

# L'effet de compensation morale ou comment les « bonnes actions » peuvent aboutir à une situation indésirable

---

Sophie Clot\*  
Gilles Grolleau\*\*  
Lisette Ibanez\*\*\*  
Peguy Ndodjang\*\*\*\*

*Des recherches récentes arguent qu'une « bonne action » pourrait contribuer à « désinhiber » l'individu en lui permettant d'entreprendre des actions « moins souhaitables » par la suite. Cet effet de compensation morale reste un domaine peu étudié, en dépit des conséquences potentielles considérables sur l'efficacité des politiques publiques. L'objectif de notre contribution est de définir et de caractériser cet effet tout en soulignant les risques d'effets pervers associés. Nous utilisons à cet effet des études et des exemples tirés de divers domaines, comme la consommation alimentaire ou les comportements prosociaux, et identifions des pistes de recherche visant à mieux comprendre les conséquences directes et indirectes de cet effet, tout en mentionnant quelques stratégies envisageables afin d'atténuer ce biais.*

## MORAL SELF-LICENSING OR HOW “GOOD DEEDS” MIGHT LEAD TO UNDESIRABLE SITUATIONS.

*Recent research argues that a good deed can disinhibit individuals and lead them to achieve undesirable deeds (e.g., choosing a salad which leads to increased snack intake). This so-called licensing effect has been recently documented in several analyzes, but we still lack a stabilized analytical framework. We also mention several contributions in behavioral economics that can explain licensing effects by alternative rationales. We aim at defining and characterizing the licensing effect and*

---

\* Montpellier SupAgro - LAMETA, UMR 1135, INRA. *Correspondance* : 2 place Pierre Viala, Bât. 26, 34060 Montpellier Cedex 1, France. *Courriel* : clot@supagro.inra.fr.

\*\* Montpellier SupAgro - LAMETA, UMR 1135 et LESSAC, ESC Dijon-Bourgogne. *Correspondance* : LAMETA, 2 place Pierre Viala, Bât. 26, 34060 Montpellier Cedex 1, France. *Courriel* : grolleau@supagro.inra.fr.

\*\*\* INRA-LAMETA, UMR 1135. *Correspondance* : 2 place Pierre Viala, Bât. 26, 34060 Montpellier. *Courriel* : ibanez@supagro.inra.fr.

\*\*\*\* Université Montpellier 1-LAMETA, UMR 1135 – LESSAC, ESC Dijon-Bourgogne et CEPS/INSTEAD, Luxembourg. *Correspondance* : CEPS/INSTEAD, 3 avenue de la Fonte, L-4364 Esch-sur-Alzette, Luxembourg. *Courriel* : peguy.ndodjang@ceps.lu.

Nous remercions l'éditeur et les évaluateurs de la *Revue économique* qui nous ont permis d'améliorer notre contribution. En outre, nous sommes redevables à plusieurs collègues du LAMETA, notamment Charles Figuières et Marc Willinger qui ont nourri nos réflexions, notamment à travers plusieurs discussions informelles. Enfin, nous remercions le programme GESSOL et l'ADEME pour leur soutien financier.

*emphasize plausible circumstances under which it can lead to unexpected adverse effects. We use examples from several domains such as food consumption or prosocial behaviors. Several policy implications are developed. We identify several research extensions to better understand this licensing effect. We also indicate strategies that can be used to overcome this bias.*

Classification JEL : Q50, D03, D04

## INTRODUCTION

Quel(s) effet(s) une « bonne action » réalisée à l'instant  $t$  a-t-elle sur les actions entreprises à  $t+1$  ? Bien que ces actions réalisées successivement puissent sembler déconnectées, plusieurs recherches récentes montrent qu'une « bonne action » pourrait contribuer à « désinhiber<sup>1</sup> » l'individu en lui permettant d'entreprendre des actions « moins souhaitables » par la suite. Par exemple, le choix d'une salade (un aliment *a priori* sain) en entrée pourrait légitimer chez l'individu le choix d'un dessert trop gras et trop sucré, dont il se serait abstenu s'il n'avait pas, au préalable, fait le choix de l'aliment sain (Wilcox *et al.* [2009]). Cet effet de compensation morale (*licensing effect*) demeure relativement méconnu dans la littérature académique en sciences économiques et juridiques, hormis quelques travaux récents qui lui sont consacrés dans divers domaines. L'attention limitée accordée à ce biais comportemental contraste avec son impact potentiel qui pourrait notamment expliquer les effets contre-productifs de certaines politiques visant à encourager des comportements prosociaux. Nous mentionnons également plusieurs pans de la littérature économique susceptibles de fournir des explications alternatives aux phénomènes étudiés, tout en focalisant notre contribution sur les apports de l'introduction du concept de compensation morale<sup>2</sup>.

L'objectif de notre contribution est de définir et de caractériser l'effet de compensation morale à différents niveaux d'analyse intra-individuel et interindividuel<sup>3</sup> (sections 2 et 3) tout en soulignant les risques d'effets pervers sur lesquels il peut déboucher (section 4). Ce biais comportemental est en effet susceptible de remettre en question l'efficacité de certaines politiques. Nous utilisons à cette fin des études et des exemples tirés de différents domaines, comme la consommation alimentaire ou les comportements prosociaux. Nous identifions plusieurs

---

1. Nous avons préféré le terme « désinhiber » à d'autres termes (*e.g.*, déculpabiliser), car il permet de souligner la dimension comportementale de l'effet de compensation morale, sans forcément s'attarder sur des caractéristiques propres à la « boîte noire » que constitue le cerveau humain.

2. Nous sommes particulièrement reconnaissants à l'un des évaluateurs qui a fourni un rapport d'une grande richesse qui nous a permis d'améliorer très significativement cette contribution, notamment en ce qui concerne le positionnement de l'effet de compensation morale par rapport à certains pans de la littérature économique.

3. Le niveau d'analyse intra-individuel s'intéresse aux relations établies par un individu entre des actions qu'il a lui-même effectuées, tandis que le niveau d'analyse interindividuel se rapporte aux réactions d'un individu lorsqu'il constate les actions successives effectuées par un tiers. Par exemple, si un individu a successivement réalisé une « bonne » action (*e.g.*, don à une œuvre caritative), puis une « mauvaise » (*e.g.*, fraude), l'observateur réagit-il de manière identique que s'il n'avait eu connaissance que de la mauvaise action ?

pistes de recherche visant à mieux comprendre les conséquences directes et indirectes de l'effet de compensation morale, tout en mentionnant quelques stratégies mobilisables afin d'atténuer ce biais (section 5).

