



**HAL**  
open science

# Économie comportementale et psychologie clinique face aux défis contemporains. Entretien avec Pr Nicolas Jacquemet

Nicolas Jacquemet, L. Poenaru

## ► To cite this version:

Nicolas Jacquemet, L. Poenaru. Économie comportementale et psychologie clinique face aux défis contemporains. Entretien avec Pr Nicolas Jacquemet. In *Analysis*, 2024, 8 (3), pp.100471. <10.1016/j.inan.2024.100471>. <halshs-04779278v2>

**HAL Id: halshs-04779278**

**<https://shs.hal.science/halshs-04779278v2>**

Submitted on 19 May 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire HAL, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

# Économie comportementale et psychologie clinique face aux défis contemporains. Entretien : avec Pr Nicolas Jacquemet<sup>1</sup>

**Liviu Poenaru** | Nicolas Jacquemet, vous êtes professeur d'économie à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne (Centre d'économie de la Sorbonne) et à l'École d'économie de Paris, où vous dirigez actuellement le master *Économie et psychologie*. Vous êtes co-auteur, parmi d'autres publications scientifiques, des ouvrages *Économétrie: méthodes et applications* (deboeck Supérieur, 2018) et *Comment lutter contre la fraude fiscale? Les enseignements de l'économie comportementale* (Éditions Rue d'Ulm, 2020).

Le champ de l'économie comportementale est encore peu connu du public et des psychologues, notamment ceux qui pratiquent la clinique. Pourtant, cette discipline, qui allie les principes économiques et psychologiques pour comprendre et prédire les comportements humains possède des implications profondes et variées qui pourraient enrichir considérablement la pratique clinique et la compréhension du comportement humain dans ses aspects conscients et inconscients. L'économie comportementale est une branche de l'économie qui intègre les concepts et méthodes de la psychologie pour expliquer les décisions économiques des individus. Elle diffère de l'économie traditionnelle en ce qu'elle ne suppose pas que les agents économiques sont toujours rationnels. Au contraire, elle reconnaît que les choix des individus sont souvent influencés par des biais cognitifs, des émotions, et d'autres facteurs psychologiques. Nous retrouvons ici un point commun avec la psychanalyse qui, dès Freud, base ses développements théoriques sur le concept d'inconscient.

Il est important de reconnaître que la majorité des processus résultant de ces mécanismes et dynamiques pluriels et entrelacés sont inconscients. Les sciences (Bargh & Chartrand, 1999 ; Bargh & Morsella, 2008 ; Dehaene & Changeux, 2011) décrivent divers mécanismes responsables de la régulation automatique de ces phénomènes psychologiques largement influencés par l'environnement. Elles fournissent des preuves confirmant à la fois la présence de ces mécanismes et leur impact sur les jugements, les émotions et les comportements. Diverses formes d'autorégulation automatique sont ainsi identifiées : l'influence automatique de la

---

<sup>1</sup> Paru dans *In Analysis*, Vol. 8 (3), December 2024, 100471.

perception sur l'action, la poursuite automatique des objectifs, l'évaluation automatique continue de ses expériences, etc.

Vous dirigez donc actuellement le Master "Économie et Psychologie" au sein de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Quels sont les objectifs de ce master ainsi que les perspectives pour les professionnels détenteurs d'un tel master ? Qu'est-ce qui vous a conduit à proposer ce parcours universitaire et de quelle manière avez-vous perçu cette nécessité ou ce manque dans la formation actuelle des psychologues et des économistes ? Comment ce master s'articule-t-il aux besoins sociétaux ?

