

# Quand et pourquoi les incitations économiques (ne) permettent (pas) de modifier le comportement des agents

Et voilà, c'est la rentrée ! Le Captain' a réenfilé hier après-midi son costume de super-héros (enfin une veste quoi !) afin d'enseigner l'économie à une armée de nouveaux étudiants assoiffés (de connaissance... bien sûr). Et comme chaque année, après une introduction classique "blablabla l'économie c'est cool", le cours commence sur les "10 Principes de l'Economie" issus de l'ouvrage "Economics" de Mankiw et Taylor. Et là arrive le quatrième principe : "les agents économiques répondent aux incitations". En économie, une "incitation" ("incentives" in english) est une mesure mise en place dans l'objectif d'encourager des agents économiques à agir d'une certaine façon. Par exemple, si un gouvernement veut lutter contre le réchauffement climatique, il peut imposer une forte taxe sur l'essence afin d'inciter les agents à acheter des voitures à faible consommation ou à utiliser davantage les transports en commun. Mais le problème avec les incitations, principalement les incitations monétaires, c'est que le résultat final peut-être totalement à l'opposé de ce qui avait été anticipé. Partons donc sur quelques exemples afin d'introduire par la suite certains notions théoriques, en se basant essentiellement sur l'excellent papier "When and Why Incentives (Don't) Work to Modify Behavior" (Journal of Economics Perspectives, 2011).

Supposons que vous dirigiez une crèche, et que chaque jour, de très nombreux parents arrivent en retard pour récupérer leurs enfants. Pour résoudre ce problème, vous décidez, après grande réflexion, d'imposer une amende d'un euro toutes les 10 minutes aux parents en retard ! Mais est-ce vraiment une bonne idée ?

En 1998, deux économistes, Uri Gneezy et Aldo Rustichini, ont justement réalisé une étude empirique à ce sujet dans 10 crèches de la région d'Haifa en Israël (source : "A Fine is a Price"). Sur une durée de 20 semaines, Gneezy et Rustichini ont analysé le nombre de parents en retard dans chacune des crèches, en instaurant dans 6 crèches une amende à partir de la quatrième semaine pour pénaliser les parents en retard (les 4 autres crèches servant de "groupe de contrôle"... un peu sur le même principe qu'en médecine où un groupe reçoit un traitement et l'autre groupe un placebo). Et le résultat est flagrant : dans les 6 crèches où une amende a été mise en place, le nombre de parents en retard a ... doublé ! En voulant améliorer la ponctualité des parents, la mise en place d'une pénalité financière a au contraire eu l'effet inverse. Mais pourquoi ?

Sans rentrer trop en détail dans la théorie, Gneezy et Rustichini justifient cette réaction (1) par le passage d'une situation de contrat incomplet à une situation de contrat complet, et (2) par la prise en compte des interactions sociales entre les agents. Lorsqu'il n'y a pas d'amende, pourquoi arrivez-vous à l'heure pour récupérer votre mioche à la crèche? Si vous êtes parfaitement rationnel (et égoïste), vous arrivez à l'heure principalement car vous ne connaissez pas exactement les conséquences d'un trop grand nombre de retards (contrat incomplet), et vous avez donc peur que votre enfant soit exclu de la crèche ou bien que vos prochains enfants ne soient pas acceptés à cause de vos retards. Mais à partir du moment où une amende est mise en place, le contrat devient complet : si vous êtes en retard, vous payez une amende, mais le risque que votre enfant se retrouve dans la rue disparaît totalement. Dans ce cas, et bien évidemment sauf si l'amende est extrêmement élevée, vous allez avoir tendance à pas mal abuser du retard en vous disant "je maîtrise parfaitement les coûts et les bénéfices de mes choix, il n'y a plus d'incertitude, donc j'optimise rationnellement ma situation personnelle".