## DÉFINITION ET CARACTÉRISATION DE L'EFFET DE COMPENSATION MORALE

La réalisation d'un acte individuel moralement valorisable peut donner lieu à la légitimation (généralement inconsciente) d'un acte moralement moins valorisable par la suite. Autrement dit, et tel que présenté par Monin et Miller [2001], une fois qu'un individu a démontré ses valeurs morales, vis-à-vis de lui-même ou de la société, il sera plus enclin à les enfreindre ultérieurement. Cette définition de l'effet de compensation morale associe deux concepts : 1) le caractère interne de l'acte ; 2) les qualités morales de l'acte. Le premier évoque un mécanisme propre à l'individu : il doit y avoir appropriation des actes par l'individu pour que ceux-ci puissent faire l'objet d'une compensation. Le second se réfère à des critères subjectifs, directement liés aux normes et aux règles en place dans la société. Les actes dotés de valeurs morales plus ou moins positives (« bonne action »), voire négatives (« mauvaise action »), convergent vers ce que l'on pourrait appeler un « équilibre de la morale », propre à chacun.

Pour illustrer cette analyse, Khan *et al.* [2010] font référence à un programme qui offre aux clients des compagnies aériennes la possibilité d'acheter des crédits carbone afin d'atténuer le rôle joué par le secteur aérien dans le réchauffement climatique. En réalité, il s'avère que ce programme aurait surtout permis de réduire la culpabilité des usagers et que, paradoxalement, l'achat de crédits carbone aurait ainsi contribué à accroître le trafic aérien. Un autre exemple, proposé par Monbiot [2009], se rapporte à l'histoire d'un couple ayant gagné tant de bons de réduction auprès du groupe de distribution international Tesco pour leurs actions de recyclage, qu'il a obtenu un vol gratuit vers les Caraïbes pour ses vacances. Ici, c'est le recyclage qui conduit de manière ironique à promouvoir l'usage d'un mode de transport particulièrement polluant et, *in fine*, à un bilan environnemental globalement négatif.

Les effets pervers liés à la compensation morale pourraient se rapprocher d'autres effets tels que l'effet rebond. L'effet rebond est une terminologie largement reprise dans le domaine du développement durable pour faire référence aux effets potentiellement contre-productifs du progrès technique. Il convient cependant d'apporter quelques précisions. L'effet rebond fait, dans la majeure partie des cas, référence à un effet de revenu, lequel caractérise une compensation d'ordre économique. C'est ainsi, par exemple, que les économies réalisées lors de l'introduction de machines à vapeur plus performantes et moins gourmandes en charbon ont permis de mener à bien la révolution industrielle en Europe (Jevons [1865] ; Binswanger [2001]). L'effet rebond illustre alors une situation où les sommes économisées grâce au progrès technique sont réinvesties pour augmenter le niveau de production, avec des résultats agrégés sur le plan des pollutions environnementales incertains. Cependant, dans notre travail, nous avons choisi de nous intéresser à un effet pervers d'ordre moral et cognitif. Les champs d'application de cet effet diffèrent ou se confondent, selon les cas, avec ceux

d'un effet de compensation d'ordre économique. Les modes de fonctionnement de cet effet de compensation morale, peu étudiés à ce jour, pourraient remettre en question l'efficacité de certaines politiques publiques.

Les champs du marketing et de la psychologie disposent de quelques travaux exploratoires sur le thème de la compensation morale et de ses conséquences (Khan et Dhar [2006] ; Sachdeva, Iliiev et Medin [2009] ; Mazar et Zhong [2010] ; Meritt, Effron et Monin [2010]). Ces travaux sont essentiellement basés sur une méthodologie issue des sciences expérimentales<sup>4</sup>. Dans une moindre proportion, des applications ont également vu le jour dans les sphères juridiques et médicales. Cette partie, qui vise à relever les diverses contributions apportées par la littérature, démontre ainsi la variété des domaines concernés.

Cain, Loewenstein et Moore [2005] mentionnent le possible rôle joué par l'effet de compensation morale lors de la révélation de conflits d'intérêt. Selon ces auteurs, le fait de révéler l'existence d'un conflit d'intérêt contribuerait à modifier la perception de l'apport d'une information biaisée par les intéressés. En d'autres termes, la révélation de conflits d'intérêts peut permettre de désinhiber l'apport d'une information biaisée par les acteurs en question, ce qui au final se traduit par des effets contre-productifs.

Khan et Dhar [2006] se sont, quant à eux, intéressés au domaine de la consommation des produits de luxe, après avoir démontré que cette consommation est connotée de manière négative sur le plan moral. Les auteurs ont démontré qu'une situation initiale faisant référence à un acte moral positif (*i.e.*, une action caritative) pouvait influencer les préférences pour des objets jugés non nécessaires ou futiles par la suite. Les auteurs montrent que le niveau de préférence des individus pour des biens de luxe est significativement supérieur dans la condition de compensation morale incluant une action caritative en premier lieu, avec 57,4 %, comparé à 27,7 % pour le groupe sans action caritative au préalable.

Un autre travail, mené par Sachdeva, Iliiev et Medin [2009], a permis d'illustrer l'impact d'une valorisation morale positive ou négative sur le consentement des individus à contribuer à une bonne œuvre : les individus ayant rédigé un passage positif sur eux-mêmes ont donné le cinquième du montant donné par les participants affectés à l'écriture d'un passage à connotations négatives. Se référant au domaine de la consommation de produits issus de l'agriculture biologique, Mazar et Zhong [2010] avancent que les participants ayant acheté des produits biologiques se sont montrés plus enclins à commettre des actes contraires à la morale dans une action ultérieure. Mazar et Zhong considèrent deux types d'actions « immorales » pouvant être réalisées par les participants : 1) reporter comme correctes des réponses incorrectes afin d'accroître leur gain et 2) prélever un montant supérieur au gain effectivement réalisé dans une enveloppe délibérément laissée sur la table des participants. Ils constatent que la moyenne des montants prélevés malhonnêtement passe de 0,08\$ chez les consommateurs de produits traditionnels à 0,56\$ chez les consommateurs de

---

4. Une grande majorité des travaux que nous citons dans cette partie sont basés sur un protocole expérimental identique. Les expériences mentionnées sont constituées d'un groupe de contrôle ainsi que d'un ou plusieurs traitements (réalisation, ou évocation, d'actions connotées positivement, ou négativement, du point de vue de la morale), puis d'un jeu commun (jeu du dictateur) consistant à évaluer les préférences morales des individus. L'objectif de ces diverses expériences est de comparer dans quelle mesure la réalisation préalable d'un acte valorisable moralement (ou non) peut avoir un impact sur les actions réalisées par la suite par les individus en question.