**NJ** | Je dois d'abord préciser que je ne suis pas à l'initiative de la création de cette formation effectivement très innovante, et d'autant plus originale à l'époque de sa création qu'elle l'est encore aujourd'hui. Cette formation de master a été créée en 2009 par Louis-Lévy Garboua, à l'époque professeur d'économie à l'université Paris 1, et Todd Lubart, professeur de psychologie à l'Université Paris Cité. Ce projet a été conçu comme une suite logique du rapprochement qui s'est opéré au cours des 30 dernières années entre l'économie et la psychologie. Comme vous le soulignez, la capacité de l'économie à étudier de manière systématique les décisions économiques et leurs conséquences dans de très nombreuses sphères de la vie économique repose sur un ensemble de conceptions délibérément simplificatrices du processus de délibération et de prise de décision. Le constat qui s'est imposé en confrontant cette représentation théorique des décisions à celles qui sont effectivement prises dans la vie économique réelle est que de nombreux ressorts du comportement dont les conséquences sont majeures sur le fonctionnement de l'économie lui échappent, et que cette représentation théorique doit être étoffée et enrichie d'une description plus fine des ressorts de la décision. Le rapprochement entre l'économie et la psychologie qui s'est opéré d'abord dans le champ de la recherche académique fondamentale a rapidement débouché sur un corpus de résultats qui sont désormais omniprésents dans tous les champs de l'analyse économique.

Dans ce contexte, deux constats ont conduit à proposer une formation authentiquement bi-disciplinaire, proposée conjointement par une faculté d'économie (à Paris 1 et avec le soutien de PSE-Ecole d'Économie de Paris) et une faculté de psychologie (à Paris Cité) à des étudiants qui ont eux-mêmes étudié soit l'économie soit la psychologie dans leur cursus antérieur, sont d'abord formés à la discipline qu'ils ne connaissent pas encore pour atteindre un niveau homogène dans ces deux champs avant de se spécialiser ensemble dans les domaines pertinents de l'économie et de la psychologie. Le premier constat est que le manque de porosité entre les deux disciplines faisait peser un risque sur lequel l'économiste J.M. Clark nous alertait pourtant déjà dès 1918 : « *The economist may attempt to ignore psychology, but it is a sheer impossibility for him to ignore human nature, for his science is a science of human behavior. [ ] If the economist [...] avoid[s] psychology [...] he will force himself to make his own, and it will be bad psychology.* » Clark (1918, p.4,

<http://www.jstor.org/stable/1820785>). Le second est un pari qui répond plus directement à votre question, et repose sur la conviction qu'une formation aux méthodes et aux résultats de l'économie est un complément extrêmement utile à quiconque se destine aux métiers de la psychologie, notamment en entreprise.

Les débouchés auxquels ont accès nos étudiants reflètent fidèlement ce double esprit. Nombre d'entre eux se destinent à des carrières dans le secteur privé qui requièrent des compétences à l'intersection de l'économie et de la psychologie (dans des domaines aussi variés que le marketing, le conseil, les ressources humaines, le design, l'élaboration des politiques publiques, etc) dont nos étudiants ont acquis les fondements grâce à une formation fortement orientée vers la recherche. Cette composante se traduit également par des débouchés importants dans la recherche académique, nos étudiants devenant de meilleurs chercheurs en économie grâce à leur connaissance approfondie des champs de la psychologie sur lesquels s'appuient les développements récents de l'économie, et de meilleurs chercheurs en psychologie grâce aux méthodes d'analyse et à la compréhension du fonctionnement de l'économie qu'ils ont acquise en parallèle de leur formation à la psychologie.

**LP** | Dans un contexte où l'économie et la technologie numérique sont devenues omniprésentes et influencent chaque aspect de notre vie quotidienne, la santé mentale est de plus en plus affectée par des facteurs économiques et numériques. Le domaine émergent de l'économie comportementale, qui fusionne les concepts économiques avec les principes psychologiques, souligne l'importance de cette interaction. Cependant, il est surprenant de constater que les facultés de psychologie ne proposent pas de programmes similaires à celui du Master "Économie et Psychologie" fondé au sein d'une école d'économie.

La montée des problèmes de santé mentale liés à l'économie numérique, tels que l'anxiété financière, l'addiction aux technologies et les impacts des médias sociaux sur l'estime de soi, l'image corporelle, la consommation et la production, l'état psychosomatique des individus, etc., souligne la nécessité d'une approche intégrée. Les facultés de psychologie devraient, me semble-t-il, jouer un rôle central dans la formation des professionnels capables de comprendre et d'intervenir dans ces domaines.

Comment expliquez-vous qu'une telle articulation ne soit pas proposée par des facultés de psychologie ?

