

Introduction générale

Γ Ν Ω Θ Ι Σ Ε Α Υ Τ Ο Ν

« Connais-toi toi-même »

Proclamation de l'oracle de Delphes à l'adresse de Socrate

Ce qu'il y a de paradoxal dans l'interpellation de Socrate par l'oracle de Delphes, tient à l'idée qu'il le considère comme étant l'homme le plus sage parce que lui seul se rendait compte de sa propre ignorance sur soi. D'où cette conclusion dans son apologie : Tout ce que je sais, c'est que je ne sais rien, tandis que les autres croient savoir ce qu'ils ne savent pas.

Si l'on se réfère à la pensée classique, l'agent économique serait donc un être doué de très peu de sagesse dans la mesure où les économistes le considèrent comme ayant une connaissance parfaite de lui-même. Il ne serait, par conséquent, nullement encouragé à poursuivre sa quête vers une meilleure connaissance psychologique de lui-même. Cette connaissance supposée parfaite de soi le rendrait l'égal d'un dieu comme l'indique la devise, cette fois-ci complète, de Delphes : « *Connais-toi toi-même et tu connaîtras l'univers et les dieux* ».

Contrairement à ce que l'on peut à tort conclure rapidement, les économistes ne se contentent pas de passer par pertes et profits l'héritage de la pensée classique et les enseignements de Socrate sur la connaissance de soi. En fait, ils enracinent leur

point de vue sur les apports de certains autres philosophes, comme Hume. En effet, ce dernier admet que les individus n'aient pas une connaissance parfaite d'eux-mêmes, mais il affirme que les éléments qui sont parfaitement connus sont suffisants à l'individu pour prendre ses décisions. La question de la connaissance de soi, qui est au cœur des problématiques soulevées par les philosophes depuis la Grèce Antique, n'aurait ainsi aucune raison d'être abordée par les économistes puisqu'elle n'affecterait pas les comportements des agents.

La version à la fois moderne et économique de la doctrine humienne reconnaît la présence de multiples sources d'incertitude comme en atteste par exemple Knight (1921) en accordant une place prépondérante à l'incertitude et à l'ignorance qui conditionnent les décisions économiques. Mais étonnamment, il est un invariant qui ne souffre, ni de risque, ni encore moins d'incertitude : la connaissance de soi. C'est ainsi que la révolution de l'économie de l'information se déploie autour de l'hypothèse d'asymétrie d'information. Dès le début des années 1970 et suite aux travaux fondateurs d'Harsanyi (1967, 1968a,b), de Rothschild et Stiglitz (1976), d'Akerlof (1970) et de Spence (1973), la connaissance imparfaite ou incomplète porte uniquement sur *la Nature* ou sur *l'Autre* quant à son comportement ou aux caractéristiques de son identité.

Alors que les économistes ont ainsi passé sous silence la question de la connaissance de soi, les psychologues se sont depuis fort longtemps intéressés à cette dernière, mais également aux biais de confiance que celle-ci peut engendrer. Il arrive, en effet, que nous nous surprenions nous-mêmes, ou que nous passions par de graves crises de remise en question. Notre comportement, notre façon de penser varient suivant nos expériences. Ainsi, la confiance en soi tient dans le jugement ou l'évaluation que l'on fait de soi-même en rapport avec ses propres capacités. Lorsque nous accomplissons une activité que nous pensons valable, nous ressentons une valorisation positive et inversement lorsque nous évaluons nos actions comme étant en opposition à l'idée que nous nous faisons de nos propres capacités, notre confiance en soi s'en trouve diminuée.

Les psychologues ont été les premiers à expliquer le fait que les individus maintiennent une confiance en eux et en leurs perspectives futures qui n'est pas toujours fidèle à la réalité. Tversky et Kahneman (1974) argumentent que les personnes s'aident d'un nombre limité de principes heuristiques qui réduit les tâches complexes d'évaluations des probabilités et de prédictions de valeurs à de plus simples opérations de jugement. Ils décrivent trois heuristiques employées dans la prise de décision sous incertitude : la représentativité, la disponibilité et l'ajustement-ancrage. De manière générale, ces heuristiques sont fréquemment utilisées et hautement économiques, mais elles mènent à de sévères et systématiques biais. Les biais sont des distorsions dans le traitement de l'information, qui rendent moins valide le jugement. Ils sont à différencier de l'erreur qui est aléatoire, alors que les biais présentent un déterminisme qu'il faut cerner.

