières ont démontré la pluralité des motivations et l’irrationalité des comportements humains — affectés par les routines, les émotions, les jugements moraux et l’environnement qui l’entoure. Kahneman et Tverski ont été parmi les premiers à proposer des approches théoriques alternatives grâce à l’apport de la psychologie expérimentale (Tversky & Kahneman, 1974). Par l’analyse de nos processus décisionnels et cognitifs qui sous-tendent nos prises de décision économiques, ils ont démontré que les choix sont la résultante de multiples facteurs qui sont eux-mêmes le fruit de millions d’années d’évolution guidée par la sélection naturelle (Gollier, Hilton et Raufaste, 2003). Ainsi selon Daniel Kahneman, le système cognitif peut-être scindé en deux modes de fonctionnement radicalement opposés. Le système 1 opère des traitements automatiques de l’information basés sur l’inconscient, l’intuition, les automatismes, nos stéréotypes et nos associations d’idées. En d’autres termes, ce processus cognitif est fondé sur des heuristiques, à savoir « une règle de comportement ou d’évaluation utilisée par les acteurs pour simplifier leurs tâches de traitement de l’information et donc leur décision » (Deffains et Ferey, 2011). Ce système est mobilisé afin de minimiser les efforts dans les prises de décisions quotidiennes. Par opposition, le système 2, mobilise la raison, la réflexion, le calcul et la logique (Kahneman, 2011). Il est plus lent et permet de sortir de réflexes bien ancrés afin de traiter méthodiquement les options en présence. Etant donné, son « coût cognitif » très élevé, ce type de raisonnement est en réalité peu utilisé dans la vie quotidienne (Gollier, Hilton et Raufaste, 2003). La majorité de nos décisions ne sont pas le fruit d’une réflexion ni d’un calcul mais le résultat d’automatismes, de réflexes, de notre inconscient ou encore de notre héritage génétique. Cette révélation nous aide à comprendre que les individus n’examinent pas chaque option méthodiquement et s’écartent sensiblement des normes classiques de rationalité (Akerlof et Kennedy, 2013).

Leurs recherches permettent une critique de l’action rationnelle. Cela ne revient pas à dire que la rationalité est absente de toutes nos décisions mais qu’elle est complétée par des jugements moraux, des émotions, des réactions instinctives, des habitudes, la pression sociale, etc. Bien sûr, ces découvertes imposent un renouvellement des anciens modèles et la complexification significative de ces derniers. Un arbitrage doit être opéré entre la validité descriptive et la simplicité des modèles proposés (Zamir et Teichman, 2018). L’économie comportementale a fait son choix : le souci du réalisme psychologique et la recherche de l’exactitude prennent le pas sur la volonté d’une modélisation absolue. Comme le disait Daniel Kahneman (2011) lui-même: «life is more complex for behavioral economics than for true believers in human rationality».

Trois éléments permettent d’expliquer pourquoi un grand nombre de nos décisions s’éloignent des choix que réaliserait l’agent économique néoclassique fictionnel tel que nous l’avons décrit précédemment : la rationalité limitée, le pouvoir limité sur soi-même et l’intérêt personnel limité (Jolls, Sunstein et Thaler, 1998). Tout d’abord, notre rationalité est dite limitée puisque nos capacités cognitives ne peuvent pas prendre en considération de manière systématique l’ensemble des informations et nous sommes bien souvent incapables d’avoir une vision claire des probabilités et des risques associés à chaque hypothèse (Akerlof et Kennedy, 2013). Ensuite, le pouvoir de notre volonté est limité au sens où il est démontré que les individus n’ont pas un contrôle total sur eux-mêmes et font preuve d’incohérence entre leurs actions et leurs réelles intentions/préférences. Enfin, notre intérêt personnel n’est pas absolu puisque nous agissons bien souvent de manière altruiste, en contradiction avec l’objectif de maximisation de notre utilité (Rankin, 2011). Même à considérer que les individus soient capables de connaitre l’option la plus maximisatrice de leur utilité, il n’est pas dit qu’il la choisisse en dernière instance étant capables de mettre en balance leur intérêt avec d’autres considérations, notamment morales. Nous sommes aussi mus par des considérations d’équité, de justice, de respect de la nature et bien souvent influencés par les normes sociales et morales de notre entourage.

1. **Intégration des acquis de l’économie comportementale dans le droit**

**3.1. L’Homo oeconomicus dans le droit, un primat en phase de reconsidération**

A l’heure actuelle, le droit continue très largement à penser le monde sur base du postulat d’un monde newtonien, stable et prévisible, et sur celui d’individus dont les comportements peuvent être influencés voire dirigés par la menace de sanctions et la promesse d’incitants économiques. L’Homo oeconomicus reste donc la figure de l’individu régulé par le droit moderne. Historiquement, les politiques publiques tentent de modifier les comportement grâce à des réglementations (des obligations ou des interdictions) ou des incitants financiers (sanctions et récompenses à travers les taxations et les subsides). Dans la lignée des prémisses néoclassiques, les instruments juridiques ont donc cherché uniquement à modifier les intérêts des individus afin de changer leurs décisions et comportements (Simon, 1955 ; Thaler, 1980). Le postulat est simple : les individus sont principalement motivés par leur intérêt propre et les récompenses financières ou les coûts du même ordre (Akerlof et Kennedy, 2013).

L’économie néoclassique s’est peu à peu intégrée dans les réflexions juridiques notamment au sein de l’école de l’analyse économique du droit (*Economic Analysis of Law* ou *Law and Economics* selon l’appellation américaine). Afin de formuler des règles pertinentes selon les éclairages de la science économique dominante, la théorie standard dominante de la rationalité des individus postulée a été reprise au sein du giron juridique. Ainsi pour Richard Posner (1997), la norme de droit est avant tout une variable qui rentre dans une mise en balance par l’agent dans son programme de maximisation de l’utilité individuelle. La norme est appréhendée par ses destinataires, agents maximisateurs de leur utilité, en fonction de la probabilité de sanction et de la gravité de cette dernière. Faisant fi des normes sociales et morales ou encore des émotions, le droit a eu tendance à réguler l’humain comme un automate prédisposé à une rationalité absolue.

Cependant, ces représentations du monde et de l’agir humain sont en passe d’être rediscutés au sein de l’univers juridique. Si l’école comportementale a d’abord été repoussée par l’orthodoxie de la science économique, elle est maintenant largement intégrée dans le corpus théorique de l’économie dominante. A l’instar de ces évolutions dans le champ économique, le droit essaye lui aussi d’intégrer les savoirs comportementaux. Suite à de nombreux travaux en psychologie, en neurosciences, en économie comportementale, les instruments juridiques cherchent à se repenser à l’aune de cette découverte d’une triple limitation de l’homme dont il a été fait mention ci-dessus. Pour la science juridique, les développements de cette branche de l’économie signifient que « l’action vis-à-vis d’une norme juridique prendra toujours appui sur des processus complexes d’évaluation » (Deffains et Ferey, 2011). Le droit ne peut pas se construire sur une vision faussée de l’individu qu’il régule au risque d’être inopérant. De notre compréhension réaliste de l’humain dépend l’effectivité des normes : « If we want to regulate the behaviour of humans who populate the real world rather than the behaviour of econs who inhabit econland, it makes sense to take into consideration how the former are known to operate » (Sibony et Alemanno, 2015). Une approche comportementale peut permettre de nouvelles explications sur les échecs et les limites de l’approche conventionnelle. Il est tout à fait normal que des instruments basés sur des postulats faux et sur une image tronquée de l’individu humain n’atteignent pas leurs objectifs.

**3.2 Quelle place pour l’économie comportementale dans nos ordres juridiques ? Une mission double entre débiaisement et instrumentalisation**

L’orthodoxie rationaliste de la décision microéconomique étant largement remise en cause, la deuxième étape réside l’intégration des apports de l’économie comportementale au sein de l’arsenal juridique des autorités afin d’améliorer l’effectivité des normes. En d’autres termes, il s’agit de développer une méthode de régulation adapté à l’irrationalité des agents. En ce sens, les travaux descriptifs de l’économie comportementale, à savoir le constat d’une rationalité limitée, ont bientôt laissé place à des propositions normatives afin de conseiller les autorités dans la mise en place de politiques adaptées à cette découverte (Sunstein, 2011). Cette évolution est rendue possible parce que le fait que si nous ne sommes pas rationnels au sens de l’économie traditionnelle, ni même raisonnables comme il est attendu de l’agent en droit, nous sommes bien prévisibles. Les sciences comportementales enseignent que les biais cognitifs sont systématiques et dès lors nos comportements peuvent être prévus (Alemanno, Helleringer et Sibony, 2016).  Pour le dire simplement, nous faisons tous les mêmes erreurs (Ariely, 2008). Le programme comportemental en économie du droit - connu sous le vocable anglophone « *Behavioural Law and Economics* » (Sunstein, 2000) - a dès lors émergé afin d’améliorer l’effectivité des régulations par la prise en considération des irrationalités systématiques déterminées par les expériences cognitives.