Tableau 1. Études expérimentales traitant de l'effet de compensation morale

Auteurs et années de publication	Khan et Dhar [2006]	Sachdeva, Liev et Medin [2009]	Mazar et Zong [2010]	Mazar et Zong [2010]	Mazar et Zong [2010]	Chiou <i>et al.</i> [2011]	Jordan, Mülle, et Murnighan [2011]
Design expérimental	1 traitement (aider un ami) x 1 contrôle (ne rien faire) suivi d'un jeu du dictateur	2 traitements (relater une histoire personnelle sur la base d'une liste prédéfinie de mots positifs vs mots négatifs) x 1 contrôle (mots neutres) suivi d'un jeu du dictateur	2 (magasin : conventionnel vs. bio) x 2 (action : exposition vs achat) traitements suivi d'un jeu du dictateur	2 traitements (magasin : conventionnel vs bio) suivi d'un <i>cheating game</i> *	2 traitements (magasin : conventionnel vs bio) x 1 contrôle (absence de vitamine C) suivi d'une mesure de la consommation de cigarettes	1 traitement (prise de vitamine C) x 1 contrôle (absence de vitamine C) suivi d'une mesure de la consommation de cigarettes	2 (évoquer une action morale vs une action immorale) x 2 (action effectuée par soi-même vs action effectuée par une tierce personne) suivi d'un <i>cheating game</i>
Caractéristiques de l'échantillon	80 étudiants (Amérique du Nord)	46 étudiants (Amérique du nord)	156 étudiants (Amérique du Nord)	90 étudiants (Amérique du Nord)	80 étudiants (Amérique du Nord)	80 étudiants (Amérique du Nord)	168 étudiants (Amérique du Nord)
Principaux résultats	Les participants en condition de compensation (aider un ami) ont donné moins que ceux du groupe de contrôle (don moyen sur \$2 = \$1,20 vs \$1,70)	Les participants ayant rédigé une histoire personnelle sur la base de mots positifs ont donné moins que ceux des autres groupes (don moyen sur \$10 = \$1,07 vs \$5,30 en condition négative et \$2,71 en condition neutre)	Les participants ayant acheté des produits bio ont donné moins que ceux ayant seulement été exposés aux produits biologiques (don moyen sur \$6 = \$1,76 vs \$2,12)	Les participants du magasin bio ont acquis malhonnêtement \$0,48 en plus (sur \$5) que les autres participants du magasin conventionnel.	La prise de vitamine C a conduit à une augmentation significative de la consommation de cigarettes ( $r = 0,59$ , $P < 0,001$ ).	La prise de vitamine C a conduit à un comportement moins honnête par la suite (fréquence des « tricheries » sur un total de 15 = 3,58 vs 0,71 après rappel d'une action immorale sur soi.) Le contraire se produit lorsque l'action se réfère à une tierce personne (fréquence des « tricheries » = 2 sur 15 vs 3,84 pour ceux ayant évoqué une action immorale sur un tiers).	Évoquer une action morale sur soi conduit à un comportement moins honnête par la suite (fréquence des « tricheries » sur un total de 15 = 3,58 vs 0,71 après rappel d'une action immorale sur soi.) Le contraire se produit lorsque l'action se réfère à une tierce personne (fréquence des « tricheries » = 2 sur 15 vs 3,84 pour ceux ayant évoqué une action immorale sur un tiers).

\* Jeu visant à tester les comportements déviants en mesurant la propension à agir de façon malhonnête.

produits biologiques, et le pourcentage de personnes ayant menti (soit reporter comme correctes des réponses qui ne l'étaient pas) passe de 42,5 % pour les consommateurs de produits traditionnels à 51,4 % chez les consommateurs de produits biologiques. Enfin, dans le domaine de la santé, des études ont montré que la prise de compléments nutritionnels riches en vitamine C pouvait inciter les individus à consommer plus de cigarettes (Chiou *et al.* [2011]). La compensation morale se manifeste ici *via* la consommation de produits dotés d'attributs positifs pour la santé, laquelle désinhibe la consommation de produits dotés d'attributs négatifs pour la santé.

Nous retenons trois principaux enseignements de cette revue de la littérature. Tout d'abord, l'effet de compensation morale est bel et bien observable, et ce dans divers domaines. Deuxièmement, l'effet de compensation morale peut apparaître dans un certain ordre (action positive suivie d'une action négative) aussi bien que dans un autre (action négative suivie d'une action positive). Enfin, lorsqu'un important niveau de « capital moral » est atteint, cet effet de compensation peut aller jusqu'à désinhiber des comportements malhonnêtes, et par là même encourager une claire transgression de la morale.

Bien que cette partie soit partiellement consacrée à une revue des travaux récents relatifs à l'existence de l'effet de compensation morale, il convient de mentionner l'existence d'un corpus théorique parallèle qui met en avant les effets de consistance ou de cohérence dans les comportements, où de bonnes actions entraîneraient d'autres bonnes actions, débouchant ainsi sur une spirale vertueuse de plus en plus forte (Novemsky et Dhar [2005] ; Stern *et al.* [1999] ; Cialdini, Trost et Newsom [1995]). Cette théorie de la consistance se fonde sur un certain nombre de principes (« poursuite d'un objectif », « impératif moral de cohérence », « système de valeurs ») pour expliquer le maintien de comportements stables et permanents dans le temps. Sans entrer en totale contradiction avec les principes de cette théorie, les fondements de l'effet de compensation morale viennent plutôt remettre en cause la possible généralisation d'une hypothèse de stabilité des comportements dans le temps. Identifier les facteurs explicatifs ou les circonstances débouchant sur la continuité (consistance) ou sur la discontinuité (compensation) des comportements constituerait une avancée majeure, mais cette piste de recherche dépasse très largement les ambitions de notre contribution.