Une autre explication possible (ou complémentaire) concerne la norme sociale : lorsque vous arrivez en retard trop fréquemment, vous avez tendance à passer pour un père / une mère indigne auprès des autres parents et des employés de la crèche. Résultat, comme vous voulez faire genre que vous êtes tout de même un parent pas trop nul, vous arrivez à peu près à l'heure. Lorsqu'une amende est mise en place, la pression sociale et le sentiment de culpabilité tendent donc à disparaître : vous payez alors simplement pour un service supplémentaire de garderie.

Les incitations monétaires ont donc deux effets : un effet "prix" direct, ayant tendance à rendre l'activité proposée plus intéressante (arriver à l'heure à la crèche, acheter une voiture à faible consommation) et un effet psychologique indirect, qui peut avoir justement tendance à entraîner un résultat final très différent des attentes, avec ce que l'on appelle un "effet d'éviction". Citons par exemple les travaux de Titmuss (1970) montrant que la rémunération du don de sang peut entraîner une baisse du nombre de donateurs, en transformant une contribution volontaire, entraînant une amélioration de l'estime de soi et de son image envers les autres, en une simple transaction économique avec récompense monétaire. Ou bien encore les travaux de Gneezy et Rustichini (encore eux) montrant que les étudiants faisant du porte à porte pour récolter de l'argent pour des oeuvres de charité sont davantage motivés lorsqu'ils sont bénévoles que lorsqu'ils sont payés (au lance-pierre), en résumant cela sous la formulation "Pay enough - or don't pay at all."

Malgré la fameuse citation "c'est la monnaie qui dirige le monde" des Neg' Marrons, grands poètes de la fin du XXème siècle, il est donc nécessaire de considérer les changements de motivations extrinsèques (hors monétaire) et intrinsèques pour comprendre les conséquences possibles, à court-terme et à long-terme, de la mise en place d'une incitation monétaire ayant pour objectif de modifier le comportement d'un agent. Bon, c'est un peu mieux dit par ici :

"Our message is that when economists discuss incentives, they should broaden their focus. A considerable and growing body of evidence suggests that the effects of incentives depend on how they are designed, the form in which they are given (especially monetary or nonmonetary), how they interact with intrinsic motivations and social motivations, and what happens after they are withdrawn. Incentives do matter, but in various and sometimes unexpected ways." - Gneezy & Rustichini, 2011

Et aussi plutôt bien résumé par le prix Nobel français Jean Tirole dans le papier "Motivation intrinsèque, incitations et normes sociales" (avec cette même idée "les agents répondent aux incitations... mais parfois de façon contreproductive ou inattendue"):

"Les incitations ont clairement fait leurs preuves, mais il faut aussi en connaître les limites, en identifiant les situations où elles sont inopérantes ou même contreproductives. L'internalisation des externalités par les individus en général dépend de trois motifs, qui sont la motivation intrinsèque, la motivation extrinsèque et la réputation (l'image que l'on veut projeter de soi-même vis-à-vis des autres et vis-à-vis de soi-même). De façon intéressante, les trois incitations interagissent ; donner des incitations extrinsèques peut diminuer la motivation intrinsèque et modifier le gain d'image lié un à comportement prosocial." - Jean Tirole, 2009

Conclusion: Allez, c'est parti pour le second cours de l'année sur la thématique "Thinking Like An Economist" ! A en croire un papier récent intitulé "The Superiority of Economists" (Fourcade, Ollion & Algan, Journal of Economic Perspectives, 2015), pas sûr que cela soit une si bonne idée que cela : les économistes ayant un sacré problème avec leurs chevilles et une facheuse tendance à penser que l'économie est une science "supérieure" aux autres sciences sociales. Et même Keynes pensait la même chose : "If economists could manage to get themselves thought of as humble, competent people, on a level with dentists, that would be splendid!" (John Maynard Keynes). Bon allez, le Captain' va changer ça en "Thinking Like a Gentil et Humble Economist" alors !