Cette nouvelle méthode d’intervention est essentiellement basée sur la méthode du nudging défini comme « any aspect of the choice architecture that alters people’s behaviour in a predictable way without forbidding any options or significantly changing their economic incentives» (Thaler et Sunstein, 2008). Le nudge se réfère donc à toute modification intentionnelle des caractéristiques de notre environnement afin d’influencer le comportement des acteurs visés. Il ne s’agit pas d’inciter les individus au sens classique du terme par le prisme d’incitants économiques (taxes ou subsides). L’objectif n’est pas de convaincre mais de concevoir une « architecture des choix » (« *choice architecture*»), c’est-à-dire une manière de présenter les différents choix disponibles, pour encourager une option préférentielle qui correspond à un comportement que l’on souhaite promouvoir (La Fabrique Ecologique, 2016). Les autorités, définis comme des « architectes des choix » (« *choice architects* »), peuvent ainsi orienter les comportements sans recourir à la contrainte par de simple modification du cadre de décisions des individus. L’Etat devient le créateur d’environnements propices aux comportements jugés par ce dernier comme bénéfiques pour l’individu lui-même ou pour le collectif. L’on retrouve l’idée d’un paternalisme juridique ou de paternalisme libertarien (« *libertarian partenalism* »), fondé par Richard Thaler et Cass Sunstein (2003) au sein duquel les biais et les heuristiques doivent être utilisés afin d’orienter les comportements des individus, sans exercer de contraintes sur ces derniers, vers des objectifs prédéterminés qui ne sont pas nécessairement alignés avec la rationalité absolue. Les individus sont libres mais sont guidés vers des finalités considérées comme bénéfiques.

Afin de mieux comprendre l’objet de notre analyse, il nous semble nécessaire de donner quelques exemples éclairants qui peuvent être considérés comme des « nudges ». L’aéroport d’Amsterdam a ainsi drastiquement réduit ses dépenses de nettoyage des toilettes pour hommes. Ces dernières étaient très largement souillées par les éclaboussures. Le collage d’une fausse mouche au fond de l’urinoir a suffi à augmenter la concentration des utilisateurs et les besoins de nettoyage (Evans-Pritchard, 2013). Dans la sphère privée, de nombreux hôtels utilisent un autre nudge afin de réduire les coûts de lavage des serviettes en utilisant une forme d’émulation sociale. Pour se faire, un message du type : « 75% des personnes ayant occupé cette chambre avant vous ont utilisé leurs serviettes de toilette plusieurs fois », statistique arbitrairement choisie et volontairement élevée, augmente considérablement le nombre de clients qui utilisent leurs serviettes plusieurs jours d’affilée au lieu de la faire laver chaque jour. Enfin, citons l'expérience du chercheur Brian Wansink, qui en se contentant d'intercaler des chips rouges entre des chips normales dans des boîtes de Pringles, a réussi à en réduire la consommation de 50 % par rapport à un tube contenant des chips normales (Geier, Wansink & Rozin, 2012). En fait, la segmentation colorée a suffi à faire baisser drastiquement la consommation en brisant les séquences alimentaires automatisées par l’introduction d’une pause. Si ces exemples paraissent triviaux, leur multiplication et leur généralisation à toutes les sphères de consommation des individus peut avoir un impact substantiel sur les décisions quotidiens des individus.

Les avantages de cette méthode sont nombreux pour les autorités. Tout d’abord, il s’agit d’une alternative ou d’un complément bon marché aux couteuses mesures réglementaires ou financières (Sunstein, 2011). Au lieu de forcer l’individu à adopter un certain comportement (situation dans laquelle il est nécessaire de prévoir un contrôle et une sanction en cas de non-respect afin de s’assurer de la bonne application de la norme) ou de devoir le payer ou le taxer afin de le pousser à adopter un certain comportement (ou à s’abstenir de le faire), le nudge amène l’individu à se conformer volontairement avec le comportement attendu (Sibony et Alemanno, 2015). Cet élément nous amène au deuxième avantage : le nudge ne force pas, il guide sans imposer. L’individu reste donc toujours libre de ne pas suivre le choix préférentiel (Jolls et Sunstein, 2006). La liberté de l’acteur est ainsi en principe mieux respecter que dans le cadre d’une réglementation coercitive. Cette liberté doit néanmoins être relativisée puisqu’il s’agit largement d’une illusion étant donné que le comportement est en réalité prévu en amont par l’autorité. L’agent a l’impression de prendre sa décision de manière libre et éclairée alors que son choix aurait été prédéterminé à son insu par l’exploitation de ses biais psychologiques ou par une modification invisible de son environnement (Flückiger, 2018). Cette sensation de liberté est un troisième avantage: le nudging est mieux accepté par la population que des mesures coercitives. Les règlementations ou les taxes sont parfois considérées par les individus comme des atteintes à la liberté et perçues comme des interventions illégitimes d’un Etat bureaucratique. A l’inverse, le nudging est un outil bien accepté par la population car généralement indolore et invisible. Trois avantages flagrants : le faible coût, le respect (relatif) des libertés individuelles, l’acceptation a priori facilitée au sein du corps social, le tout associé à un impact significatif. Dès lors, le nudging « répond ainsi à la nécessité de modifier les comportements individuels dans un contexte de moyens budgétaires limités de la puissance publique et d’acceptabilité réduite du public envers des taxes et des contraintes réglementaires supplémentaires » (La Fabrique Ecologique, 2016).

Un programme comportemental peut se fixer deux missions: d’une part, le droit peut décider de prendre en compte les irrationalités, les biais et les émotions des individus afin de les combattre ou du moins de les contourner pour retrouver une rationalité accrue considérée comme la « norme » et, d’autre part, utiliser les biais des agents pour orienter leurs comportements vers une finalité considérée comme positive (Deffains et Ferey, 2011). Selon la première approche, l’objectif est de ramener l’individu égaré à la raison. Il reviendrait aux économistes comportementaux de permettre ce réajustement entre la réalité et l’idéal rationnel. La seule rationalité acceptable reste comprise comme la poursuite de son intérêt propre et lorsque l’individu en dévie, il agit de manière irrationnelle. On retrouve une prémisse de l’utilitarisme, chacun doit maximiser son utilité propre afin de maximiser *in fine* le bien-être global de la société en général compris comme l’addition des utilités individuelles. Dès lors, « la mission que se donnent les comportementalistes consiste en effet à proposer des outils simples appliqués aux individus pour transformer leur conduite en celle d’un Homo oeconomicus revu et corrigé par la connaissance des biais qui régissent ses comportements » (Servet, 2018). Selon la seconde approche, l’objectif reste d’utiliser les biais cognitifs des individus mais cette fois pour favoriser une prise de décision qui va dans le sens d’une finalité jugée bénéfique pour l’individu lui-même ou la société dans son ensemble même si cette dernière ne correspond pas avec le choix le plus rationnel (compris dans le sens réducteur de la maximisation de l’utilité). C’est cette seconde approche que l’on retrouvera dans le « nudging » écologique développé par la suite : il s’agit d’orienter les comportements des individus, non pas pour qu’ils deviennent de parfaits agents maximisateurs de leur propre intérêt mais pour qu’ils opèrent des choix durables.

**4. L’économie comportementale et la transition écologique : une alliance prometteuse**

**4.1 Un Etat de la transition écologique, Etat « nudgeur » ?**

Comme nous le rappelions dans l’introduction de cette contribution, l’environnement est dans un état plus dégradé qu’il ne l’était au moment de l’adoption des premières lois environnementales. Si des réussites dans certains secteurs ont pu être observées, les dégradations environnementales se sont aggravées sans que les approches réglementaires ou incitatives n’aient inversé la tendance. Si l’on s’en tient au postulat selon lequel la plupart des problèmes environnementaux urgents qui nous menacent sont liés directement ou indirectement aux habitudes quotidiennes de consommation de la population (une hypothèse sur laquelle nous reviendrons par la suite), il est pertinent de tout faire pour modifier les comportements vers une plus grande responsabilité environnementale (Quigey et Stokes, 2015). Les interventions publiques en matière environnementale doivent modifier nos comportements et nos décisions quotidiennes afin de pouvoir atteindre la durabilité (Akerlof et Kennedy, 2013).

Même si les enquêtes suggèrent que la conscience environnementale augmente (Leiserowitz, 2018), les modes de vie consuméristes n'ont pas radicalement été transformés. Un nouveau paradoxe apparait : alors que la protection de l'environnement est de plus en plus importante pour les citoyens occidentaux, l'impact de leur comportement reste dangereusement élevé. Ceci soulève la question : comment expliquer l’écart immense entre nos intentions et nos actions ? Pourquoi sommes-nous tant de convaincus et si peu d’acteurs ? (La Fabrique Ecologique, 2016).

Face à ces questions, le recours au nudge pourrait être vu comme le chainon manquant permettant de dépasser les nombreux freins psychologiques au changement. Ces freins sont le fruit de nos « dissonances cognitives », à savoir le fossé qui existe entre nos croyances et nos comportements (Festinger, 1962), en l’occurrence entre nos convictions environnementales et nos actes quotidiens. Ces incohérences empêchent un changement à grande échelle des comportements quotidiens. La connaissance ne suffit pas à transformer l’intention en action. En d’autres termes, l’inertie en matière d’écologie ne serait pas forcément due à l’égoïsme de l’Homo oeconomicus, ou à un manque de connaissances, mais aux irrationalités et aux complexités d’un « Homo confusus ». A ce titre, le nudge pourrait avoir une importance capitale au vu de son efficacité à instrumentaliser nos biais, nos désirs et nos émotions vers des finalités choisies.