Ainsi, la perception que les individus ont d'eux-mêmes peut être sujette à des biais de confiance. Les psychologues ont distingué diverses manifestations de sur-confiance. L'image positive de soi recouvre les erreurs de perception sur une caractéristique individuelle comme le niveau de compétence. L'optimisme désigne, quant à lui, les biais qui se traduisent par une perception erronée d'événements futurs et donc des probabilités d'occurrence. Les erreurs de calibrage (« miscalibration ») constituent une autre forme de sur-confiance par laquelle les agents surestiment la précision de leur information ou de leurs connaissances. Les biais de confiance peuvent également se manifester par une illusion du contrôle : les individus tendent à surestimer le degré avec lequel ils influencent un résultat ou un événement (Langer et Roth (1975) et Hilton et al. (2010)). Ils peuvent se traduire par des biais dans l'attribution causale : les individus attribuent leurs succès à eux-mêmes et leurs échecs à la malchance (Taylor et Brown (1988)). Les trois dernières manifestations de sur-confiance ne sont pas traitées dans ce travail qui porte uniquement sur l'image positive de soi et l'optimisme.

Cependant, la mise en évidence de ces erreurs de perceptions s'avère délicate, dans la mesure où les caractéristiques individuelles et les probabilités effectives associées à des événements futurs sont difficilement mesurables. Partant de ce constat, les psychologues

ont suggéré de mettre en évidence les biais de confiance, non pas au niveau individuel, mais au sein d'un groupe. Cette approche est connue sous le nom de « *l'effet meilleur que la moyenne* » (Better-Than-Average Effect) : dans un groupe si plus de la moitié des individus se déclarent meilleurs ou avoir plus de chances de connaître un événement désirable que le membre médian, le groupe est globalement sur-confiant. Les résultats de ces expériences révèlent que les participants surestiment leurs qualités, telles que leur habileté à conduire, tandis qu'ils sous-estiment leurs défauts, par exemple leur disposition à mentir (Svenson (1981), Alicke (1985) et Dunning et al. (2002)). Les biais d'optimisme ont également été révélés à travers « *l'effet meilleur que la moyenne* ». L'expérience originelle de Weinstein (1980) montre que les individus surévaluent la probabilité d'événements positifs, tels qu'avoir un enfant surdoué, alors qu'ils sous-estiment celle des événements négatifs, tels qu'être victime d'un cambriolage (Baker et Emery (1993) et Hoorens et Buunk (1993)).

Les expériences menées en psychologie sont cependant soumises à la critique de l'existence hypothétique d'une base commune de référence. En effet, les caractéristiques sur lesquelles les sujets doivent s'évaluer, peuvent être interprétées différemment d'un participant à l'autre (Dunning et al., 2002). Par ailleurs, la cible de comparaison, qui est l'étudiant médian, apparaît également comme ambiguë. Certains participants semblent avoir une idée confuse des concepts tels que le centile, la médiane ou même la moyenne. De plus, même lorsque les sujets comprennent ces notions, l'étudiant médian est une cible de comparaison très vague, permettant ainsi un haut niveau de subjectivité dans le processus de comparaison. Finalement, les recherches en psychologie concluent à l'existence d'un large biais de sur-confiance, mais les limites qu'elles comportent remettent en question cette conclusion.

Les économistes n'ont pris en compte que tardivement la question de la connaissance de soi et, en particulier, la confiance en soi. Alors que les travaux en économie de l'information se sont fortement développés au cours des années 80 et 90, il a fallu que le programme de recherche, initié par le courant béhavioriste de Simon (1955) et de ses

disciples Cyert et March (1963), connaisse une véritable renaissance avec l'émergence de l'économie comportementale pour que ces problématiques soient intégrées à l'analyse économique. A cet égard, il convient de signaler que c'est le développement récent d'un nouvel outil, l'expérimentation, qui a permis le renouveau du courant béhavioriste comme en atteste, parmi de très nombreuses références, l'ouvrage collectif de Camerer (2003) : l'expérimentation est constituée comme l'outil d'investigation de l'économie des comportements spécialement dans un contexte d'interaction stratégique. La méthode expérimentale, grâce aux preuves empiriques qu'elle fournit, est en effet un outil essentiel de réfutation pour les recherches relatives à l'économie comportementale.