**NJ** | Soulignons d'abord que UPC a eu le culot de la faire ! L'expérience du master EP confirme que la collaboration inter-disciplinaire (qui se distingue de la transdisciplinarité en ce que chaque discipline se nourrit de l'autre en gardant son identité, ses objets et ses méthodes propres) est particulièrement difficile car elle implique de développer des projets communs sans dénaturer les spécificités et les avantages comparatifs de chaque discipline. Les champs dans lesquels de telles

formations s'imposent sont probablement assez limités (on pourrait par exemple penser à la question du changement climatique qui est fondamentalement interdisciplinaire et reste abordée de manière très monolithique dans la paysage universitaire actuel) mais je partage le constat que les études de psychologie, et plus généralement les programmes universitaires de premier cycle, font une place insuffisante à la culture inter-disciplinaire. S'agissant des études de psychologie, l'économie en est devenue une discipline sœur et qui a beaucoup à apporter aux étudiants qui ont vocation, comme vous le signalez, à être aux prises directes avec des changements sociétaux dont l'économie étudie depuis longtemps les tenants et aboutissants.

**LP** | La théorie de la lutte des classes de Marx met en lumière les dimensions économiques de l'inégalité sociale et des dynamiques de pouvoir. Les structures et idéologies politiques gouvernent la manière dont le pouvoir est distribué et exercé (et injecté dans l'esprit humain par la propagande, l'éducation, les interactions sociales, l'écosystème, les codes dissimulés dans le design physique, la société du spectacle, les images, etc.). Cette théorie a des implications profondes sur les rapports à la connaissance dans les domaines scientifiques et universitaires. Les structures de pouvoir dominantes utilisent les institutions scientifiques et universitaires pour perpétuer des idéologies qui soutiennent le *statu quo*. Antonio Gramsci (2007) a développé le concept d'hégémonie culturelle pour expliquer comment la classe dominante maintient son pouvoir non seulement par la coercition, mais aussi par le consentement (Chomsky et Herman, 1988). Dans ce cadre, les universités et les centres de recherche deviennent des lieux où les idées dominantes sont reproduites et légitimées, souvent au détriment des perspectives critiques ou alternatives qui permettent d'atténuer l'hégémonie et des protéger les populations.

Pensez-vous que l'absence des approches économiques dans les facultés de psychologie reflète cette hégémonie culturelle ?

**NJ** | Reconnaissons d'abord que l'économie est une discipline qui a souvent prêté le flanc aux accusations d'hégémonie (trait qu'elle partage avec la sociologie...), en prétendant s'emparer des objets des autres disciplines tout en ne s'intéressant que de très loin à ce qu'elles pouvaient apporter sur ces questions. C'est bien évidemment le réflexe dont nous cherchons à sortir à travers le master EP et les activités de recherche menées dans ce domaine à PSE-Ecole d'Economie de Paris. Cette attitude contribue certainement à une forme de défiance vis-à-vis de l'économie de la part des autres disciplines que j'ai malheureusement souvent eu l'occasion de constater. Ce n'est pour moi qu'un encouragement à continuer dans cette direction et dissiper les malentendus qui empêchent des collaborations fructueuses. Pour conclure sur une note plus optimiste, il me semble important de souligner que malgré une flexibilité toute relative et des rapports de pouvoir effectivement souvent complexes, l'université

française reste suffisamment ouverte et agile pour développer des propositions de formations innovantes, y compris très risquées et sans équivalent à l'étranger.

**LP** | Il y a donc une préoccupation croissante concernant l'impact du neuromarketing de l'écosystème numérique sur la santé mentale. Les connaissances issues du neuromarketing sont utilisées pour concevoir des publicités et des produits qui exploitent les biais et déclencheurs inconscients, manipulant potentiellement le comportement des consommateurs de manière à saper leur autonomie. Il existe une préoccupation éthique quant à savoir si les consommateurs peuvent prendre des décisions véritablement informées et autonomes lorsque des techniques sophistiquées (comme les *dog whistles*, les *nudges*) sont utilisées pour influencer leur esprit inconscient.