Bien qu'ayant fait le choix de focaliser notre contribution sur l'effet de compensation morale, nous reconnaissons que les situations qu'il permet d'expliquer peuvent également l'être en référence à d'autres travaux, notamment théoriques, sur le contrôle dynamique de soi<sup>5</sup>. Tout au long de notre contribution, nous ne cherchons pas à départager ces approches, ou à favoriser la prééminence des unes sur les autres, mais plutôt à souligner certaines zones de recoupement, mais aussi certaines différences susceptibles de stimuler de futures recherches. Ainsi, l'effet de compensation morale de premier ordre étant un mécanisme dynamique de choix séquentiels, les travaux sur la cohérence dynamique en théorie de la décision peuvent constituer une source d'inspiration pour réfléchir à des pistes de rationalisation de ce phénomène. Cette littérature modélise les

---

5. La littérature en psychologie possède également une gamme importante de travaux sur le contrôle dynamique de soi (*cf.* Kuhl et Beckmann [1985]), qui pourrait être utilement reliée à l'effet de compensation morale.

choix intertemporels d'un individu comme un jeu séquentiel entre différents soi (*selves*) de l'individu à différentes dates (Ainslie [2001]). Cette littérature accorde une importance particulière à l'actualisation quasi hyperbolique qui permet d'expliquer des choix temporellement incohérents. En particulier, Bénabou et Tirole [2004] (voir également Battaglini *et al.* [2005] ; Gneezy *et al.* [2012]) développent un modèle général de contrôle de soi permettant d'analyser les processus qui sous-tendent l'évaluation qu'un agent fait de sa propre image et, d'autre part, de décrire comment cette dernière peut induire différents comportements temporellement incohérents. Dans leur modèle de contrôle dynamique de soi, les individus ne se souviennent qu'imparfaitement de leurs motivations passées et tirent des conclusions sur ces motivations à partir de leurs actions passées, comme l'abandon d'une règle personnelle. Dans ce cas, le bénéfice issu du maintien d'une bonne image de soi pourrait motiver les individus à adhérer à une règle personnelle pourtant considérée comme désagréable. Ainsi, l'effet de compensation morale pourrait correspondre à une substituabilité stratégique entre les décisions d'un individu à des dates différentes (des actions positives en  $t$  entraînant par exemple des actions négatives en  $t + 1$ ), alors que les études précédentes sur le contrôle de soi rationalisent davantage une forme de complémentarité stratégique entre les choix présents et futurs. Même si les travaux sur le contrôle dynamique de soi en économie n'abordent pas spécifiquement l'effet de compensation morale, il convient de reconnaître que des liens, tant méthodologiques que conceptuels, existent avec cette littérature.

Concernant la fiabilité des données générées, plusieurs facteurs peuvent pousser le lecteur à relativiser les résultats avancés. En effet, même si quelques contributions implémentent des procédures incitatives (souvent à travers le recours à un jeu du dictateur<sup>6</sup>), ce n'est pas le cas systématiquement. En outre, le nombre de sujets est souvent inférieur aux standards dans les expériences en économie, ce qui pourrait jeter une certaine suspicion. Les expériences sont souvent contextualisées, ce qui pourrait réduire la généralisation des enseignements que l'on peut en tirer. Enfin, les études susmentionnées mettent rarement en œuvre des procédures permettant d'exclure l'explication par des mécanismes autres que l'effet de compensation. Par exemple, le fait que les individus rapportent des histoires en des termes connotés positivement sur eux-mêmes peut permettre de révéler des caractéristiques personnelles (*e.g.*, optimisme, sur-confiance) susceptibles d'interagir avec les préférences de ces individus. Un excès d'optimisme peut notamment être corrélé au caractère compétitif des agents. Camerer et Lovallo [1999] montrent que la tendance à surestimer ses propres capacités est particulièrement prononcée chez les individus ayant de fortes compétences. On peut en outre s'attendre à ce que ces individus particulièrement compétitifs soient plus enclins à garder une grande part de leur dotation dans le jeu du dictateur. Par conséquent, si le fait que les sujets de l'expérience de Sachdeva *et al.* [2009] témoignent d'une haute estime d'eux-mêmes dans leurs histoires traduisant un caractère optimiste et/ou sur-confiant, il se peut que ces sujets soient davantage portés sur la compétition et que leur composante prosociale soit particulièrement

---

6. Dans sa version la plus simple, le jeu du dictateur permet d'observer le comportement d'un joueur A auquel est attribuée une somme  $x$  qu'il peut partager (ou non) avec un autre joueur B, en lui transférant le montant  $y$ . L'unique décision est celle du joueur A qui aboutit à une répartition de la somme  $(x - y ; y)$ . Les joueurs sont anonymes mais le montant et les règles sont connus de tous. La prédiction traditionnelle est que le joueur A va tout garder ( $y = 0$ ) et ne rien donner au joueur B, puisque c'est la décision qui est censée maximiser son utilité.

inhibée. Par voie de conséquence, ces individus donneront moins dans le jeu du dictateur sans pour autant essayer de compenser un récit positif.

De même, l'étude Chiou *et al.* [2011] pourrait faire l'objet d'une interprétation alternative. Si l'on considère que les fumeurs opèrent un arbitrage entre la satisfaction immédiate que leur procure la consommation de cigarettes et les intérêts qu'ils ont à plus long terme à se passer de fumer pour préserver leur capital santé, il semble naturel que les individus se sentant moins vulnérables après la prise de compléments arbitrent plus favorablement pour la consommation de cigarettes, non pas parce qu'ils décident de compenser la prise de vitamine C, mais parce que cette prise de compléments modifie désormais leur arbitrage entre satisfaction immédiate d'un besoin de fumer et préservation de leur santé à plus long terme. Ils peuvent être ainsi amenés à se sentir renforcés par la prise de compléments et à sous-pondérer les dégâts du tabac sur leur organisme dans le futur, ce qui les fait mécaniquement arbitrer en faveur de la satisfaction du besoin immédiat de consommer une cigarette.