Les économistes ont ainsi été en mesure de reproduire expérimentalement « *l'effet meilleur que la moyenne* » en palliant les limites que présentent les expériences originelles conduites en psychologie¹. Entre une période d'apprentissage d'une activité à effort réel (test de vocabulaire) et la participation effective à cette activité, Hoelzl et Rustichini (2005) introduisent une procédure de vote sur deux modes de rémunération alternatifs. Le premier est aléatoire et s'effectue selon un lancer de dé, qui attribue une rémunération fixe à la moitié des participants. Le second est fondé sur la performance relative des participants, puisque seuls les participants dont la performance dépasse la valeur médiane du groupe reçoivent la rémunération fixe. Les auteurs constatent que plus de la moitié des participants sélectionnent le paiement à la performance lorsque l'activité est facile, révélant de la sur-confiance au sein du groupe de participants. A l'inverse, ils observent un phénomène de sous-confiance lorsque le niveau de difficulté de la tâche est élevé².

1. D'un point de vue historique, il convient de signaler l'expérience de Camerer et Lovallo (1999) qui analyse les surcapacités productives sur un marché en termes de biais de sur confiance de la part des entrants quant à la profitabilité du marché.

2. La relation négative entre la difficulté de la tâche et la confiance des individus quant à leur performance relative est confirmée par de nombreuses études (Kruger (1999) et Moore et Small (2007)). La relation inverse est observée pour la performance absolue : les individus tendent à surestimer leur performance absolue sur les tâches difficiles, alors qu'ils la sous-estiment sur des tâches faciles (Krueger et Mueller (2002), Moore et Cain (2007) et Grieco et Hogarth (2009)).

La principale limite de la méthode proposée par Hoelzl et Rustichini (2005) réside dans le manque de preuve au niveau individuel. Des expériences plus récentes évaluent les erreurs d'auto-évaluation individuelle (Moore et Healy (2008), Clark et Friesen (2009) et Park et Santos-Pinto (2010)). Park et Santos-Pinto (2010) utilisent des données de terrains issues de tournois de poker et d'échecs, alors que Clark et Friesen (2009) conduisent une expérience en laboratoire fondée sur des activités à effort réel³. Au-delà de quelques différences importantes de protocole, les deux papiers partagent la caractéristique commune de révéler les croyances moyennes des participants à l'aide d'auto-évaluations récompensées selon une règle de paiement quadratique. Les résultats de ces expériences sont mitigés. Alors que Park et Santos-Pinto (2010) montrent que les individus surestiment leur performance relative quel que soit le tournoi, Clark et Friesen (2009) ne trouvent pas de biais significatif. Moore et Healy (2008) proposent un processus de révélation des croyances plus complexe, qui fournit la distribution des croyances dans son intégralité. Leurs résultats confirment que les individus surévaluent (resp. sous-évaluent) leur performance relative après avoir répondu à un questionnaire facile (resp. difficile)⁴.

Récemment, Benoît et Dubra (2008) ont remis en cause le fait que « *l'effet meilleur que la moyenne* » constitue une preuve de sur-confiance⁵. Ces derniers montrent que lorsque les individus ont une connaissance imparfaite de leur niveau d'habileté, mais qu'ils reçoivent des informations sur cette dernière, « *l'effet meilleur que la moyenne* » peut apparaître à travers un processus de révision bayésienne des croyances (« sur-confiance apparente »). Partant de ce constat, l'expérience de Benoît et al. (2009) vise à mesurer la part de « *l'effet meilleur que la moyenne* » qui n'est pas explicable par un modèle bayésien. Ces derniers ne trouvent pas de preuve de sur-confiance au-delà de la « sur-

3. Leur protocole repose sur deux tâches à effort réel. La première consiste à maximiser une fonction inconnue à deux variables en se déplaçant de cellule en cellule sur un tableau. La seconde requiert de décoder des mots de cinq lettres.

4. Moore et Healy (2008) ne trouvent pas de biais dans les croyances initiales des participants (c'est-à-dire avant qu'ils n'effectuent le test).