Une des thèses centrales de cette ouvrage réside dans la nécessité de redéfinir le rôle de l’Etat face à l’enjeu écologique. Dans le cadre de notre contribution, l’Etat ajoute à ses méthodes celle de la facilitation psychologique par la mise en place d’environnements propices à la transition des modes de vie. Le rôle des autorités revient dans ce cadre à repérer les nombreux freins psychologiques auxquels font face les citoyens dans leur volonté d’opérer une transition écologique dans leurs habitudes. L’Etat pourrait se donner pour mission de les aider à atteindre la cohérence et réduire le fossé entre volonté et action. Face à l’inertie des citoyens en matière écologique, l’Etat devient celui qui amène les gens à faire librement ce qu’ils souhaitent par une « soumission librement consentie » (Joule et Beauvois, 2006).

L’objectif des pouvoirs publics est de créer l’environnement comportemental le plus propice aux comportements écologiques sans user de contraintes. L’impératif démocratique imposera, bien sûr, une véritable transparence tant dans les objectifs poursuivis que dans la méthode mise en œuvre. Il sera nécessaire de permettre une délibération démocratique sur les finalités des nudges, sur leurs modalités d’application et sur les limites à ne pas transgresser notamment en matière de respect des libertés individuelles. Il s’agit de mettre en place des « nudges d’intérêt public, répondant à des objectifs collectifs prédéfinis, notamment dans le cadre de la transition écologique, en complément des autres outils de politiques publiques » (La Fabrique Ecologique, 2016). De plus les nudges devront être « fondés sur une base légale, visant un intérêt public, proportionnés, conformes à la bonne foi, transparents et non discriminatoires » (Flückiger, 2018) afin de correspondre aux exigences de l’Etat de droit.

Relevons que ce renouvellement du rôle de l’Etat par la prise en considération des enseignements comportementaux est d’ores et déjà en cours. A titre d’exemple, le Royaume-Uni s’était ainsi doté d’une « *Behavioural Insights Team (BIT*) » aussi connu sous le nom de « *Nudge Unit* ». Cette organisation avait pour but d’appliquer la théorie du nudge afin d’améliorer les politiques et instruments du gouvernement britannique. Cette unité a depuis pris son indépendance afin de devenir une société. Plus spécifiquement sur le plan écologique, certains décideurs politiques s’inspirent de ces méthodes proches du marketing privé et prennent exemple sur des grands groupes industriels afin de pousser les citoyens, considérés essentiellement comme des consommateurs en l’occurrence, vers des comportements « verts ». Le neuromarketing, à savoir la meilleure compréhension des comportements du consommateur grâce à l'identification des mécanismes cérébraux qui interviennent lors d'un achat ou face à une publicité à des fins de marketing et de persuasion (Renvoise, 2007 ; Courbet et Benoit, 2013), a le vent en poupe au sein des entreprises afin de provoquer la décision d’achat mais aussi au sein de certaines institutions publiques. Afin d’exemplifier l’intégration du neuromarketing inspiré du monde marchand au sein de la sphère institutionnelle, la Commission européenne se base notamment sur la stratégie d’Unilever en matière de changement comportemental. Unilever décline cinq leviers dans sa stratégie marketing pour inspirer les consommateurs dans l’adoption d’un mode de vie plus durable : 1) making it understood 2) making it easy 3) making it desirable 4) making it rewarding 5) making it a habit (Unilever). La Commission européenne quant à elle a retranscrit ces points en 4 principes pour une consommation durable : it must be affordable, available, attractive and consumers should be awarded (BIO Intelligence Service, DG ENV, 2012). L’Etat n’est plus celui qui impose et condamne. Il devient une aide précieuse face à nos obstacles psychologiques, un accompagnant sur le chemin de la cohérence.

**4.2 Exemples de nudges « verts »**

Selon l’approche comportementale, le rôle de l’Etat dans ce contexte est de transformer les obstacles au changement en leviers d’action. Si les obstacles principaux à la transition écologique sont avant tout cognitifs (paresse, mauvaises habitudes, procrastination, confort psychologique), il devient possible d’utiliser ces traits psychologiques pour accélérer la transformation de nos modes de vie. Plus concrètement, l’on peut lister les biais cognitifs générateurs d’inertie en matière écologique et imaginer un « nudge » correspondant qui amènerait les individus vers un choix de consommation durable.

Pour ce faire, l’on peut reprendre la nomenclature de Cass Sunstein sur les catégories de biais cognitifs (Sunstein, 2011) :

1) Les humains ont une tendance à l’inertie et à la procrastination. Cette inertie renvoie à notre propension à accepter le *statu quo* de notre environnement plutôt que de prendre le risque de changer (Sibony et Alemanno, 2015). Nous prenons donc très souvent l’option par défaut qui peut être, le cas échéant, déterminée par la loi.

2) Nous sommes très sensibles à la manière dont l’information nous est présentée. C’est l’impact dit du « framing » (Tversky et Kahneman, 1981). Le choix de l’individu ne dépend pas uniquement de l’information et de son contenu mais aussi de la façon dont ce contenu est présenté et mis en avant. Si le fond reste le même, la forme influe sur la prise de décision.

3) L’humain est influencé par les circonstances sociales. En d’autres termes, les comportements des personnes qui nous entourent formatent en partie notre propre comportement.

4) Nous n’avons pas une bonne capacité à appréhender les probabilités. Face à un choix, les probabilités réelles importent peu, le sentiment prévaut.

Si chacun de ces biais cognitifs pourrait être instrumentalisé à des fins écologiques, nous en retenons deux qui semblent particulièrement propices dans l’optique d’une transformation écologiques des modes de vie : le biais d’inertie (et le levier qui y est attaché : les choix par défaut) et l’influence des normes socialement acceptées dans notre entourage.

Premièrement, les choix ou règles par défaut *(« default rules »*) sont des réglages qui s’appliquent lorsque les individus ne prennent pas d’action concrète pour les changer (Sunstein et Reisch, 2014). Autrement dit, le choix par défaut est celui qui prévaut en cas d’inaction, d’inertie ou de non-choix. Il a été démontré que lorsqu’un choix est réalisé en amont - par les autorités publiques par exemple - très peu d’individus vont produire l’effort de modifier ce qui aura ainsi été établi. Ainsi une telle technique de régulation a des effets tout aussi voire plus importants que les méthodes traditionnelles.

Une série d’exemples est donnée par Cass Sunstein et Lucia Reich (2014) en matière de respect de l’environnement. Ainsi, au sein d’une communauté en Allemagne, plus de 90% des ménages ont opté pour une source d’énergie renouvelable afin d’alimenter leur foyer. Ce taux inhabituellement élevé est le résultat d’une option applicable par défaut en faveur du renouvelable. L’absence presque totale de personnes ayant décidé de « *opt-out* » et de réaliser un choix différent démontre bien la puissance de notre biais en faveur du *statu quo*. Les citoyens ne sont pas suffisamment convaincus pour réaliser le choix eux-mêmes (ce qui implique un investissement en temps et une proactivité). A l’inverse, ils ne sont pas suffisamment contre ce choix décidé par une autorité pour en sortir. D’autres études confirment que le fait de privilégier par défaut l’option verte dans un contrat d'énergie a un impact important sur le choix des utilisateurs du réseau (Pichert & Katsikopoulos, 2008). D’autres exemples peuvent être mentionnés : le fait d’imposer comme option par défaut l’impression recto-verso dans les paramétrages des imprimantes peut permettre de réaliser des économies substantielles de papier (Egebark & Ekström, 2016), de même que réduire la taille des assiettes par défaut dans les hôtels et les restaurants peut réduire le gaspillage alimentaire de 20 % (Kallbekken & Sælen, 2013).

Plusieurs explications à une telle efficacité. Tout d’abord, le choix par défaut implique dans l’esprit de l’agent une suggestion ou une approbation implicite (Sunstein, 2013). Il s’agit en d’autres termes d’une recommandation « soft » et l’individu postule dès lors qu’il ne devrait la rejeter que s’il possède des informations extérieures fiables qui justifierait un tel choix. De plus, l’inertie est un biais cognitif classique comme nous l’avons déjà mentionné : un choix actif implique un effort et donc un coût. En cas de doute ou d’incertitude, le *statu quo* prévaut, on parle alors d’« évitement du choix » (Anderson, 2003). Enfin, la puissance d’un choix par défaut résulte aussi de l’« aversion à la perte » ou « *loss aversion* » en anglais. Ce biais implique que les humains attachent plus d'importance à une perte qu'à un gain du même montant (Tversky et Kahneman, 1991). La perte est évaluée en fonction d’un point de référence qui est en l’occurrence le choix par défaut. Décider de faire un choix différent que celui qui va résulter de notre inaction implique d’accepter de provoquer une « perte » en cas de mauvais choix, ce qui pousse encore une fois à l’inertie.