## LA « BONNE ACTION » D'UN TIERS REND-ELLE PLUS TOLÉRANT À UNE « MAUVAISE ACTION » DE SA PART ?

Nous avons défini, dans la section précédente, l'effet de compensation morale comme caractéristique d'une situation où un individu s'octroie le droit de compenser une « bonne action » précédemment effectuée par un comportement socialement indésirable. Cependant, la réalisation de cette « bonne action » par cet individu peut également influencer le jugement moral de son comportement subséquent par les autres ainsi que leur attitude à son égard. En effet, la théorie de la réciprocité stipule que les individus ajustent leur comportement en fonction du comportement des autres (Croson [2007]). Les mêmes personnes qui se montrent altruistes à l'égard des personnes altruistes sont aussi motivées à sanctionner ceux qui les ont offensées (Rabin [1993]). Selon cette théorie, les individus récompensent les bonnes actions (ou intentions) et sanctionnent les mauvaises actions (ou intentions), non seulement si celles-ci les concernent directement (Fehr, Fischbacher et Gächter [2002]) mais également si celles-ci concernent des personnes tierces, et ce même si cela s'avère coûteux pour eux (Fehr et Gächter [2004] ; Falk, Fehr et Fischbacher [2005]). Ces récompenses et punitions (pouvant être de deuxième ou de troisième ordre) sont souvent attribuées aux émotions positives ou négatives procurées par le respect ou non des valeurs morales.

En revanche, la théorie de la réciprocité est relativement silencieuse sur ce qu'il se passe lorsqu'un individu fait dans un premier temps une bonne action envers A et par la suite une mauvaise action à l'encontre de B (ou l'inverse, c'est-à-dire une mauvaise action envers A et ensuite une bonne à l'encontre de B). Sera-t-il au final récompensé du fait de la bonne action envers A ou puni à cause de la mauvaise action envers B, ou cette succession génère-t-elle un arbitrage spécifique ? Plusieurs sphères de réciprocité interagissent et la théorie ne permet pas de prédire clairement le comportement de B. En effet, lorsque B prend en compte le comportement de l'individu à l'égard de A, il le fait dans un cadre de réciprocité « généralisée » ou indirecte, alors qu'il prend en compte



l'action à son égard, cela se rapporte à une réciprocité directe limitée entre les deux agents. Ce « dilemme de réciprocité<sup>7</sup> » nous amène à nous interroger sur la compensation morale des actions des autres (*licensing to others*). Cet effet de compensation morale de « second ordre » met en avant la part d'indulgence vis-à-vis des personnes tierces selon l'ensemble de ses actions précédentes.

En psychologie, la théorie de la compensation morale montre que le comportement des individus peut varier en fonction des actions des autres, et parfois de façon contre-intuitive. Selon cette théorie, la réalisation d'un acte moralement valorisable par un tiers peut donner lieu à l'acceptation (de la part des observateurs) d'un acte moralement moins valorisable par ce même tiers. Selon la littérature, plusieurs facteurs déterminent cette compensation, à savoir l'appartenance à un groupe (un individu se montrera plus indulgent envers un membre de son groupe, Krumm et Corning [2008]), le degré de recoupement entre les domaines (e.g. : environnement, société, solidarité) auxquels appartient la bonne et la mauvaise action (risque d'hypocrisie) (Efron et Monin [2010] ; Merritt *et al.* [2010] ; Miller et Efron [2010]) et l'ambiguïté de la mauvaise action qui pourrait impliquer l'ambivalence des interprétations de celle-ci (Krumm et Corning [2008] ; Efron et Monin [2010], Merritt *et al.* [2010], Miller et Efron [2010]).

Krumm et Corning [2008] cherchent à savoir si les actions passées des individus influencent le jugement des autres à leur égard. Plus précisément, leur protocole expérimental examine le jugement des individus sur un comportement à connotation discriminatoire perpétré par un hétérosexuel à l'égard d'un membre de la communauté LGB (lesbiennes, gays ou bisexuels). Un indicateur d'un « jugement moyen », échelle allant de 1 (très indulgent) à 7 (très critique), est construit à partir de 40 questions. Deux groupes d'individus participent à l'expérience : l'endo-groupe, constitué de 123 personnes s'étant identifiées comme hétérosexuelles, et l'exo-groupe, constitué de 123 personnes s'étant identifiées comme lesbiennes, gays ou bisexuelles (LGB). Les résultats de l'expérience montrent que le comportement des individus influence le jugement des autres à leur égard et que le jugement entre les deux communautés diffère. Le jugement moyen est moins sévère (3,41) si l'auteur de l'acte a prouvé sa bonne moralité auparavant, que si celui-ci n'a fait aucune bonne action (3,75) avec  $p < 0,0001$  pour les deux groupes confondus. Les individus de l'endo-groupe sont plus indulgents envers leurs membres (3,20 pour les hétérosexuels et 3,60 pour les LGB). Il faut noter que la condamnation est presque unanime lorsque le membre du groupe n'a pas montré auparavant qu'il n'était pas homophobe (3,7 pour les hétérosexuels et 3,80 pour les LGB).

L'effet d'indulgence est également mis en évidence par Efron et Monin [2010] qui y ajoutent le degré de recoupement entre les domaines auxquels appartiennent la bonne et la mauvaise action ainsi que la notion d'ambiguïté de la mauvaise action. Pour ce faire, les auteurs mettent en place trois protocoles. Le premier teste la réalisation de l'effet d'indulgence lorsque le domaine de la bonne action est différent de celui de la transgression morale (*i.e.* interdomaine). Après avoir fait lire à 138 étudiants des articles sur les transgressions morales commises par des individus, la moitié des étudiants (groupe 1), contrairement à l'autre moitié (groupe 2), reçoit des informations sur les bonnes actions réalisées

7. Situation où un individu doit arbitrer entre la réciprocité positive et la réciprocité négative, ou entre la réciprocité directe et la réciprocité indirecte avec des prédictions contraires.

par ces mêmes individus. Le jugement moral de ces transgressions par les deux groupes est évalué à travers neuf items sur une échelle de 1 (très indulgent) à 7 (très critique). Les résultats de cette expérience montrent que les sujets qui ont été informés sur les bonnes actions précédemment effectuées par ces individus sont plus indulgents (jugement moyen du groupe 1 = 4,97) que ceux qui connaissent uniquement les transgressions commises (jugement moyen du groupe 2 = 5,81),  $p < 0,0001$ .