5. Leur travail remet ainsi en question les résultats des psychologues et de Hoelzl et Rustichini (2005), mais pas ceux de Moore et Healy (2008), Clark et Friesen (2009) et Park et Santos-Pinto (2010).

confiance apparente »⁶. Cette conclusion est toutefois contredite par Burks et al. (2010) qui à l'inverse observent un niveau de sur-confiance qui excède celui imputable à un processus bayésien de révision des croyances. La mesure de l'image positive de soi a fait l'objet de multiples analyses depuis les travaux originels des psychologues. Les expériences conduites en économie relativisent l'étendue de ce phénomène, mais les résultats de ces dernières restent équivoques, voire contradictoires. Ce phénomène ne faisant pas l'objet d'un consensus, il reste à ce jour au cœur d'un débat nécessitant des recherches complémentaires.

En comparaison à l'attention consacrée à l'image de soi, très peu d'analyses empiriques ont été réalisées en économie sur les biais d'optimisme. Les études existantes s'appuient sur des évaluations subjectives de résultats futurs - comme le revenu ou la longévité. L'optimisme est déduit de comparaisons avec les réalisations agrégées (Fischhoff et al. (2000) et Hurd et Rohwedder (2005)) ou les réalisations individuelles quand des données longitudinales sont disponibles (Dominitz et Manski (1997) et Das et Van Soest (1997)). Ces études empiriques ne trouvent pas de forte preuve de biais d'optimisme. La confiance des agents sur leurs perspectives futures change notamment en fonction de l'événement considéré et de la population enquêtée. Fischhoff et al. (2000) observent que les adolescents sont optimistes à propos du succès de leur carrière professionnelle, alors qu'ils surestiment le risque de mort prématurée. Tandis que Dominitz et Manski (1997) montrent que les Américains sont optimistes quant à l'évolution de leur revenu futur, Das et Van Soest (1997) obtiennent le résultat opposé sur des ménages hollandais.

Bien que la présence d'optimisme semble être attestée par des résultats en psychologie, peu de travaux en économie se sont attachés à fournir une mesure de ce biais de confiance. Prenant acte des travaux sur l'image de soi, en particulier l'expérience de Hoelzl et Rustichini (2005), le premier chapitre de ce manuscrit suggère une me-

6. Leur expérience ne permet cependant pas d'affirmer que le groupe de participants n'exhibe pas de biais de sur-confiance dans la mesure où ils n'observent pas les informations et les signaux dont disposent les individus lorsqu'ils s'auto-évaluent.

sure de l'optimisme à travers des choix réels et non des évaluations subjectives. En d'autres termes, les croyances des individus ne sont pas directement révélées à l'aide de déclaration, mais elles sont déduites sur la base de mesures comportementales. Cette expérience fournit donc une première mesure empirique des biais d'optimisme à travers une procédure de choix. Parallèlement à cette mesure, l'expérience reproduit un contexte de fraude permettant d'évaluer comment les modalités du contrôle affectent l'optimisme des fraudeurs potentiels. Ce travail élargit ainsi le champ des leviers d'une politique active de gestion des activités illégales.

Parallèlement aux recherches visant à mesurer les biais de confiance, les économistes se sont intéressés aux effets de ces derniers sur les comportements des agents et donc leurs gains attendus. La confiance en soi est-elle une caractéristique psychologique avantageuse ou dommageable ? Les accidents de la route ou les investissements financiers regrettables constituent des exemples de coûts potentiels de la sur-confiance. Néanmoins, les psychologues et les économistes soulignent également les bénéfices affectifs et fonctionnels d'une quantité modérée d'illusions positives. Bénabou et Tirole (2002) distinguent trois bénéfices majeurs produits par la confiance en soi. Le premier provient de la valeur de consommation de la confiance en soi. Les individus aiment se percevoir comme généreux, intelligents, sportifs, alors qu'ils souffrent d'avoir certains défauts. En d'autres termes, une haute estime de soi augmente directement la satisfaction de l'agent⁷. Le second bénéfice repose sur la valeur de signal de l'estime de soi. Concrètement, un individu qui pense, à tort ou à raison, posséder certaines qualités, a plus de facilités à convaincre les autres qu'il détient effectivement ces vertus⁸. Enfin, le dernier bénéfice s'appuie sur la valeur de motivation d'une image positive de soi. Ainsi, une haute estime

7. La valeur de consommation de l'image de soi a été introduite dans des modèles théoriques (Köszegi (2006) et Andolfatto et al. (2009)). Ces derniers montrent que les agents tendent alors à éviter les situations susceptibles de leur révéler de nouvelles informations sur leur niveau de compétences, afin de ne pas détériorer l'estime qu'ils ont d'eux-mêmes.