L'utilisation de nanodispositifs pour la manipulation du comportement (Flores et al., 2014) soulève de nombreuses questions éthiques concernant le libre arbitre, le contrôle mental, l'identité personnelle, les intentions et les besoins liés au fonctionnement du cerveau (Roskies, 2002). Cela interroge leurs effets sur les structures morales et sociales existantes, telles que la violation de la vie privée (Costa, Rozan, Fortunato et al., 2014) et l'exploitation des groupes vulnérables, notamment les enfants. Ulman et al. (2015) considèrent que ces stratégies ont un réel impact sur la dignité humaine et violent les principes bioéthiques ainsi que les valeurs individuelles telles que l'autonomie (Murphy et al., 2008), l'autodétermination, la confidentialité et le respect de la vie privée (Zuboff, 2019). Ces questions rappellent le "viol psychologique des foules par la propagande politique" étudié par Tchakhotine en 1952.

Quelle est la place occupée, dans votre approche, par le discours critique et les considérations éthiques ?

**NJ** | La formation à ces questions éthiques absolument fondamentales passe prioritairement par leurs implications sur l'éthique de la recherche et plus spécifiquement les principes éthiques qui s'appliquent à la réalisation d'expériences impliquant des sujets humains.

**LP** | La psychanalyse met l'accent sur l'importance des processus inconscients dans la motivation des comportements humains. L'économie comportementale, de son côté, examine comment les individus prennent des décisions, souvent en dépit de ce que la rationalité économique traditionnelle pourrait prédire. En combinant ces approches, il est possible d'explorer comment les motivations inconscientes influencent les décisions économiques.

Freud a proposé la théorie du Moi, qui intègre les aspects rationnels et irrationnels de la personnalité. L'économie comportementale parle souvent de "rationalité limitée" pour décrire comment les individus prennent des décisions en utilisant des heuristiques simplifiées plutôt que des analyses optimales. En combinant ces

concepts, on peut mieux comprendre comment les décisions économiques sont influencées par des facteurs psychologiques profonds. Aussi, l'économie comportementale explore souvent comment les expériences passées influencent les décisions futures, notamment à travers des concepts comme les *préférences endogènes*. La psychanalyse ajoute une dimension supplémentaire en explorant comment les expériences précoces et les relations parentales forment, dans un écosystème à dominance économique (et pas toujours sexuelle, comme le propose la psychanalyse depuis 100 ans) des schémas de comportement durable, influençant les choix économiques et les attitudes envers l'argent, le risque, la consommation et la production.

Pensez-vous que la psychanalyse a son mot à dire (d'un point de vue théorique et clinique) ou elle vous paraît trop dogmatique pour une intégration multi-niveaux ?

**NJ** | Je suis convaincu que la psychanalyse pourrait apporter beaucoup aux nombreux travaux d'économie qui s'intéressent à ces questions. Il est tout à fait intrigant de mettre en regard notre discussion avec le fait que l'économie comportementale a par exemple développé des approches dites de 'soi multiples' qui ouvrent des questions passionnantes : comment les décisions d'un soi présent influencent-elles directement les décisions que le soi futur voudra prendre, par exemple par souci de cohérence, et, ce faisant, dans quelle mesure le soi présent s'efforce-t-il d'influencer les décisions du soi futur au moment de faire un choix. Certains travaux relient d'ailleurs directement ce type de phénomène au fonctionnement de la mémoire (qui fait référence aux travaux de psychologie montrant une bien meilleure mémorisation des bonnes nouvelles en comparaison des mauvaises) : on voit que l'économie se rapproche à grands pas de questions qui sont au cœur de la psychanalyse !

**LP** | Les codes économiques influencent les normes culturelles, façonnant ce qui est valorisé et la manière dont le succès est défini. Les systèmes économiques modèlent de manière significative les normes, valeurs et pratiques culturelles, affectant tout, des identités individuelles et des interactions sociales aux politiques publiques et aux tendances culturelles mondiales (Kostis, 2021). Cette pénétration culturelle rend difficile la séparation des influences économiques des autres dimensions de l'aliénation.