Une deuxième expérience confirme l'effet d'indulgence inter-domaines, mais montre que celui-ci n'apparaît pas si les bonnes actions précédentes et la transgression sont effectuées dans un même domaine. L'expérience considère trois groupes : le groupe 1 lisant un article sur les bonnes actions effectuées dans un domaine différent de la transgression (inter-domaines) ; le groupe 2 lisant un article sur les bonnes actions effectuées par cet individu dans le même domaine de la transgression (intra-domaine) ; et le troisième groupe (*i.e.* de contrôle) ne recevant aucune information sur les bonnes actions. L'évaluation du jugement a été faite à partir de quinze items sur une échelle allant de - 4 (très indulgent) à 4 (très sévère). Les résultats montrent que, lorsque la transgression morale est avérée, les participants se montrent seulement plus indulgents lorsque les domaines des actions sont différents (jugement moyen du groupe 1 = - 0,21,  $SD = 0,61$  ; jugement moyen du groupe 2 = 0,13,  $SD = 0,48$  ; jugement moyen du groupe de contrôle = 0,13,  $SD = 0,59$ ).

La dernière expérience met en évidence l'impact de l'ambiguïté de la transgression, quel que soit le domaine de la bonne action. Reprenant le protocole de la deuxième expérience, Effron et Monin [2010] présentent aux sujets des actions qui pourraient ou non être interprétées comme des transgressions morales. Les résultats montrent que, lorsque la transgression est ambiguë, l'effet d'indulgence se produit, quel que soit le domaine de la bonne action.

Suite à leurs travaux, les auteurs distinguent deux modèles non mutuellement exclusifs permettant d'analyser plus finement les mécanismes psychologiques sous-jacents à l'effet d'indulgence<sup>8</sup> : 1) le modèle du crédit moral et 2) le modèle de référence morale. Le modèle du « crédit moral » stipule que les observateurs se comportent comme si les acteurs disposaient d'un compte moral crédité par les actes socialement désirables et débité par les actes socialement indésirables selon un objectif de niveau constant (Effron et Monin [2010], Miller et Effron [2010]). Prenons le cas d'un individu qui achète des ampoules basse consommation pour sa maison. Les individus octroieront plus facilement à ce dernier le droit de laisser inutilement allumé que dans le cas d'individus ayant acheté des ampoules classiques. Ici, l'achat d'ampoules spéciales octroie le crédit d'une utilisation moins vertueuse. Le modèle de référence morale s'est, quant à lui, répandu *via* les travaux de Monin et Miller [2001]. Dans ce modèle, la bonne action sert de « nouvelle » référence morale (modification du point de référence et donc des délimitations de la bonne et de la mauvaise action) et permet aux observateurs d'accepter un comportement qui aurait, dans une autre configuration, été jugé socialement indésirable (Effron et Monin [2010] ; Merritt *et al.* [2010]). Reprenons l'exemple de l'individu achetant des ampoules basse consommation. Si ce dernier ne veille pas à éteindre quand il sort d'une pièce, les

---

8. Il convient de souligner que ces deux modèles pourraient également très bien s'appliquer à l'analyse de l'effet de licence présenté dans le point 2.

autres n'interpréteront pas son acte comme du gaspillage d'énergie parce qu'il s'agit d'une ampoule basse consommation. Ici, c'est la perception de l'action indésirable qui est altérée. Il faut remarquer ici qu'il n'y a pas recherche du maintien à niveau constant d'un compte moral mais que le jugement moral dépend très fortement du contexte et/ou de la norme sociale en place. Pour résumer les différences entre les concepts de « crédit moral » et de « référence morale », Effron et Monin [2010] déclarent :

Si les crédits moraux sont comme des comptes de dépôts qui permettent d'acheter le droit de transgresser les normes, les références morales fournissent une lentille à travers laquelle les comportements indésirables seront interprétés de manière plus favorable.

Cette littérature sur l'effet d'indulgence, présente principalement en psychologie, confirme le caractère inconscient des actes régis par la compensation morale, et souligne, par ailleurs, le dépassement de son caractère individuel, en montrant que le jugement d'une personne vis-à-vis d'un tiers sera fonction des valeurs morales attribuées à ce tiers à travers la perception de ses actions préalables. La pertinence de ce phénomène en économie semble entière et pourrait s'illustrer par l'instrumentalisation de certains acteurs économiques soucieux de leur image comme, par exemple, le concept de *greenwashing* (i.e. éco-blanchissement). L'éco-blanchissement caractérise une situation où l'entreprise met en avant son action vertueuse en faveur de l'environnement de sorte à redorer une image potentiellement ternie par les externalités négatives liées à son activité. C'est ainsi qu'une campagne axée sur l'action de rétention du carbone par les arbres permet aux fermes dédiées à la culture des sapins de Noël de bénéficier d'une image positive, venant contrebalancer au sein de l'opinion l'impact négatif de ces fermes sur les nappes phréatiques lié à une forte utilisation de pesticides (Hoffman et Hoffman [2009]).

## IMPLICATIONS ET RISQUES D'EFFETS PERVERS LIÉS À L'EFFET DE COMPENSATION MORALE

« Les impressions anciennes ne sont pas seules capables de nous abuser : les charmes de la nouveauté ont le même pouvoir. »

Blaise Pascal, *Pensées*.

L'effet désinhibant de la « bonne action » (voire de la simple évocation de cette dernière) pourrait relativiser les études relatives à un comportement considéré de manière isolée. En effet, les résultats positifs de certaines de ces études (indiquant, par exemple, que 80 % des individus d'une communauté donnée pratiquent le recyclage) pourraient très bien cacher une réalité plus « perverse » où, lorsqu'un ensemble de comportements est considéré, le résultat global (en termes de performances environnementales globales) apparaît beaucoup plus nuancé (Teisl *et al.* [2009]). Une étude réalisée auprès de plusieurs centaines de ménages britanniques par Lomas [2010] révèle ainsi que les individus ayant amélioré l'efficacité énergétique de leur maison sont aussi ceux qui sont le plus à même de s'autoriser de « petits » excès (augmenter la température du chauffage, ou le laisser allumé plus longtemps). Cet effet de compensation morale peut se

manifester au sein du même domaine (*e.g.*, comportements liés à l'environnement) ou dans des domaines différents (*e.g.*, comportements liés à l'environnement et à l'honnêteté), ce qui rend son analyse encore plus délicate.