En conclusion, « well-chosen default rules, attentive to the full set of costs and benefits, are likely to emerge as a significant contributor to efforts to protect human health and the environment – a tool in the regulatory repertoire that is potentially more effective, in many cases, than either information and education or substantial economic incentives » (Sunstein et Reisch, 2014). Malgré l’absence de cout additionnel, le *statu quo* sera préféré et dès lors l’option choisie sera celle déterminée en amont par les pouvoirs publics sans que la liberté des individus ne soit limitée. L’on pourrait ainsi imaginer que l’ensemble des règles supplétives, à savoir les règles qui ne s’appliquent que si les sujets de droit n’ont pas exprimé de volonté et qui viennent suppléer l’absence de volonté exprimée, soient choisies dans le but de mieux protéger l’environnement et de diminuer les comportements polluants.

Deuxièmement, les conventions sociales – et les jugements moraux qui y sont associés – propres à une communauté sont un facteur influent extrêmement puissant dans les comportements adoptés par les individus. Les individus tendent à adopter une forme de mimétisme comportementale tant par paresse intellectuelle (si un comportement est adopté par une majorité, il est présumé bénéfique sans que cela nécessite une analyse rationnelle) que par volonté d’assurer son acceptation sociale. Quelles qu’en soit les raisons, il apparait que le poids de la comparaison est un puissant levier comportemental. En matière de protection de l’environnement, on parle aussi d’« émulation écologique » afin de décrire une « incitation, par effet d'entraînement au sein d'un groupe, à adopter un comportement plus respectueux de l'environnement » (Ministère français de la Transition écologique et Solidaire, 2019).

Les expériences de Asch ont démontré le pouvoir du conformisme (Asch, 1955). La mise en avant des comportements d’autrui peut ainsi pousser à l’action de nombreux individus. Ces derniers auront tendance à suivre ce qui apparait comme la norme sociale dominante dans une communauté socio-historique donnée. De nouvelles conventions sociales émergent lorsque la minorité atteint une masse critique, à savoir la taille nécessaire pour initier un changement social (Centola, Becker, Brackbill et Baronchelli, 2018). Cette taille critique varie en fonction des caractéristiques du champ social mais, fait notable, ne correspond pas à la majorité de la population. En d’autres termes, il n’est pas nécessaire de modifier le comportement de 51% de la population afin de redéfinir les normes sociales en vigueur dans une collectivité mais un chiffre plus faible suffit. Une minorité active peut faire basculer à elle seule la norme sociale.

Ce mimétisme peut être utilisé à des fins écologiques afin d’atteindre plus rapidement le seuil critique de transformation des normes sociales dominantes. Un exemple, déjà mentionné dans le cadre du contexte hôtelier mais réplicable dans la sphère publique, est celui de l’affichage des comportements. Il s’agit simplement de mentionner et de valoriser les comportements vertueux des « voisins » ou membres de la même « communauté », afin de faire du comportement écologique une norme sociale à laquelle l’individu adhère spontanément. Une expérience de ce type a été menée en matière recyclage de déchets dans la ville de LaVerne en Californie (Schultz, 1998). Chaque jour, pendant quatre semaines, une note était placardée à la porte de 120 maisons pour informer chaque foyer du nombre de voisins participant au recyclage des ordures ménagères et de la quantité de matière recyclée que cela représentait. L’impact fut instantané avec une augmentation du volume de recyclage de 19 %. La mise en avant de la norme sociale en vigueur dans le quartier a eu tendance à infléchir certains comportements sans nécessiter de changement majeur dans la législation ou dans l’information des citoyens. En matière d’énergie, une expérience intéressante a ainsi été menée à nouveau en Californie afin de comparer l’efficacité de quatre messages à la teneur différente. Ces messages ont été accrochés aux portes d’entrée du voisinage dans l’optique de favoriser l’utilisation de ventilateurs plutôt que de climatiseurs (Nolan, 2008). La première note insistait sur l’économie significative que pouvait réaliser le foyer sur sa facture d’électricité mensuelle (appelant ainsi à la rationalité des agents économiques). La deuxième note soulignait que ce comportement aurait un impact bénéfique pour l’environnement en évitant un certain nombre de kilogrammes de gaz à effet de serre tous les mois. La troisième note rappelait simplement que l’utilisation du ventilateur était la pratique la plus responsable car plus économe en énergie. Enfin, la quatrième note mettait en avant le comportement du voisinage et le pourcentage élevé de voisins utilisant un ventilateur, statistiques à l’appui, avec la mention « choix le plus populaire au sein de votre communauté ». Ce dernier message eut l’impact le plus significatif sur les comportements des foyers concernés.

Plus généralement, les études montrent l’impact substantiel des comparaisons sociales sur la réduction de la consommation d'énergie (Allcott, 2011) et d'eau (Brent, Cook & Olsen, 2015) par les ménages.

Il faut néanmoins reconnaitre la difficulté d’imposer une mise en œuvre générale de ce type de nudges (Bird, Castleman, Denning, Goodman, Lamberton, Rosinger, 2019)). En effet, la force de cette stratégie repose sur le fait qu’elle met en avant les statistiques de l’entourage proche. Ainsi, en ce qui concerne l’expérience menée sur le recyclage en Californie, les notes étaient manuscrites renforçant ainsi le sentiment de proximité, facteur primordial dans une telle initiative. A l’inverse, une généralisation de cette méthode a l’ensemble de la commune californienne eut des résultats plus contrastés, vérifiant ainsi la règle de psychologie sociale qui veut que les normes sociales soient d’autant plus contraignantes qu’elles concernent des personnes proches (Centre d’analyse stratégique, 2011). Les meilleurs résultats s’observent lorsque la « distance sociale » est faible et à l’inverse l’anonymat déclenche davantage un repli vers un comportement égoïste (Petit, 2013). A ce titre, une application à l’échelon des villes ou villages, eux-mêmes divisés en quartier, serait plus efficaces. De plus, si ces nudges devaient être décidés démocratiquement, suite à une délibération et à une décision jouissant d’une relative publicité, le nudge garderaient-ils leur impact ? En d’autres termes, la connaissance par le destinataire du fait que les chiffres sont faussés ou ont pour objectif de le manipuler, n’annulerait-il pas l’effet sur le comportement ? L’instrumentalisation de la norme sociale semble compliquée à mettre en œuvre dans un cadre démocratique si les contraintes de ce dernier (transparence, délibération, publicité, notamment) sont bel et bien respectées.

**5.** **L’approche comportementale pour résoudre la crise écologique : individualisation d’un enjeu collectif et structurel**

Il nous parait maintenant nécessaire de traiter des limites de l’approche comportementale appliquer à la transition écologique et à un droit qui devrait la favoriser. Nous n’aborderons pas les enjeux éthiques relatifs aux instruments comportementalistes en général et au nudging en particulier (voir Rebonato, 2012 ; Sunstein, 2015). Ces débats nous semblent tout à fait pertinents et doivent avoir lieu. Néanmoins nous estimons que cet angle a fait l’objet de contributions mieux étayées que l’aspect que nous souhaitons aborder.

Nous centrerons notre analyse sur un élément propre à l’approche de l’économie comportementale, à savoir son individualisme méthodologique. Cette méthodologie a pour corolaire direct la responsabilisation de l’individu face aux enjeux écologiques. L’objectif d’un droit de la transition écologique fondé sur l’approche comportementale serait de réorienter les comportements individuels afin de faire émerger des modes de vie plus écologiques. Si l’on accepte la prémisse selon laquelle le désastre écologique provient en grande partie des choix de consommation des individus, nul doute que le nudge aurait une place de choix dans l’arsenal juridique d’un Etat de la transition. Il s’agit en d’autres termes de canaliser nos désirs consuméristes et matérialistes vers des objets « verts ». Ces « besoins » de consommation sout eux-mêmes le fruit d’un matraquage publicitaire constant pour générer une insatisfaction permanente et favoriser la comparaison entre les individus, ressort d’une consommation ostentatoire au sens de Thorstein Veblen (1899). Ainsi, il s’agit en réalité d’opposer à un « nudging » privé issu des entreprises qui souhaitent vendre leurs produits, un « nudging » public qui favorise les critères de durabilité. L’idéal serait alors celui d’une promotion d’un « shopping pour la durabilité » (Seyfang, 2005) ou d’un « consumérisme vert » sans remettre en question la production de « besoins artificiels » par les acteurs capitalistes (Keucheyan, 2019).

Nous discernons trois limites à un tel discours, elles-mêmes intimement liées. Primo, cette approche constitue à notre sens une reprise du discours néolibéral centré sur le transfert d’une responsabilité collective vers une responsabilité individuelle. Secundo, cette approche mènerait selon nous à un affaiblissement et un abandon de la portée émancipatrice de l’écologie politique fondée originellement sur la volonté de favoriser une autonomie individuelle et collective afin de permettre une redéfinition de nos besoins loin des impératifs consuméristes générés par la croissance infinie, elle-même nécessaire au système capitaliste. Tertio, le corollaire de l’individualisation de la problématique écologique est de se concentrer essentiellement sur l’acte de consommation comme geste d’engagement, loin d’une politisation de la contestation écologique.