Les priorités économiques souvent orientent les politiques publiques et les structures de gouvernance, affectant les systèmes de protection sociale, d'éducation et de santé (Kentikelenis, Rochford, 2019). L'économie mondiale et les changements technologiques rapides dictés par des impératifs économiques compliquent encore davantage le paysage. Ces dimensions interconnectées démontrent l'impossibilité de défendre l'existence des aspects psychologiques, sociologiques, politiques, culturels ou philosophiques de la vie humaine isolés des codes économiques.

Quel rôle jouent ces dimensions dans le cadre de votre master ?

**NJ** | Le lien entre l'économie comportementale et les politiques publiques est bien sur central dans cette formation, et une motivation importante pour nombre des étudiants qui la rejoignent. Les craintes que vous soulevez sont d'autant plus prégnantes qu'il existe une tendance dans le débat public à confondre opinion et expertise, et à considérer que les recommandations de politique publique qui émanent de l'économie ont vocation à clore les débats et à être suivies aveuglément. Or l'économie ne saurait se substituer au débat politique dans le choix des objectifs prioritaires et de la conception partagée du vivre ensemble. Les recommandations de l'économie ne sont là que pour informer ce débat, en indiquant quelles sont les conséquences de différentes interventions de politiques publiques, dans quelle mesure elles sont capables d'atteindre certains objectifs, et quelles sont les alternatives qui permettraient de les atteindre de manière plus efficace. La pédagogie de cette portée à la fois limitée et indispensable de l'éclairage qu'apporte l'économie aux politiques publiques reste encore largement à faire.

**LP** | Un des points théoriques communs entre la psychanalyse, la psychologie, l'économie comportementale (et d'autres champs du neuromarketing) serait constitué par la conjonction de la représentation et de l'émotion au cœur de la pulsion. En psychanalyse, les pulsions, bien que relevant de l'ordre biologique, sont représentées psychiquement par deux éléments principaux : la représentation et l'affect (la dimension émotionnelle). La représentation est le volet idéatif de la pulsion. C'est ce par quoi la pulsion se manifeste dans le champ psychique sous la forme d'images, de pensées, de souvenirs, ou de fantasmes. L'affect, quant à lui, est le volet qualitatif de la pulsion, c'est l'expérience subjective de l'intensité pulsionnelle. L'affect correspond à ce qui est ressenti — peur, plaisir, anxiété, colère, etc. — et constitue le mode par lequel la pulsion est vécue sur le plan émotionnel. La représentation et l'émotion sont largement exploitées par le cybercapitalisme pour générer l'engagement en ligne, la consommation et la production.

Dans l'économie comportementale, les décisions économiques sont souvent analysées en termes de biais et d'erreurs de jugement qui dévient de la rationalité classique. Mais ces biais peuvent être théoriquement considérés comme des manifestations conscientes ou inconscientes de pulsions. L'aversion à la perte (où l'individu préfère éviter une perte plutôt que de réaliser un gain équivalent) pourrait être vue comme une expression du conflit pulsionnel entre le désir d'obtenir un gain et la peur de la perte, qui pourrait être liée à une représentation inconsciente de l'échec ou de la privation. Aussi, les biais cognitifs, souvent analysés en économie comportementale, peuvent également être interprétés comme des mécanismes de défense psychanalytiques. Le biais de confirmation, où un individu tend à rechercher des informations qui confirment ses croyances existantes tout en ignorant celles qui les contredisent, peut être vu comme un processus similaire au refoulement. Ici, l'esprit

cherche à maintenir une représentation sécurisante, évitant l'affect négatif qui pourrait émerger si une croyance fondamentale était remise en question.

Quelle est la place de la représentation et de l'émotion dans vos perspectives théoriques et dans vos enseignements ? Pensez-vous qu'une articulation avec la psychanalyse serait pertinente ?