L'effet de compensation morale pourrait également remettre en question les résultats visant à démontrer l'efficacité de telle ou telle politique considérée isolément. En effet, en supposant qu'une politique incite l'individu à adopter un comportement socialement désirable, elle pourrait également générer chez lui une désinhibition ou une propension à réaliser un acte socialement indésirable avec un effet agrégé incertain. Par exemple, cet effet de compensation morale pourrait entraîner des comportements où « l'arbre cache la forêt ». Ainsi, la réalisation d'actions minimales, comme éteindre la lumière en sortant d'une pièce, pourrait désinhiber l'individu et involontairement lui octroyer le droit de réaliser des actions indésirables du point de vue de l'environnement, comme le fait d'utiliser un véhicule personnel plutôt que les transports en commun.

Cet effet de compensation morale pourrait également être instrumentalisé par certains agents qui, en introduisant une « bonne action », viseraient à désinhiber l'individu par rapport à l'action qu'ils souhaitent réellement le voir entreprendre. De la même façon, l'effet d'indulgence pourrait être instrumentalisé par les entreprises, comme dans le cas des produits partagés<sup>9</sup>. En effet, à travers les produits partagés, une entreprise s'engage à reverser auprès d'une association un pourcentage du prix de vente d'un produit ou à financer une activité (replanter un arbre, par exemple) à la suite de l'achat du produit support par le consommateur (Grolleau *et al.* [2011]). Les consommateurs seront-ils dès lors plus tolérants à une augmentation relative du prix du produit ou à une répartition plus inéquitable de la valeur ajoutée le long de la filière (« comportement indésirable ») du fait que l'entreprise en reverse (« bonne action ») une part pour la « bonne » cause ? Ou, encore, seront-ils plus tolérants vis-à-vis de l'impact environnemental exercé par l'entreprise en question ?

Certains travaux suggèrent que l'effet de licence ne nécessite pas forcément la réalisation de la « bonne action », mais peut s'appuyer sur la simple possibilité de la faire (*e.g.*, aller dans un restaurant rapide parce qu'il propose des aliments sains (salades, fruits), mais choisir en réalité les aliments « indésirables », Wilcox *et al.* [2009]), voire sur des choix futurs. Par exemple, certains individus pourraient s'autoriser des comportements à gratification immédiate (dont ils se seraient autrement abstenus, comme le fait de choisir des aliments peu sains ou des produits de luxe) en évoquant les dispositions futures qu'ils envisagent (*e.g.*, commencer à faire de l'exercice et un régime, Khan et Dhar [2007]). Cet arbitrage inter-temporel pourrait être renforcé par le biais d'escompte hyperbolique où les coûts associés à l'adoption d'un comportement dans l'avenir sont fortement dévalués jusqu'à l'arrivée de ce futur, provoquant ainsi la procrastination (Frederick *et al.* [2002]).

---

9. Bien que nous mentionnions l'effet de compensation morale comme une motivation possible de la plus grande disposition à payer de certains consommateurs à l'égard des produits partagés, il ne s'agit pas de la seule explication possible. Il se peut également que plusieurs motivations coexistent. En effet, ce consentement à payer plus élevé peut être lié à des motivations sociales orientées directement sur l'association qui bénéficie d'une partie du produit des ventes (*e.g.*, altruisme, aversion pour les inégalités) ou à la volonté d'accroître l'estime que ce consommateur a de lui-même lorsqu'il donne à une cause, et ce indépendamment des intentions de l'entreprise.

## CONCLUSION

L'effet de compensation morale se rapporte à un biais comportemental où une action n'est plus considérée de manière isolée mais en référence aux actions passées ou mêmes futures. Ce positionnement de l'action peut déboucher sur des effets inattendus et contre-intuitifs, par exemple en autorisant certains comportements dont l'individu se serait abstenu si le comportement en question était considéré de manière isolée ou déconnecté des autres. En dépit du développement récent de travaux essentiellement en marketing et en psychologie, l'effet de compensation morale est encore largement sous-étudié notamment dans les sciences économiques et juridiques. Sans prétendre à l'exhaustivité, ni chercher à les hiérarchiser, nous évoquons ci-dessous quelques-unes des pistes de recherche qui nous semblent prometteuses.

– La première piste se rapporte aux aspects quantitatifs et temporels liés à l'effet de compensation morale. Ainsi, une bonne action permet-elle de réaliser une, deux ou plusieurs actions indésirables ? Quels sont les critères qui président à cet arbitrage quantitatif ? Pendant combien de temps la bonne action désinhibe-t-elle l'individu ? De plus, il n'est pas acquis *a priori* que l'effet de compensation soit symétrique, en fonction de la nature bonne ou mauvaise de l'action initiale.

– La genèse de l'action initiale impacte-t-elle l'effet de compensation morale ? Pour prendre une distinction courante, certaines « bonnes actions » sont volontaires et librement consenties, alors que d'autres sont imposées et obligatoires, par exemple en recourant à la réglementation. Aboutissent-elles au même effet de compensation morale ? Des politiques volontaristes, qui misent sur la bonne volonté de chacun, se traduiront-elles de la même façon en termes d'effet de compensation morale que des politiques plus contraignantes ?

– L'effet de compensation morale peut-il s'exprimer au sein d'un groupe, comme la famille ou l'entreprise ? La bonne action réalisée par le conjoint peut-elle générer un effet de compensation intra-familiale ? L'intuition sous-jacente serait que la réalisation d'un acte vertueux par l'un des membres du groupe (*e.g.*, donation à une œuvre caritative, recyclage) autoriserait un autre membre à être plus indulgent envers lui-même vis-à-vis d'actions qu'il se serait peut être interdit autrement.