8. Burks et al. (2010) s'intéressent à la valeur de consommation et de signal des biais de confiance. Alors qu'ils ne trouvent pas de preuve de la première, ils montrent que les individus qui aiment occuper une position sociale dominante fournissent des auto-évaluations plus avantageuses.

de soi améliore la motivation à entreprendre des projets plus ambitieux et à persévérer face aux difficultés, qui mettent à l'épreuve notre volonté⁹.

Ces phénomènes d'ordre psychologique ont été introduits dans les recherches en économie afin d'étudier précisément leurs conséquences dans des contextes particuliers. Les modèles développés en finance ont été les premiers à introduire la confiance en soi pour expliquer les anomalies de marché. Dans ces travaux, la sur-confiance prend la forme d'un mauvais calibrage, au sens où les traders surestiment la précision de leur signal privé. Les résultats révèlent que le mauvais calibrage entraîne un accroissement des échanges et de la volatilité des prix, ce qui réduit le gain attendu des traders (Benos (1998) et Odean (1998); Biais et al. (2005) pour une preuve expérimentale). Les recherches ont également montré que les biais de confiance peuvent expliquer les taux élevés d'échec des entreprises naissantes (Camerer et Lovallo (1999) et Koellinger et al. (2007)), les décisions de fusion (Malmendier et Tate, 2005) et les impasses dans les négociations (Dickinson, 2006)¹⁰.

Le second chapitre de cette thèse s'intéresse aux effets des biais d'estime de soi dans un contexte particulier : la recherche d'emploi. Les biais de confiance ont récemment été intégrés dans des modèles de recherche d'emploi. Dubra (2004) étudie notamment les effets de l'optimisme sur les comportements de recherche d'emploi. Dans son modèle, les agents ne connaissent pas parfaitement la distribution des offres de salaires, mais ils forment une croyance initiale plus ou moins optimiste sur cette dernière. Il conclut que les agents optimistes cherchent plus longtemps que les pessimistes si les offres de salaire élevées sont perçues comme de bonnes nouvelles. Plus récemment, le modèle d'Andolfatto et al. (2009), dont l'une des applications possibles est la recherche d'emploi, étudie les effets de l'image de soi. Ces auteurs se concentrent sur la valeur de consomma-

9. Plusieurs économistes ont développé des modèles qui étudient comment l'estime de soi affecte la motivation individuelle (Bénabou et Tirole (2002), Compte et Postlewaite (2004) et Weinberg (2009)).

10. Beaucoup d'autres travaux se sont intéressés à l'influence des biais de confiance sur les comportements économiques. Cependant, seuls ceux portant sur la recherche d'emploi et l'économie des ressources humaines, qui sont les thématiques des chapitres 2 et 3, sont présentés dans la suite de cette introduction.

tion de l'image de soi, qui est donc modélisée comme un argument supplémentaire de la fonction d'utilité de l'agent. Leurs résultats indiquent que les individus caractérisés par de telles préférences tendent à éviter la situation de recherche afin de ne pas recevoir d'informations susceptibles de détériorer l'image qu'ils ont d'eux-mêmes. Parallèlement à ces approches théoriques, Falk et al. (2006) proposent une expérience dans laquelle les chances d'obtenir une offre de travail dépendent de l'habileté du participant, qui n'est pas parfaitement connue de ce dernier. Leurs résultats montrent que les individus qui ont, à tort, une haute estime d'eux-mêmes s'engagent trop fréquemment dans le processus de recherche ce qui leur est coûteux.

Dans le prolongement de ces travaux, le second chapitre offre une approche expérimentale visant à évaluer les effets des biais d'image de soi sur les comportements de recherche. Contrairement à Dubra (2004), le biais de confiance analysé est l'image positive de soi et non l'optimisme. Cependant, l'hypothèse retenue quant aux biais d'estime de soi diffère de celle d'Andolfatto et al. (2009). Alors que ces derniers postulent qu'une haute estime de soi affecte directement et positivement la satisfaction de l'agent (valeur de consommation de la confiance en soi), dans l'expérience présentée dans le second essai l'image de soi affecte indirectement l'utilité de l'agent en altérant sa perception des probabilités d'occurrence. L'hypothèse retenue est, en fait, celle proposée par Falk et al. (2006) qui conditionnent la probabilité de recevoir une offre d'emploi à l'habileté des individus. Notre travail se distingue cependant de celui de Falk et al. (2006) puisque ces derniers s'intéressent à la décision initiale d'entrée dans le processus de recherche d'emploi, alors que l'expérience décrite dans ce manuscrit étudie les comportements lors du processus de recherche, en particulier la fixation du salaire de réserve.

