

18 décembre 2018

IBEN nr. 13-2018

ING Belgium Economic Newsletter

Coups de pouce pendant la période de Noël

Le mois de décembre est un mois de décisions. Il s'agit du mois au cours duquel nous consommons le plus, ce qui implique de nombreuses décisions d'achat. Nous prenons également nos résolutions pour l'année suivante : faire plus de sport, manger plus sainement et épargner davantage sont des classiques. Tant pour les décisions d'achat que pour les bonnes résolutions, la notion des « nudges » peut nous être utile. Le nudge est un terme qui vient de l'économie comportementale. Il s'agit d'une méthode qui consiste à adapter l'environnement en vue d'inciter à faire un choix déterminé. Prendre conscience du fait que les nudges influencent le comportement peut conduire à prendre de meilleures décisions. Et en ce qui concerne les bonnes résolutions, on peut utiliser les nudges dans son intérêt.

Réfléchir un moment avant d'acheter quelque chose est une bonne idée

Les « nudges », ou petits coups de pouce, sont souvent utilisés en marketing pour influencer les consommateurs en vue de les inciter à acheter un certain bien ou service. Si l'éthique est respectée et que le consommateur y gagne, le recours aux nudges ne pose aucun problème. Néanmoins, un nudge peut parfois être qualifié de manipulateur. Dans ce cas, le nudge est utilisé pour influencer le consommateur de manière ce qu'il fasse quelque chose qu'il ne désire pas vraiment faire. Etant donné l'existence de nudge manipulateur, identifier les nudges et en connaître les effets sur le comportement peut aider le consommateur à prendre de meilleures décisions d'achat.

Un nudge connu est ladite *option standard*. Diverses expériences démontrent en effet que les consommateurs aiment bien choisir l'option standard. Un bel exemple d'une telle expérience est celle où les consommateurs doivent choisir entre trois tailles d'écran différentes (Figures 1 et 2). Le premier groupe de consommateurs voit une photo avec trois écrans de taille différente et le deuxième groupe voit les trois mêmes options, mais l'option standard est encadrée. Et que constate-t-on ? Sans encadré, 50 % choisissent cette option, tandis qu'avec l'encadré, ce pourcentage grimpe à 60 %.

Le fait d'encadrer une option est donc un nudge. L'environnement est adapté afin d'orienter les consommateurs dans une certaine direction. Ce qui est intéressant, c'est que le consommateur a dans les deux cas les mêmes options et qu'il ne bénéficie d'aucun autre avantage s'il choisit l'option standard. On peut donc exclure le fait que d'autres raisons sont à la base de cette différence de comportement.

En tant que consommateur confronté à ce genre de choix, il est donc intéressant, de se poser la question de savoir si l'option standard est vraiment la meilleure option.

Un autre nudge est l'ajout d'un avis positif d'autres consommateurs. Lorsque nous ne sommes pas certains de ce que l'on doit faire, nous nous laissons plus facilement guider par les autres et encore plus par les personnes que l'on connaît. Dès lors, les stratégies marketing utilisent souvent les avis des autres utilisateurs pour inciter à acheter un produit ou un service. Quand on voit un tel avis, il importe donc de savoir qu'il va nous influencer et que nous aurons tendance à suivre le troupeau. Y réfléchir un moment peut donc permettre de prendre de meilleures décisions.

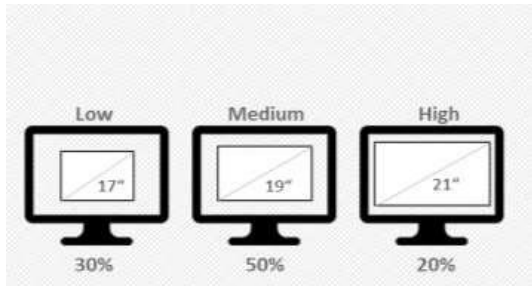
Steven Trypsteen

Economist

Brussels +32 2 547 33 79

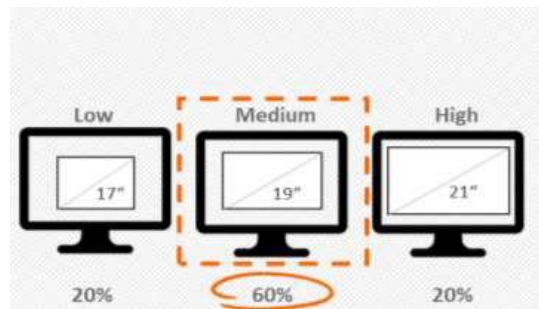
Steven.trypsteen@ing.com

Fig 1 Le groupe de contrôle



Source : Brown et Krishna (2004)