**NJ** | Je partage totalement la conclusion selon laquelle les ressorts du comportements qui conduisent à s'écarter d'une rationalité normative ont des raisons profondes et servent des objectifs propres : grâce à l'apport des neuro-sciences, nous comprenons par exemple de mieux en mieux les couts cognitifs de la décision dans des environnements complexes qui rendent parfaitement rationnels (au sens d'un arbitrage cout-bénéfice dans le processus de décision lui-même entre les ressources cognitives consacrées à la décision et les bénéfices associés au fait de prendre une meilleure décision) le recours à des raccourcis et des réflexes qui ne permettent pas nécessairement de toujours prendre la meilleure décision. J'ai d'ailleurs toujours été gêné par l'habitude qui a été prise de les qualifier de biais, comme si l'objectif de l'économie comportementale était de 'redresser' les processus de prise de décision pour les faire correspondre aux canons de cette rationalité. Le rôle des émotions dans ces déviations est un sujet qui n'a émergé que récemment en économie comportementale mais qui prend de plus en plus d'importance : l'apport de la psychanalyse pour comprendre les fonctions que ces émotions servent et expliquer leur émergence est bien évidemment fondamental.

**LP** | Pensez-vous que les enseignants devraient lancer une campagne de sensibilisation visant à informer le public et les communautés universitaires sur les bénéfices potentiels de l'intégration de l'économie dans la psychologie, et plus particulièrement dans la psychologie clinique ? En effet, nous pourrions imaginer l'organisation de rencontres et de séminaires avec des responsables universitaires, des décideurs politiques, des économistes et des psychologues pour discuter de l'importance de l'économie comportementale dans la psychologie. De même, nous pourrions envisager l'élaboration de programmes pilotes intégrant des cours d'économie comportementale dans le cursus de psychologie, ainsi que l'offre de programmes de formation continue pour les enseignants en psychologie et les psychologues cliniciens afin qu'ils puissent acquérir des compétences dans l'articulation de l'économie comportementale avec les problèmes de santé publique. Enfin, il serait également pertinent de promouvoir et de financer des projets de recherche conjoints entre les départements de psychologie clinique et d'économie.

**NJ** | Comme je l'indiquais plus haut, la collaboration inter-disciplinaire est un travail de longue haleine, qui implique d'apprendre à se comprendre, à développer un langage commun et à identifier les points de convergence qui permettent à chaque discipline de progresser grâce aux disciplines connexes au regard des objectifs de son propre

champ. Toute initiative permettant d'avancer dans cette voix ne peut qu'être bienvenue !

### **Références**

Bargh, J. A., & Chartrand, T. L. (1999). The Unbearable Automaticity of Being. *American Psychologist*, 54(7), 462–479.

Baumeister, R. F., Bratslavsky, E., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is Stronger than Good. *Review of General Psychology*, 5(4), 323–370.

Chomsky, N., Herman, E. (1988). *La fabrication du consentement : De la propagande médiatique en démocratie*. Marseille: Agone (2008).

Costa Rozan Fortunato, V., De Moura Engracia Giraldo, J., Caldeira de Oliveira, J. H. (2014). A Review of Studies on Neuromarketing: Practical Results, Techniques, Contributions and Limitations. *Journal of Management Research*, 6 (2), 201-220.

Dehaene, S., & Changeux, J. P. (2011). Experimental and theoretical approaches to conscious processing. *Neuron*, 70(2), 200-227.

Flores, J., Baruca, A., Saldivar, R. (2014). Is Neuromarketing Ethical? Consumers Say Yes. Consumers Say No. *Marketing Faculty Publications*, 1.

Gramsci, A. (2007). *Cahiers de prison*. Traduit par Jean-Claude Zancarini. Paris: Gallimard, 2007.

Kentikelenis, A., Rochford, C. (2019). Power asymmetries in global governance for health: a conceptual framework for analyzing the political-economic determinants of health inequities. *Global Health* 15 (Suppl 1), 70 (2019). <https://doi.org/10.1186/s12992-019-0516-4>

Kostis, P.C. Culture, innovation, and economic development. *J Innov Entrep* 10, 22 (2021). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00163-7>

Murphy, E. R., Illes, J., Reiner, P. B. (2008). Neuroethics of Neuromarketing. *Journal of Consumer Behaviour*, 7, 293-302.

Tchakhotine. S. (1952). *Le viol des foules par la propagande politique*. Paris: Gallimard.

Ulman, Y. I., Cakar, T., Yildix, G. (2015). Ethical issues in neuromarketing: “I consume, therefore I’m”. *Science and Engineering Ethics*, 21, 1271-1284.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. New York : Public Affairs.