Le troisième chapitre relève d'un autre champ de recherche qui a récemment donné lieu à de nombreux travaux sur l'effet des biais de confiance, à savoir l'économie des ressources humaines. Les psychologues, et plus récemment les économistes, ont souligné les bienfaits de la confiance en soi sur la motivation et les performances individuelles (Taylor et Brown (1988), Bénabou et Tirole (2002) et Compte et Postlewaite (2004)).

L'image de soi influence également les activités que les agents choisissent d'entreprendre (Köszegi (2006) et Weinberg (2009)). Alors que Köszegi (2006) montre que les agents ayant une haute estime d'eux-mêmes évitent les tâches ambitieuses afin de ne pas risquer de détériorer l'image qu'ils ont d'eux-mêmes, Weinberg (2009) trouve qu'une surconfiance trop extrême pousse les agents à entreprendre des activités trop ambitieuses au vu de leurs compétences réelles. D'autres travaux se sont concentrés sur les politiques de différenciation des salaires en présence de travailleurs sur-confiants. La présence de travailleurs sur-confiants sur le marché du travail implique une compression, voire une non différenciation, des salaires (Fang et Moscarini (2005) et Santos-Pinto (2010a)). Les biais de confiance des travailleurs ont également des répercussions sur les schémas de rémunération incitatifs (Santos-Pinto (2007) et De la Rosa (2007)). Le degré de surconfiance des travailleurs détermine le schéma de rémunération à l'équilibre : plus le travailleur est sur-confiant plus le schéma de rémunération est incitatif, ce qui conduit le travailleur à supporter un risque excessif (De la Rosa, 2007). Les effets des biais d'image de soi ont également été étudiés dans différents modes d'organisation du travail. Lorsque le travail est organisé selon un mode compétitif (les tournois), les travailleurs sur-confiants pâtissent de leur biais en raison de leur choix d'effort inapproprié (Santos-Pinto, 2010b). Cette diminution du bien-être des travailleurs n'est, en revanche, pas systématique lorsque le travail est organisé en équipe. En présence de complémentarités d'effort, la présence d'un travailleur sur-confiant conduit l'ensemble des membres de l'équipe à exercer plus d'effort et produit une amélioration parétienne du bien-être lorsque le biais d'image de soi n'est pas trop extrême (Gervais et Goldstein, 2007).

Le travail proposé dans le troisième chapitre s'inscrit dans le prolongement de ces recherches, en particulier du modèle de Gervais et Goldstein (2007). En effet, l'analyse porte sur l'impact des biais d'image de soi dans le travail en équipe. Cependant, l'approche proposée est expérimentale et non théorique. Alors que les modèles décrits précédemment postulent que les travailleurs maintiennent une image positive d'eux-mêmes, l'expérience décrite dans le troisième chapitre évalue les biais d'image de soi avant de déterminer leur impact sur les choix d'effort en équipe.

Aperçu rapide des trois essais

L'étude présentée ici s'articule donc autour de trois essais expérimentaux qui partagent un objectif commun, à savoir évaluer l'influence de la confiance en soi sur les décisions prises par les agents économiques. Ces trois thèmes s'inscrivent dans le contexte particulier de l'économie comportementale du travail : le travail au noir, la recherche d'emploi et le travail en équipe.

Bien évidemment, la mise en relation de la confiance en soi avec l'économie du travail pousse spontanément à resserrer le champ de l'analyse à celui de l'économie des ressources humaines tant ce rapprochement est évident dans ce cas. Dès lors il n'est guère étonnant que le chapitre trois soit, par exemple, consacré à l'impact de la confiance en soi dans le travail en équipe. Cependant, alors que le marché du travail est présenté trop souvent comme le lieu de rencontres singulières entre des offres et des demandes anonymes, il est intéressant de constater que tant du côté de l'offre de travail des employeurs, que du côté de la demande de travail des employés, l'équilibre du marché du travail peut être significativement affecté par la confiance en soi. Cette dernière apparaît alors comme un autre déterminant que ceux qui sont couramment avancés pour expliquer le recours au travail illégal (chapitre un) et la durée du chômage (chapitre deux).

