



LE TAGÈTE

Hors série n° 23, 2015

Marcel JB Tardif

Plante herbacée cultivée pour ses fleurs ornementales jaunes ou orangées à senteur poivrée, appelée communément oeillet.

PROBABILITÉ

Il y a deux sortes de probabilité au jeu: de gain ou de perte. Or, face à un choix, les gens attachent de l'importance au gain ou à la perte, plutôt qu'à la valeur en jeu. Considérons les deux ordres de choix suivants: a) forte probabilité de gain contre faible probabilité de gain; b) forte probabilité de perte contre faible probabilité de perte.

1) On a donc 95 % de forte chance de gagner \$10 000 contre 2) 5 % de faible chance de gagner \$10 000. 3) Enfin, on a 95 % de forte chance de perdre \$10 000, contre 4) 5 % de faible chance de perdre \$10 000. Dans le premier cas, les gens craignent d'être déçus, se montrent réfractaires au risque et acceptent une solution moins favorable. Dans le deuxième cas, ils misent sur un large gain, tentent le diable (risquent) et refusent une option plus favorable. Dans le troisième cas, ils espèrent s'épargner une perte, prennent une chance et rejettent une option plus favorable. Dans le quatrième cas, ils ont peur de perdre gros, sont réfractaires au risque et acceptent une solution moins favorable.

Dans le premier cas, les gens préfèrent accepter moins et sécuriser leur chance avec un gain plus sûr, c'est-à-dire moins risqué. Dans le deuxième cas, lorsque les mises sont nombreuses (loterie), les gens sont indifférents au fait que leurs chances de gagner diminuent à raison de l'accroissement des paris. Dans le quatrième cas, les gens préfèrent 'payer' plus que la valeur attendue de la transaction (ce que les assureurs savent, et ce qui explique qu'ils couvrent leurs frais et engrangent leurs profits - payer une prime pour éviter une faible probabilité de haut risque est coûteux). Dans le troisième cas, les chercheurs ont été surpris par la réaction des gens. On y classe ceux qui sont face à un choix désespéré; ils acceptent une forte probabilité que les choses tournent mal, dans l'espoir faible de s'épargner une lourde perte.

Le troisième cas de figure s'apparente aux entreprises qui prennent des risques au-delà de leur capacité de gestion, et encourent ce faisant des pertes catastrophiques. C'est notamment le cas des entreprises qui accusent un retard marqué sur les technologies dominantes, parce qu'elles n'ont pas su juger convenablement des risques à les adopter à temps. Elles s'épuisent, par la suite, en engouffrant millions sur millions pour récupérer le temps perdu sur la concurrence.

En vertu de 'la théorie des perspectives'¹, la crainte ('douleur') éprouvée n'est pas proportionnelle à la probabilité d'occurrence de la menace. Réduire la 'douleur' n'élimine pas le risque. Pour oblitérer la 'douleur' ressentie, il faut ramener le risque à zéro. Or, les circonstances de la vie, des hommes comme des organisations, ne permettent jamais d'assurer cet abaissement (élimination) du risque. Les choix irrationnels des hommes et des organisations font mentir plus souvent qu'autrement les savants modèles de rationalité des économistes. Et la probabilité d'amélioration, de cet état de fait, est de l'ordre de zéro aussi.

¹ http://fr.wikipedia.org/wiki/Th%C3%A9orie_des_perspectives http://en.wikipedia.org/wiki/Prospect_theory Développée par Daniel Kahneman et Amos Tversky en 1979, elle remet en cause la théorie de l'utilité espérée développée par John von Neumann et Oskar Morgenstern en 1944 et a valu à Daniel Kahneman le prix nobel d'économie en 2002. Elle décrit la manière dont les individus évaluent de façon asymétrique leurs perspectives de perte et de gain.. Pour donner un exemple simplifié, la 'douleur' de perdre \$1000 ne pourrait être compensée que par le 'plaisir' d'en gagner \$2000 voire \$3000. Contrairement à la théorie de l'utilité espérée, qui donne un modèle d'optimisation mathématique, la théorie des perspectives se veut descriptive du comportement réel des gens. Dans la formulation originale de la théorie, le terme *perspective* se référait aux résultats prévisibles d'une loterie.