**5.1 Economie comportementale et néolibéralisme, un tandem compatible**

Si l’individu n’est pas uniquement mu par une quête insatiable tournée vers le profit sur fond de rationalité instrumentale, il n’en reste pas moins que l’économie comportementale n’a pas rompu avec l’héritage néoclassique basé sur l’individualisme méthodologique. En effet, les économistes comportementaux « comprennent le collectif comme l’addition d’une myriade d’actions individuelles, le bienfait présumé apporté par ces interventions devrait gagner l’ensemble des processus de production, d’échange et de financement » (Servet, 2018). L’individu reste la pièce centrale de toute l’analyse des comportementalistes.

Il faut reconnaitre que l’économie comportementale est un corpus théorique assez complexe dans lequel l’individu n’est pas approché comme un atome totalement indépendant puisqu’il est intégré dans un système de valeurs, dans un environnement social et culturel particulier comme nous l’avons expliqué. Cependant, si l’économie comportementale reconnait que les individus s’influencent réciproquement, la société n’est pas perçue comme une totalité qui transcende l’agrégat de ses membres et sur laquelle il est possible d’agir. Par ce « réductionnisme microéconomique » (Durand et Nordman, 2011), l’approche comportementale se limite à proposer des mesures à l’échelle individuelle évacuant les problèmes structurels qui nécessiteraient une mobilisation collective pour y remédier (Tanase, 2015). Dès lors, il s’agit d’adapter les comportements individuels à l’intérieur d’un cadre qui demeure inchangé plutôt que de transformer le cadre lui-même. Le paternalisme libertarien voulu par Sunstein et Thaler à travers le nudging suppose de « réduire à des défaillances dans le prise décision individuelle les problèmes auxquels il tente de remédier » et « tend ainsi à ignorer les contraintes sociales qui pèsent sur les individus et leurs choix, ou à ne pas les prendre en compte que dans la mesure où elles sont susceptibles d’accentuer l’effet des biais comportementaux sur les individus » (Tanase, 2015).

En ce sens, l’économie comportementale pourrait être dite néolibéralo-compatible. L’individu libéral au sens classique, doté d’un total libre arbitre et d’une rationalité absolue, est bel et bien mort. Il avait déjà été condamné par les néolibéraux eux-mêmes lors du Colloque Lippmann, réunion fondatrice de ce courant de pensée (Audier, 2008). Cependant, détruire la figure de l’Homo oeconomicus ne signifie pas automatiquement se départir d’une hypothèse centrale néolibérale : *there is no such thing as society*. Selon l’économie comportementale, le rôle des autorités publiques serait d’assigner et d’orienter les choix et les comportements des individus sans coercition mais en façonnant ses désirs les plus profonds (Salles, 2009). Cette assistance comportementale revient à aider les individus « au sein d’un cadre qui, lui, n’est pas remis en cause, alors que, pourtant, il conditionne le problème qu’il s’agit de résoudre » et plus fondamentalement encore « masque les conditions structurelles et leur dimension politique » (Tanase, 2015). Loin de redonner une capacité d’action politique aux individus afin de les pousser à remettre en question les structures économiques au cœur de l’enjeu écologique, ces derniers sont maintenus dans une posture de passivité. Nous sommes poussés à croire que « the structural problems of an exploitative system is in fact a personal deficiency » (Lukacs, 2017). On retrouve un discours d’ingénierie sociale parfaitement compatible avec le néolibéralisme dont le cœur idéologique repose selon la philosophe Barbara Stiegler sur l’impératif d’adaptation aux contraintes (Stiegler 2019).

Or, sans rentrer dans une analyse complète qui sortirait du cadre de cet article, l’inertie en matière écologique ne s’explique pas uniquement par les difficultés des individus à modifier leurs comportements - auquel cas le « nudging » doit devenir un instrument central pours les autorisés publiques - mais aussi par les structures du capitalisme fossile (Malm, 2016) dont les intérêts vont à l’encontre des velléités de changement. Ainsi, l’approche comportementale, par le prisme individualiste qu’elle implique nous empêche de penser et de modifier les structures économiques et juridiques qui maintiennent à flot les industries polluantes. On le voit deux récits de la crise écologique s’opposent. Selon la première approche, la protection de l'environnement serait avant tout une question de responsabilité individuelle - résultant de choix personnels - et le rôle de l'Etat devrait être de pousser les citoyens à choisir des modes de vie durable. C’est le comportement du consommateur « moyen » qui est visé sans opérer de différenciation entre les classes les plus aisées et les plus précarisées. Ainsi, selon cette logique, c’est le consommateur ordinaire qui est coupable puisque son empreinte écologique individuelle multipliée par la population dans son ensemble produit une consommation de masse destructrice. Ce sont nos cultures de consommation qui sont responsables des maux environnementaux (Assadourian, 2010). L’entrée dans l’Anthropocène serait donc le fruit d’une humanité indistincte qui a basculé dans le consumérisme à cause d’une nature humaine coupable d’une boulimie matérialiste. A ce titre le nudging, pourrait être précieux afin de renverser les normes sociales dominantes vers des modes de vie fondée sur la coopération et la sobriété plutôt que la comparaison et la concurrence.

La deuxième approche affirme que la crise écologique est le résultat d'inégalités flagrantes (le niveau de pollution étant proportionnel au niveau de revenu Chancel & Piketty, 2015) et l'inexorable course à la croissance du capitalisme (Angus, 2016). Le basculement dans une société qui sape les conditions matérielles de sa propre survie n’est pas le fruit d’une masse indistincte d’individus, mais de révolutions industrielles, de dynamiques de classes, de choix politiques et économiques, de mise en place d’un marché mondial, de (néo)colonialisme tels que l’ont démontré Christophe Bonneuil et Jean-Baptiste Fressoz (2013). Ces dernières affirmations devraient être évaluées, nuancées et développées davantage. Cependant, elles partagent une position commune : la question écologique a des dimensions politiques profondes et nécessite une réponse collective. En suivant ce raisonnement, l'approche comportementale reste insuffisante car la responsabilité de l'Etat devrait être de conduire cette transformation écologique, en veillant au respect des écosystèmes naturels, en limitant les activités polluantes et en soutenant un développement économique alternatif. polluantes et en soutenant un développement économique alternatif.

**5.2 L’individualisme méthodologique : l’impasse du discours écologiste**

Il serait dangereux pour les mouvements écologistes d’adopter le langage de l’économie comportementale. En effet, cette logique individualiste appliquée à la problématique écologique vide la portée émancipatrice de de l’écologie politique, initialement centrée sur une volonté d’accroitre l’autonomie individuelle et collective au-delà des structures capitalistes de la société industrielle (Gorz, 1977 ; Illich, 1973).

Par contraste, une approche centrée sur les petits gestes du quotidien a pris de l’ampleur au sein des organisations environnementales phares durant les années 1980. Michael Maniates estime que le déplacement d’une responsabilité collective vers une responsabilité individuelle face aux enjeux environnementaux a pris place aux Etats-Unis lors de l’arrivée au pouvoir de Ronald Reagan et sa doctrine néolibérale (Maniates, 2001). Dans ce contexte, la mondialisation libérale et le respect des mécanismes du marché deviennent des données exogènes qui sortent du champ de la contestation des mouvements écologistes. Les environnementalistes se sont alors dépolitisés pour favoriser des stratégies « *win-win* », entre entreprises et environnement, des scénarios sans contraintes et sans conflits sociaux. Dans un monde ou les valeurs morales sont privatisées, la justice sociale et environnementale peut être poursuivie grâce au marché au travers d’une consommation verte qui réduit les problèmes sociétaux à des choix de consommations (Wilk, 2013). C’est ce que Naomi Klein (2014) dénonce comme la « fusion désastreuse » entre le « Big Business » et le « Big Green ».

Dans la même lignée, à suivre une approche purement comportementale, une transition sans lutte apparait possible, par la force combinée de l’innovation technologique et les choix des consommateurs réorientés grâce aux coups de pouce gouvernementaux. Cette analyse ne permet pas de cibler les « insoutenables inégalités » (Chancel, 2017) au cœur des dégradations écologiques. En effet, les rapports entre groupes sociaux et leurs conflits d’intérêts sont complètement absents de l’analyse (Servet, 2015). Si le mimétisme et l’imitation sont prises en compte, la domination et l’exploitation sont des concepts absents du cadre analytique comportementale. Les consommateurs sont approchés comme une masse indistincte qui doit être guidée par des autorités sans pris en compte des rapports de domination qui existent entre les divers groupes sociaux. Dès lors, il devient impossible de maintenir une perspective qui se veut tout la fois écologique et émancipatrice, au sens du renforcement de l’autonomie individuelle et collective classes précaires face aux rapports de domination. Ceci découle logiquement du cadre analytique comportemental fondé sur l’individualisme méthodologique. En effet, comme le soulève Machiael Maniates « when responsibility for environmental problems is individualized, there is little room to ponder institutions, the nature and exercise of political power, or ways of collectively change changing the distribution of power and influence in society » (Maniates, 2001).