Ces trois contributions sont réalisées à l'aide de la méthode expérimentale. Cette dernière semble particulièrement adaptée dans le cadre de cette étude, puisque des données naturelles concernant les biais de confiance semblent, à première vue, difficilement accessibles. Partant de ce constat, l'idée de l'expérimentation consiste à inverser la démarche scientifique en reproduisant artificiellement un contexte économique dans un laboratoire avec de vrais participants et des transactions monétaires réelles. Cette méthode a le mérite d'isoler l'objet d'étude et, par conséquent, d'en considérer la pertinence. La méthode expérimentale requiert néanmoins d'être prudent en transposant les résultats obtenus dans le monde réel.

Le premier chapitre porte sur les décisions de fraude, et en particulier le travail au noir. Les politiques de lutte contre les activités illégales s'adosent, en partie, sur un dispositif de répression fondé sur la fréquence des contrôles et les pénalités encourues en cas de détection de l'illégalité. Le degré d'aversion au risque apparaît alors comme la principale explication de l'hétérogénéité observée dans les décisions de fraude. Cependant, n'existe-t-il pas d'autres caractéristiques psychologiques susceptibles d'influencer les comportements des fraudeurs potentiels ? En particulier, les agents n'exhibent pas tous le même degré d'optimisme quant au risque de détection de l'illégalité. Ce chapitre étudie dans quelle mesure les modalités du contrôle peuvent altérer l'optimisme des fraudeurs.

Afin de mettre en évidence l'influence des modalités du contrôle sur les décisions de fraude, l'expérience comprend deux traitements, entre lesquels seule cette dimension est modifiée. Le déroulement de chaque période reste le même quel que soit le traitement. Le participant reçoit une dotation qu'il doit répartir entre deux options qui représentent respectivement l'activité légale et frauduleuse. Le jeu d'investissement est le même dans les deux traitements, mais les modalités du contrôle diffèrent. Le risque de détection est présenté soit sous la forme d'une probabilité individuelle (traitement *Urne Individuelle*), soit sous la forme d'une fréquence en annonçant le nombre de participants aléatoirement désignés et contrôlés (traitement *Désignation*). Les 22 décisions, qui composent chaque traitement, sont cependant deux à deux identiques en termes de risque, ce qui implique que les participants ne devraient pas modifier leurs décisions d'investissement d'un traitement à l'autre.

Les résultats montrent sans ambiguïté que les décisions de fraude sont fortement sensibles aux modalités du contrôle. En moyenne, les participants se livrent davantage à l'activité frauduleuse sous le traitement *Désignation*. Ces variations de comportement entre les traitements suggèrent que les modalités d'annonce du contrôle altèrent la perception du risque : la désignation du nombre d'agents aléatoirement contrôlés tend à encourager l'optimisme des fraudeurs.

Le second chapitre s'intéresse ensuite aux comportements de recherche d'emploi. La probabilité de trouver un travail varie sensiblement d'un individu à l'autre, notamment en raison des différences d'habileté entre les demandeurs d'emploi. Or, évaluer ses compétences avec objectivité est une tâche particulièrement difficile. Les agents peuvent donc seulement former une croyance subjective sur leurs chances de réussite lors du processus de recherche d'emploi. Dès lors, comment les stratégies de recherche des agents sont-elles affectées par le fait qu'ils ne connaissent pas parfaitement leur niveau de compétences ? La perception qu'ils ont d'eux-mêmes conditionne-t-elle leurs exigences salariales et par conséquent leur durée de recherche ?