Fig 2 Le groupe de test



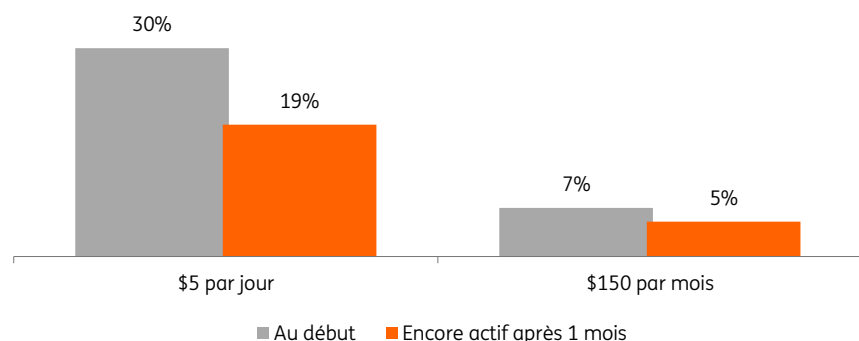
Source : Brown et Krishna (2004)

La petite adaptation qui fera en sorte que vous épargnez plus

Généralement, la liste des bonnes résolutions est longue, mais très vite oubliée ! Ceci est principalement dû au fait que nous nous concentrons par nature sur ce qu'il se passe aujourd'hui et négligeons le futur. Les avantages des bonnes résolutions sont souvent fort éloignés dans le futur, mais nous en ressentons immédiatement les inconvénients. Épargner une certaine somme est ainsi une bonne résolution typique. Le problème est que mettre chaque mois quelque chose de côté a pour effet de diminuer la capacité de consommation aujourd'hui, ce qui constitue un coût explicite. Et l'avantage d'épargner est fort éloigné car nous ne verrons une somme conséquente sur le compte épargne que dans un futur éloigné.

Dans ce cadre, les nudges peuvent parfois nous aider à tenir nos bonnes résolutions. Ainsi par exemple, le nudge « Pennies a day » peut nous aider à atteindre cet objectif à long terme. Le but de ce nudge est d'épargner régulièrement des petits montants. Épargner une petite somme de manière très fréquente semble moins drastique qu'épargner un gros montant de façon sporadique. Une étude le démontre également (Figure 3). Dans le groupe à qui l'on a demandé d'épargner \$150 par mois, 7 % ont donné leur accord. Mais dans le groupe à qui l'on a demandé d'épargner \$5 par jour, soit aussi \$150 sur une base mensuelle (= \$5x30 jours), pas moins de 30 % étaient d'accord. Après quelque temps, la participation baisse dans les deux groupes, mais dans le groupe qui épargne \$5 par jour, le nombre d'épargnants reste toujours nettement supérieur à celle du groupe qui épargne \$150 par mois.

Fig 3 Pourcentage de répondants qui ont choisi d'épargner



Source : Hershfield, Shu et Benatzi (2018)

Des adaptations minimales dans notre environnement peuvent donc avoir d'importantes conséquences sur notre comportement. En être conscient est donc intéressant pour la prochaine période de Noël, mais aussi pour après. On peut ainsi prendre de meilleures décisions d'achat et peut-être tenir ses bonnes résolutions un peu plus longtemps. Bonne chance!

Disclaimer

Cette publication a été préparée par la division d'analyse économique et financière de ING Belgique S.A. ("ING") exclusivement à titre d'information, sans tenir compte des objectifs d'investissement, de la situation financière ou des moyens d'un utilisateur en particulier. Les informations dans cette publication ne constituent ni une recommandation de placement, ni un conseil fiscal, juridique ou en investissement, ni une offre ou une incitation à acheter ou vendre des instruments financiers. Même si toutes les précautions ont été prises pour assurer que les informations contenues dans ce document ne soient ni erronées, ni trompeuses au moment de la publication, ING ne peut pas garantir l'exhaustivité ni l'exactitude des informations communiqués par des tiers. ING ne peut pas être tenue pour responsable d'éventuelles pertes directes ou indirectes suite à l'utilisation de cette publication, sauf faute grave. Les opinions, prévisions ou estimations sont uniquement celles du ou des auteurs à la date de la publication et peuvent être modifiées sans préavis, sauf indication contraire.

La distribution de cette publication peut faire l'objet de restrictions légales ou réglementaires dans certains états et les personnes qui entrent en possession de celle-ci doivent se renseigner à propos de ces restrictions et les respecter.

Cette publication est soumise à la protection du copyright et des droits des bases de données et ne peut être reproduite, distribuée ou publiée par quiconque, quel que soit l'objectif, sans l'accord préalable explicite et écrit de ING. Tous les droits sont réservés. L'entité juridique responsable de la publication ING Belgique S.A. est agréée par la Banque Nationale de Belgique et est supervisée par la Banque Centrale Européenne (BCE), la Banque Nationale de Belgique (BNB) et l'Autorité des Services et Marchés Financiers (FSMA) . ING Belgique S.A. est enregistrée en Belgique (n° 0403.200.393) au registre des personnes morales de Bruxelles

À l'attention des investisseurs américains : toute personne qui souhaite discuter de cette publication ou effectuer des transactions dans un titre mentionné dans ce document doit prendre contact avec ING Financial Markets LLC, qui est membre de la NYSE, la FINRA et la SIPC et qui fait partie de ING, et qui a accepté la responsabilité de la distribution de ce document aux États-Unis conformément aux dispositions en vigueur.

Editeur responsable : Peter Vanden Houte, Avenue Marnix 24, 1000 Bruxelles, Belgique.