Ce phénomène n’est pas nouveau : « pour expliquer le dépassement des limites écologiques, il y a toujours eu dans la société capitaliste une tendance à tout condamner en dehors du système économique lui-même » (Foster, Clark, et York, 2011). Il s’agit de réussir la transition écologique sans modification profonde dans la répartition des richesses et du pouvoir, dans l’organisation de la gouvernance économique, dans notre rapport aux autres et à la nature. Opérer une révolution comportementale permet de modifier nos logiciels sans toucher réellement au « *business as usual* ». C’est un des arguments de Cass Sunstein en faveur des choix par défaut « verts » présentés précédemment : nul besoin d’une réglementation « agressive » (une interdiction par exemple) si l’on peut faire autrement au motif du fait qu’il vaut toujours mieux prendre la décision qui impacte le moins le marché, la liberté des acteurs et dont l’analyse cout-bénéfice est la plus positive (Sunstein et Reisch, 2014).

**5.3 Une analyse du changement social par le prisme de la consommation**

Le corollaire de l’individualisme méthodologique de l’économie comportementale est de se concentrer sur l’acte de consommation comme levier principal de changement social. En effet, il est évident que l’objectif n’est pas de favoriser le participation politique des individus mais de transformer leurs modes de vie par des modifications subtiles de leur environnement. En ce sens, les individus sont maintenus dans une position passive qui ne permet pas la mise en place de système de production et de consommation alternatif à l’échange marchand puisque par définition ce type d’engagement requiert une conscience politique et écologique. Ainsi, d’une part l’enjeu écologique est compris comme résultant de l’addition de choix individuels indépendamment des structures qui restent masqués et d’autre part les individus sont avant tout pensés comme des consommateurs plutôt que comme des citoyens.

Une fois encore, ce consumérisme vert est attirant puisqu’il offre la promesse d’une solution écologique qui ne menace pas le statut quo commercial et politique (Quigey et Stokes, 2015). En sibylline, le déplacement des habitudes de consommation, la citoyenneté écologique par nos actes d’achats quotidiens nous donne un horizon clair : une croissance verte permise par des consommateurs nudgés et qui auront forcé les producteurs à réorienter leur production vers des produits plus durables ou des procédés plus efficients. Le changement systémique n’est pas nécessaire ou alors il adviendra de l’agrégat de toutes ces transformations individuelles dans nos actes de consommation. Une masse critique de consommateurs bien accompagnés par un Etat comportementaliste pourrait au travers du prisme du marché mettre une pression sur les producteurs vers des procédés plus écologiques : « the intention is not to change the system, but to modify the production processes and the products that are consumed » (Akenji, 2014). Cet idéal postule qu’il devient possible pour les consommateurs « to undertake the function of maintaining economic growth while simultaneously, even if contradictorily, bearing the burden to drive the system towards sustainability» (ibid.).

Cette approche est réductrice sur plusieurs plans.

Tout d’abord, l’on se ne penche que sur l’acte d’achat, en bout de chaine économique. L’on ne se préoccupe pas de la chaine de production, des investissements et du capital accumulé. Or, « négliger ainsi l’impact des investisseurs sur l’environnement, c’est exclure la force motrice de l’économie capitaliste » (Foster, Clark, et York, 2011). Les économistes orthodoxes postulent généralement l’existence dans la société moderne d’une « souveraineté du consommateur », à savoir l’idée selon laquelle toutes les décisions économiques sont gouvernées par la demande des consommateurs, qui sont donc tenus pour responsables de l’orientation générale de l’économie. Les consommateurs sont le moteur du changement puisqu’ils contrôlent la demande et dès lors la transition écologique « exigera d’orienter les attitudes du consommateur vers une demande plus qualitative que quantitative, gourmande en ressources » (Krantz, 2010). L’économie comportementale reconnait la malléabilité du consommateur, loin d’être dépeint comme un individu souverain, libre et rationnel. Cependant, le discours reste de modifier sa consommation plutôt que de le faire recouvrir une vraie autonomie et une capacité d’organisation politique. En ce sens, l’approche comportementale empêche d’explorer « la relation dialectique nécessaire entre la production et la consommation » (Foster, Clark, et York, 2011).

En outre, agir sur la consommation des individus à leur insu ne permet pas une participation politique, condition nécessaire à un réel changement de paradigme dans nos modèles de production. Il ne s’agit pas de nier le potentiel des modes alternatifs de consommation pour favoriser une transition écologique. Les choix de consommation peuvent le cas échant être prescripteur d’une production plus durable et favoriser le cas échant l’émergence de circuits économiques alternatifs. Cependant, un tel potentiel transformateur ne peut provenir d’un engagement purement individuel et résulte d’une capacité à s’organiser collectivement. Les pratiques, expérimentations et apprentissages de modèles alternatifs se vivent généralement en groupe au sein de collectifs citoyens. Ainsi le consommateur devient coopérateur. Il ne s’agit donc pas de critiquer ce type d’engagements comme étant simplement le fruit d’un individualisme exacerbé et d’une dépolitisation néfaste. Cependant, pour que la consommation durable ne se réduise pas à des actes d’achats d’objets verts mais débouche sur l’émergence de collectifs capables de proposer des modèles d’échanges alternatifs, il est nécessaire que les individus s’engagent activement dans leur mise en œuvre. Cette proactivité ne peut à notre sens être le fruit du « nudging », qui maintient l’individu visé dans une posture passive mais d’une réelle prise de conscience qui peut alors déboucher sur une organisation collective. Si l’acte de consommation individuelle est généralement le fruit de notre système 1 fondé sur nos automatismes au sens de Daniel Kahneman, et qu’il peut dès lors être modifié par le nudging, l’organisation de nouveaux modes de consommation relève selon nous d’une mobilisation du système 2 fondée sur la réflexion et sur une prise de position politique sur lesquels le nudging est inopérant.

**Conclusion**

En conclusion, l’économie comportementale nous donne des clés de compréhension essentielles afin de mieux cerner les comportements des individus qui, bien souvent, ne sont pas mus par leur unique rationalité mais aussi par leurs émotions, leur environnement ainsi que les normes sociales et morales. Ces clés doivent être prises en considération par le droit dans un souci d’effectivité afin de permettre l’utilisation d’instruments en phase avec la complexité des processus décisionnels dans le chef des destinataires de la norme. Ceci est particulièrement vrai dans le cadre d’une transition écologique où les dissonances cognitives sont légion. L’écart est grand entre les convictions des individus fondées sur leur savoir et leurs comportements quotidiens. Cependant, si les solutions proposées par l’économie comportementale sont peu couteuses et efficaces à certains égards, il nous semble que cette école ne permet pas de formuler des réponses à la hauteur des enjeux.

Tout d’abord, l’angle mort principal de ce courant reste le changement de structure : « faute de vouloir ou de penser possible un changement des institutions et des rapports de pouvoir, de domination et d’exploitation, et à défaut d’une réussite des politiques macro-économiques et des grands projets, les nouveaux comportementalistes proposent, dans ce but, d’adapter les individus » (Servet, 2018). Au moment où nous aurions le plus besoin d’un sursaut collectif sans précédent, l’idéologie de la responsabilisation de l’individu nous barre la route vers des voies plus radicales. L’individualisation de l’enjeu écologique implique d’isoler la population des leçons politiques passées et des luttes collectives pour le changement social tout en renforçant le mythe corrosif de l’incapacité des sociétés humaines à agir ensemble (Maniates, 2001). Autrement dit : le néolibéralisme nous a formatés à réagir au changement climatique et aux diverses menaces écologiques en tant qu’individu et non en tant que communauté (Lukcs, 2017).

De plus, une transformation écologique devra passer par des actions collectives fondées sur la réappropriation des enjeux démocratiques et économiques et par des individus critiques des conceptions dominantes héritées de la société de croissance consumériste. Une simple réorientation de la consommation privée vers des produits verts ne répond pas à ce besoin de transformation radicale. L’Etat « nudgeur » ne cherche pas à renforcer l’autonomie individuelle et collective par le renforcement du capital social, par la mise en œuvre de nouvelles formes de démocraties, et par la co-construction de définitions inédites du bien-être, du succès et du progrès. Il se contente de guider par son action centralisée les comportements responsables (ou jugés comme tels par les autorités) sans tenter de modifier profondément les motivations intrinsèques des acteurs. L’État partenaire encourage l’autonomie et la réflexivité sociale afin de permettre le renversement des normes dominantes fondées sur la consommation comme affirmation du statut social. A l’inverse, l’Etat « nudgeur » ne permet par l’auto-détermination, la créativité, et la citoyenneté. L’individu est maintenu dans un rôle de consommateur, passif et étranger à sa propre existence.

Le nudging doit-il pour autant être complètement oublié et même combattu ? Nous préférons rester prudent tant la complexité des problématiques actuelles nécessite une pluralité de solutions. Il ne s’agit pas de condamner purement et simplement cette méthode mais il ne peut s’agir selon nous que d’un simple complément et en aucun cas d’une alternative sérieuse à des changements institutionnels plus profonds. Les instruments inspirés de l’économie comportementale pourraient être combinés à d’autres mesures, les approches n’étant pas mutuellement exclusives. Dans une certaine mesure, la révolution comportementale correspond à l’hypothèse de cet ouvrage qui postule que l’Etat doit être repensé afin d’habiliter – plutôt que d’imposer - les comportements vertueux. En ce sens, une des facettes de l’Etat partenaire pourrait se fonder sur des instruments comportementaux. Le nudging pourrait être un des outils de l’action publique afin de créer les conditions d’émergence de la transition écologique. Cependant, l’Etat de la transition écologique ne peut pas être uniquement un Etat « nudgeur ». En ce sens, nous affirmons l’insuffisance de l’approche comportementale et les instruments qui en sont issus ne peuvent pas devenir l’unique horizon écologique. En effet, dans la perspective comportementale, l’Etat se contente de provoquer une consommation responsable mais non réflexive afin de pousser les acteurs du marché à s’adapter. Il ne s’agit en aucun cas de permettre la mise en œuvre d’innovations sociales et économiques par l’expérimentation ni d’envisager un réforme systémique profonde.