L'expérience est fondée sur un jeu de recherche d'emploi, dans lequel les participants doivent indiquer à chaque période leur salaire de réserve. Afin de mettre en évidence l'effet de l'incertitude quant à l'habileté sur les comportements de recherche, le jeu est soumis à trois traitements. Deux traitements de référence sont conduits en l'absence d'incertitude, puisque la probabilité de recevoir une offre d'emploi est parfaitement définie et connue des participants. Ces derniers se distinguent uniquement par la valeur de cette probabilité, qui est faible ou élevée. Le troisième traitement est conduit en information incomplète, dans la mesure où les participants ne connaissent pas parfaitement leur niveau d'habileté. Les chances de recevoir une offre pour les sujets peu habiles et les sujets très compétents correspondent respectivement aux probabilités faible et élevée mises en œuvre dans les traitements de référence. Pour chaque participant, le protocole expérimental permet ainsi de révéler son salaire de réserve lorsqu'il connaît parfaitement son niveau d'habileté (traitements de référence) et lorsqu'il est seulement en mesure de former une croyance subjective sur ce dernier (traitement en information incomplète).

Les résultats confirment que l'incertitude quant à l'habileté affecte les décisions de certains participants lors du processus de recherche. Lorsque les sujets ne connaissent pas parfaitement leur niveau de compétences, la majorité des individus se comportent comme si la probabilité de recevoir une offre était faible, alors qu'elle est élevée pour les sujets très habiles. En conséquence, l'incertitude quant à l'habileté produit un effet asy-

métrique entre les participants en fonction de leur niveau de compétences. En moyenne, les agents peu habiles ne modifient pas leur salaire de réserve, alors que les sujets très habiles tendent à diminuer leurs exigences salariales et donc à stopper plus rapidement leur recherche. L'analyse des croyances révèle néanmoins une forte hétérogénéité dans les décisions des agents peu habiles du fait de la perception qu'ils ont d'eux-mêmes. En effet, les individus peu compétents ont des exigences salariales d'autant plus élevées qu'ils ont une haute estime d'eux-mêmes.

Le troisième chapitre s'intéresse à l'effort exercé par les agents lorsqu'ils travaillent en groupe. Les performances des équipes de travail varient fortement d'une équipe à l'autre. Or, comme le suggèrent les psychologues, et plus récemment les économistes, l'image que les agents ont d'eux-mêmes affecte fortement leur motivation et leur performance individuelle. Dès lors une question s'impose : est-ce que l'estime que les travailleurs ont d'eux-mêmes peut expliquer la forte hétérogénéité observée dans les performances des équipes de travail ? Les travailleurs ayant une haute estime d'eux-mêmes exercent-ils plus ou moins d'effort que les autres ? Les travailleurs bénéficient-ils ou pâtissent-ils de l'image qu'ils ont d'eux-mêmes et de celle de leurs coéquipiers ?

L'expérience débute par une activité à effort réel visant à déterminer l'habileté des participants (faible ou élevée). Les sujets n'étant pas informés de leur niveau de compétences, la seconde étape du protocole expérimental consiste à révéler leur croyance sur leur habileté. Concrètement, les participants doivent indiquer de quel niveau d'habileté ils pensent être (faible ou élevé). A la suite de cette auto-évaluation, ils participent à un jeu de travail en équipe, dans lequel leur productivité dépend positivement de leur niveau d'habileté. Dans chaque équipe, leurs décisions consistent à choisir leur niveau d'effort. Lors de la prise de décision, les sujets disposent d'une ou plusieurs informations sur leur partenaire. Le protocole expérimental comprend deux traitements entre lesquels seule l'information fournie aux joueurs diffère. Alors que dans le traitement *Croyance* les participants connaissent uniquement la croyance de leur coéquipier, dans le traitement

Croyance et Productivité ils sont également informés de sa productivité réelle, et donc de son biais potentiel.

Les résultats confirment que la perception que les individus ont de leur habileté affecte significativement leurs décisions d'effort. En effet, à productivité égale, les participants qui surévaluent leur productivité exercent plus d'effort que les sujets qui ont une perception correcte de leurs compétences. Inversement, les sujets qui se sous-évaluent tendent à fournir moins d'effort que ceux qui ont des croyances non biaisées sur leur habileté. Les résultats révèlent également que la présence d'agents sur-confiants dans l'équipe améliore le niveau de production et le paiement global de l'équipe. Parallèlement, l'analyse du bien-être individuel montre que les individus bénéficient toujours de la sur-confiance de leur partenaire, mais pas de leur propre biais. En revanche, la présence d'agents sous-confiants ne produit que des effets néfastes dans l'équipe, puisqu'elle tend à diminuer les efforts exercés et à détériorer ainsi le niveau de production et le bien-être de tous les membres du groupe.