Si l’Homo oeconomicus ne correspond pas à la réalité et, en toute hypothèse ne permet pas la transition écologique qui nécessite de dépasser nos égoïsmes, si l’Homo confusus dépeint par l’économie comportementale, même « nudgé », se maintient dans une perspective individualiste, quel est l’Homo que nous appelons de nos vœux ?

Il s’avère nécessaire de retrouver un Homo politicus, certes capable de cohérence dans ses actes mais aussi de soulèvements de plus grande ampleur. La transition ne peut se concevoir dans la bulle privée mais comme un mouvement politique aux revendications claires quant aux changements systémiques attendus, quitte à les provoquer. Une approche plus diversifiée dans l’articulation individu-collectif s’avère nécessaire afin de sortir du « consommateur bouc-émissaire » (Akenji, 2014) et afin de reconnaitre le rôle essentiel des infrastructures physiques et sociales dans nos comportements.

Il semble les solutions qui auraient notre préférence ne seront pas le fruit unique de l’économie comportementale et de son outil phare du nudging. Il s’agit de confronter la logique interne au capital, à savoir son expansion constante. Or ce passage d’une économie quantitative à une économie qualitative nécessite un bouleversement profond bien plus important que la rupture proposée par l’économie comportementale. Cet ouvrage propose une piste plus ambitieuse et authentique qui dépasse le capitalisme vert fondé sur la consommation responsable pour favoriser l’innovation sociale et l’implication politique. Nous devons favoriser un engagement qui s’étend bien au-delà de la consommation verte et qui touche à une véritable citoyenneté écologique et sociale (Guckian, De Young et Harbo, 2017). Alors que l’effondrement civilisationnel est annoncé (Servigne et Stevens, 2015), nous devons permettre à l’imprévisibilité propre au politique de déjouer toutes les prévisions les plus sombres.

**Références**

Akenji, L., « Consumer scapegoatism and limtis to green consumerism », *Journal of Cleaner Production*, 63, 2014.

Akerlof, K., Kennedy, C., « Nudging toward a healthy natural environmental. How behavioral change research can inform conservation », Gordon and Betty Moore Foundation, California, 2013.

Alemanno, A., Helleringer, G., Sibony, A.-L., « Brève introduction à l’analyse comportementale du droit », *Recueil Dalloz*, 28 avril 2016, n°16.

Allcott, H., « Social norms and energy conservation », *Journal of Public Economics*, Vol. 95, Issues 9–10, 2011.

Anderson, C. J., « The Psychology of Doing Nothing: Forms of Decision Avoidance Result From Reason and Emotion », *Psychological Bulletin*, Vol. 129, No. 1, 2003.

Angus, I., *Facing the Anthropocene: Fossil Capitalism and the Crisis of the Earth System*, New York, Monthly Review Foundation, 2016.

Ariely, D., *Predictably Irrational: The Hidden Forces That Shape Our Decisions,*HarperCollins, 2008.

Arnsperger, C., « Critique existentielle de la croissance économique. Eléments pour une « transition anthropologique », *R.I.E.J.,* 2016/2, Vol. 77.

Asch, S., « Opinions and Social Pressure », *Scientific American,* vol. 193, n°5,‎ 1955.

Assadourian, E., « The Rise and Fall of Consumer Cultures », *Worldwatch Institute, State of the World*, 2010.

Audier, S., « Le Colloque Lippmann. Aux origines du néo-libéralisme », *Le Bord de l’EAU*, 2008.

Bailleux, A., et Ost, F., « Six hypothèses à l’épreuve du paradigme croissanciel », *R.I.E.J*., 2016/77.

Barnosky, A. D., et al., « Approaching a state shift in Earth’s biosphere », *Nature,* 2012.

Bird, K. A., Castleman, B. L., Denning, J. T., Goodman, J., Lamberton, C., Rosinger, K. O., “Nudging at Scale: Experimental Evidence from FAFSA Completion Campaigns”, NBER Working Paper No. 26158, August 2019.

Bonneuil, C., Fressoz*,* J.-B., *L’événement Anthropocène. La Terre, l’histoire et nous*, Paris, Editions du Seuil, 2013.

Boyd, D. R., *The Rights of Nature: A Legal Revolution That Could Save the World,* Toronto,ECW Press, 2017.

Brent, D. A., Cook, J. H. et Olsen, S., « Social comparisons, household water use, and participation in utility conservation programs: evidence from three randomized trials », *Journal of the Association of Environmental and Resource Economists*, Vol.2, n°4, 2015.

Cabantous, L., et Hilton, D., « Économie et psychologie », in *Economie et cognition*, B. Walliser (dir.), Editions Ophrys / Maison des Science de l'Homme, 2008.

Capocci, H., « Les ambiguïtés de la responsabilité individuelle », Entraide et Fraternité, Avril 2015.

Cartwright, E., *Behavioral Economics*, London, Routledge, 2018.

Centola, D., Becker, J., Brackbill, D., Baronchelli, A., « Experimental evidence for tipping points in social convention », *Science*, 360, 1116-1119 (2018)

Chancel, L., Piketty, T., *Carbon and inequality: from Kyoto to Paris - Trends in the global inequality of carbon emissions (1998-2013) & prospects for an equitable adaptation,* 2015, disponible sur : <http://piketty.pse.ens.fr/files/ChancelPiketty2015.pdf>.

Chancel, L., *Insoutenables inégalités. Pour une justice sociale et environnementale,* Paris, Les Petits Matins, 2017.

Colin-Jaeger, N., « L’Anthropologie politique d’Adam Smith »,in *Consecutio Rerum : rivista critica della postmodernità*, Roberto Finelli & Francesco Toto (dir.), 2016.

Courbet, D., Benoit, D., « Neurosciences au service de la communication commerciale : manipulation et éthique. Une critique du neuromarketing », *Études de communication*, 40, 2013.

Deffains, B., et Ferey, S., « Economie comportementale du droit : quelle place pour la neuroéconomie ? », *Economie et Institutions*, n°16 – 1er semestre 2011.

Durand, C., et Nordman, C., « Misère de l’économie du développement », *Revue des Livres*, n°1, septembre-octobre 2011.

Egebark, J. et Ekström, M., « Can indifference make the world greener? », *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.76, 2016.

Evans-Pritchard, B., « Aiming To Reduce CleaningCosts », *Works That Work*, n°1, 2013, <https://worksthatwork.com/1/urinal-fly>.

Festinger, L., *A theory of cognitive dissonance*, Stanford, Standford University Press, 1962.

Forman-Barzilai, F., *Adam Smith and the Circles of Sympathy: Cosmopolitanism and Moral Theory*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010.

Foster, J.B, *Ecology Against Capitalism*, New York, Monthly Review Press 2002.

Foster, J.B, Clark, B., et York, R., « L’écologie de la consommation », *Ecologie & Politique*, 2011/3, n°43.

Flückiger, A., « Gouverner par des « coups de pouce » (nudges) : instrumentaliser nos biais cognitifs au lieu de légiférer ? », *Les Cahiers de Droit,* vol.59, n°1, mars 2018.

Friedman, M., « The Methodology of Positive Economics », in *Essays In Positive Economics*, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1966.

Geier, A., Wansink, B., et Rozin, P., « Red Potato Chips: Segmentation Cues Can Substantially Decrease Food Intake », *Health Psychology,* Vol. 31, n°3,2012.

Gollier, C., Hilton, D., et Raufaste, E., « Daniel Kahneman et l’analyse de la décision face au risque », *Revue d'économie politique*, Vol. 113, 2003/3.

Gorz, A., *Ecologie et liberté*, Galilée, 1977.

Griffin, A. «15.000 scientists give catastrophic warning about the fate of the world in new ‘letter to humanity’», *The Independent*, November 2017, disponible sur : <https://www.independent.co.uk/environment/letter-to-humanity-warning-climate-change-global-warming-scientists-union-concerned-a8052481.html>.

Guckian, M., De Young, R., Harbo, S., « Beyond Green Consumerism: Uncovering the Motivations of Green Citizenship », *Michigan Journal of Sustainability,* Vol. 5, Issue 1, 2017.

Illich, I*., La convivialité*, Paris, Seuil, 1973.

Jackson, T., *Prosperity without Growth – Foundations for the Economy of Tomorrow*, London, Routledge, 2017.

Jolls, C., Sunstein, C. R., Thaler, R., « A Behavioral Approach to Law and Economics», *Stanford Law Review*, Vol. 50, 1998.

Jolls, C., et Sunstein, C.R., « Debiasing through Law », *Journal of Legal Studies*, Vol.35, 2006.

Jorland, G. « Le problème Adam Smith », *Annales*, Vol. 39 , Issue 4 , 1984.

Joule, R.-V., et Beauvois*,* J.-L., *La soumission librement consentie : comment amener les gens à faire libremment ce qu’ils doivent faire ?*, 5ème éd. , Paris, Presses universitaires de France, 2006.

Kahneman, D. *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 2011.

Kallbekken, S., et Sælen, H., « “Nudging” hotel guests to reduce food waste as a win– win environmental measure», *Economics Letters*, Vol.119, n°3, 2013.

Kempf, H., *Comment les riches détruisent la planète*, Paris, Seuil, 2007.

Keucheyan, R., *Les besoins artificiels. Comment sortir du consumérisme*, Paris, Zones, 2019.

Klein, N., *This Changes Everything*, London, Penguin Books, 2014.

Krantz, R., « A New Vision of Sustainable Consumption: The Business Challenge »*, Journal of Industrial Ecology*, vol. 14, n°1, 2010.

Leiserowitz, A., et. al, « Climate Change in the American Mind »*, Yale Program on Climate Change Communication*, 2018, disponible sur: <https://climatecommunication.yale.edu/wp-content/uploads/2019/01/Climate-Change-American-Mind-December-2018.pdf>.

Lukacs, M., “Neoliberalism has conned us into fighting climate change as individuals”, 17th July 2017, disponible sur : <https://www.theguardian.com/environment/true-north/2017/jul/17/neoliberalism-has-conned-us-into-fighting-climate-change-as-individuals>

Malm, A., *Fossil Capital The Rise of Steam Power and the Roots of Global Warming*, Brooklyn, Verso, 2016.

Maniates, M., « Individualization : Plant a Tree, Buy a Bike, Save the World ? », in *Confronting Consumption*, Thomas Princen, Michael Maniates (ed.), Ken Conca, Cambridge, MIT Press, 2001.

Marouby, C., *L’économie de la nature. Essai sur Adam Smith et l’anthropologie de la croissance*, Paris, Seuil, 2004.

Marx, K., *The Poverty of Philosophy*, International Publishers, New York, 1963.

Meadows, D., et al., *The limits to growth,* New York, Universe books, 1972.

Moller, M. K., « Sympathy, Community, and Promising: Adam Smith’s Case for Reviving Moral Consideration », *University of Chicago Law Review*, Vol. 66 : Issue 1, 1999.

Moore, J., Capitalism in the Web of Life -Ecology and the Accumulation of Capital, London, Verso, 2015.

Naess, A., *Ecology, community, and lifestyle : Outline of an Ecosophy*, Cambridge, Cambridge University Press, 1989.

Nolan, N. et al. « Normative social influence is underdetected », *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 34, 2008.

Orléan, A., « Le tournant cognitif en économie », *Revue d'économie politique*, 112(5), 2002.

Petit, E., « L’économie du comportement et la théorie du care. Les enjeux d’une filiation », *Revue du MAUSS,* 2013/1, n°41.

Pichert, D. et Katsikopoulos, K., « Green defaults: Information presentation and pro-environmental behaviour », *Journal of Environmental Psychology,* Vol. 28, Issue 1, 2008.

Pleyers, G., « Les jeunes alter-activistes: altermondialisme, indignés et transition écologique », *L’engagement des jeunes*, V. Becquet, Paris, Syllepse, 2014.

Posner, « Social Norms and the Law: An Economic Approach », *The American Economic Review*, Vol. 87, No. 2, 1997), pp. 365-369.

Quigey, M., et Stokes, E., « Nudging and Evidence Based Policy in Europe: Problems of Normative Legitmicacy and Effectiveness », in *Nudge and the Law, A European Perspective*, A.-L. Sibony et A. Alemanno (ed.), Oxford, Hart Publishing, 2015.

Rankin,D. J., « The social side of Homo economicus», *Trends in Ecology & Evolution*, Vol.26, n°1, 2011.

Rebonato, R., *Taking Liberties: A Critical Examination of Libertarian Paternalism,* Palgrave Macmillan, 2012.

Renvoise, P, *Neuromarketing: Understanding the Buy Buttons in Your Customer's Brain*, Nashville, Thomas Nelson Inc, 2007.

Salles, D. « Environnement : La gouvernance par la responsabilité ? », *[VertigO] La revue électronique en sciences de* *l’environnement*, 2009.

Schmidt, C., « Quelques points de rencontre entre économistes et psychologues », *Presses de Sciences Po, Revue économique*, 2006/2, Vol.57.

Schor, J.-B., *Plenitude*, New York, Penguin Books, 2010.

Schultz, P. W., « Changing behavior with normative feedback interventions: A field experiment on curbside recycling », *Basic and Applied Social Psychology*, vol. 21(1), 1998.

Servet, J.-M., « L’économisme rampant de la « nouvelle » économie comportementale. Une lecture critique du World Development Report 2015 de la Banque Mondiale », Novembre 2015, Institut Veblen.

Servet, J.-M., *L’économie comportementale en question*, Paris, Charles Léopold Mayer, 2018.

Servigne, P. et Stevens, R., *Comment tout peut s’effondrer ? Petit manuel de collapsologie à l’usage des générations présentes*, Paris, Seuil, 2015.

Seyfang, G., « Shopping for Sustainability : Can Sustainable Consumption Promote Ecological Citizenship?”, 14 (2), 2005, *Environmental Politics*.

Sibony A.-L., et Alemanno, A., « The Emergence of Behavioural Policy-Making: A European Perspective », in *Nudge and the Law, A European Perspective*, A.-L. Sibony et A. Alemanno (ed.), Oxford, Hart Publishing, 2015.

Simon, H. A., « Models of Bounded Rationality », in *Economic Analysis and Public Policy*, Cambridge, MIT Press, 1982.

Simon, H.A., «A Behavioral Model of Rational Choice », *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 69, No. 1. 1955.

Stiegler, B., *Il faut s'adapter. Sur un nouvel impératif politique*, Paris, Gallimard, 2019.

Sunstein, C. R., *Behavioural Law & Economics*, Cambridge, Cambridge University Press, 2000.

Sunstein, C.R., « Empirically Informed Regulation », *University of Chicago Law Review*, Vol. 78, n° 4, 2011.

Sunstein, C. R., « Deciding By Default », 162, *U. PA. Law Review*., Vol.1, 2013.

Sunstein, C. R., Reisch, L. A., « Automatically Green: Behavioral Economics and Environmental Protection », *Harvard Environmental Law Review*, Vol. 38, n°1, 2014.

Sunstein, C., « The Ethics of Nudging », *Yale Journal on Regulation,* Volume 32, Issue 2, 2015.

Tanase, A., « Les Nudges : enjeux, applications et limites du paternalisme libertarien », Congrès AFSP Aix 2015.

Thaler, R., « Toward a Positive Theory of Consumer Choice », *Journal of Economic Behavior and Organization,* Vol. l, 1980.

Thaler, R., et Sunstein, C.R., « Libertarian Paternalism », *American Economic Review*, Vol.93, n°2, 2003.

Thaler, R., et Sunstein, C.R., *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*, New Haven, Yale University Press, 2008.

Tversky, A., et Kahneman, D., « Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases», *Science*, , Vol. 185, n°4157, 1974.

Tversky, A., et Kahneman, D., « The Framing of Decisions and The Psychology of Choice », *Science*, Vol. 211, Issue 4481, 1981.

Tversky, A., et Kahneman, D ., « Loss Aversion in Riskless Choice: A Reference Dependent Model », *Quarterly Journal of Economic,* Vol. 106, n°4, 1991, pp.1039-1061

Veblen, T., *The Theory of the Leisure Class*, New York, Oxford University Press, 1899.

Wilk, R., “Green Consumerism Is No Solution”, 14 Juin 2013, disponible sur : <https://www.huffingtonpost.com/american-anthropological-association/green-consumerism-is-no-solution_b_3437457.html>.

Zamir, E., et Teichman, D., *Behavioral Law and Economics*, New York, Oxford University Press, 2018.

Centre d’analyse stratégique, « Nudges verts : de nouvelles incitations pour des comportements écologiques », Note d’analyse n° 216 - mars 2011, disponible sur : <http://archives.strategie.gouv.fr/cas/system/files/2011-03-09-na-216-nudgesverts_0.pdf>

BIO Intelligence Service, « Policies to encourage sustainable consumption, Final report prepared for European Commission (DG ENV) », 2012.

Unilever, « Inspiring Sustainable Living : Expert Insights into Consumer Behaviour and Unilever’s Five Levers for Change », disponible sur : [www.unilever.com/Images/slp\_5-Levels-for-Change\_tcm13-387353\_tcm224-409796.pdf](http://www.unilever.com/Images/slp_5-Levels-for-Change_tcm13-387353_tcm224-409796.pdf).

La Fabrique Ecologique, « L’incitation aux comportements écologiques. Les nudges, un nouvel outil des politiques publiques », *Futuribes International*, Janvier 2016, Note n°12.

Ministère français de la Transition écologique et Solidaire, Les nudges verts, 7 février 2019, disponible sur : <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/nudges-verts>.