– Quelles stratégies peuvent être mobilisées pour atténuer les biais liés à l'effet de compensation ? Cet effet est-il conscient ou inconscient ? Suffit-il d'informer les individus sur l'existence de ce dernier pour l'atténuer ? Ou, encore, existe-t-il des mécanismes qui permettraient, au contraire, d'enclencher une succession d'actions cohérentes et vertueuses ?

– Enfin, puisque l'effet de compensation morale semble reposer sur un processus dynamique, il est naturel de s'interroger sur le délai nécessaire pour permettre d'atténuer, voire de faire disparaître, l'inertie des actions passées. Il est en principe possible d'envisager des recherches qui contrôlèrent l'impact d'une action donnée sur une action ultérieure pour différents délais entre ces actions. Il est également possible que la plus ou moins forte dissipation de l'effet des actions au cours du temps soit dissymétrique en fonction de la nature bonne ou mauvaise des actions passées.

L'effet de compensation morale demeure un domaine d'étude caractérisé par des connaissances récentes, non stabilisées, mais dont les conséquences

pourraient être considérables en termes de politiques publiques et de stratégies managériales. Cet article constitue un plaidoyer en faveur de recherches pluridisciplinaires rigoureuses, testables sur le terrain et susceptibles de permettre une meilleure compréhension de cet effet.

### RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AINSLIE G. [2001], *Breakdown of will*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BATTAGLINI M., BÉNABOU R. et TIROLE J. [2005], « Self-control in peer groups », *Journal of Economic Theory*, 123 (2), p. 105-134.
- BÉNABOU R. et TIROLE J. [2004], « Willpower and personal rules », *Journal of Political Economy*, 112, p. 848-886.
- BINSWANGER M. [2001], « Technological Progress and Sustainable Development: What about the Rebound Effect? », *Ecological Economics*, 36, p. 119-132.
- CAIN D.M., LOEWENSTEIN G. et MOORE D.A. [2005], « The Dirt on Coming Clean: Perverse Effects of Disclosing Conflicts of Interest », *Journal of Legal Studies*, 34 (1), p. 1-25.
- CAMERER C.F. et LOVALLO D. [1999], « Overconfidence and excess entry: An experimental Approach », *American Economic Review*, 89 (1), p. 306-318.
- CHIOU W.B., WAN C.S., WU W.H. et LEE K.T. [2011], « A randomized experiment to examine unintended consequences of dietary supplement use among daily smokers: taking supplements reduces self-regulation of smoking », *Addiction*, 106 (12), p. 2221-2228.
- CIALDINI R.B., TROST M.R. et NEWSOM J.T. [1995], « Preference for consistency: The development of a valid measure and the discovery of surprising behavioral implications », *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (2), p. 318-328.
- CROSON R. [2007], « Theories of Commitment, Altruism and Reciprocity: Evidence from Linear Public Goods Games », *Economic Inquiry*, 45 (2), p. 199-216.
- EFFRON D. et MONIN B. [2010], « Letting People Off the Hook: When Do Good Deeds Excuse Transgressions? », *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36 (12), p. 1618-1634.
- FALK A., FEHR E. et FISCHBACHER U. [2005], « Driving Forces behind Informal Sanctions », *Econometrica*, 73 (6), p. 2017-2030.
- FEHR E. et GÄCHTER S. [2004], « Social norms and human cooperation », *Trends in Cognitive Sciences*, 8 (4), p. 185-190.
- FEHR E., FISCHBACHER U. et GÄCHTER S. [2002], « Strong reciprocity, human cooperation and the enforcement of social norms », *Human Nature*, 13, p. 1-25.
- FREDERICK S. et LOEWENSTEIN G. [2002], « Time discounting and time preference: a critical review », *Journal of Economic Literature*, 40 (2), p. 351-401.
- GNEEZY A., IMAS A., BROWN A., NELSON L.D. et NORTON M.I. [2012], « Paying to Be Nice: Consistency and Costly Prosocial Behavior », *Management Science*, 58 (1), p. 179-187.
- GROLLEAU G., IBANEZ L. et MOULLA S. [2011], « Eléments d'analyse économique des produits partage », *Revue internationale de droit économique*, 2, p. 239-256.
- HOFFMAN J. et HOFFMAN K. [2009], « What is Greenwashing? », *Scientific American*, <http://www.scientificamerican.com/article.cfm?id=greenwashing-green-energy-hoffman>, page consultée le 08/11/2012.
- JEVONS W.S. [1865], *The Coal Question: An Inquiry Concerning the Progress of the Nation and the Probable Exhaustion of Our Coal Mines?*, Londres, Macmillan & Company.

- JORDAN J., MULLEN E. et MURNIGHAN J.K. [2011], « Striving for the moral self: the effects of recalling past moral actions on future moral behavior », *Personality & Social Psychology Bulletin*, 37 (5), p. 701-713.
- KHAN U., DHAR R. et SCHMIDT S. [2010], « Giving Consumers License to Enjoy Luxury », *MIT Sloan Management Review*, <http://sloanreview.mit.edu/the-magazine/2010-spring/51310/giving-consumers-license-to-enjoy-luxury/>, page consultée le 02/02/2011.
- KHAN U. et DHAR R. [2006], « Licensing Effect in Consumer Choice », *Journal of Marketing Research*, 43 (2), p. 357-365.
- KHAN U. et DHAR R. [2007], « Where There Is a Way, Is There a Will? The Effect of Future Choices on Current Preferences », *Journal of Experimental Psychology-General*, 136 (2), p. 277-288.
- KRUMM A.J. et CORNING A.F. [2008], « Who believes us when we try to conceal our prejudices? The effectiveness of moral credentials with ingroups vs. outgroups », *Journal of Social Psychology*, 148 (6), p. 689-709.
- KUHL J. et BECKMANN J. [1985], *Action control from cognition to behavior*, New York, Springer-Verlag.
- LOMAS K J. [2010], « Carbon reduction in existing buildings: a transdisciplinary approach », *Building Research & Information*, 38 (1), p. 1-11.
- MAZAR N. et ZHONG C. [2010], « Do Green Products Make Us Better People? », *Psychological Science*, 21 (4), p. 494-498.
- MERITT A.C., EFFRON D.A. et MONIN B. [2010], « Moral Self-Licensing: When Being Good Frees Us to Be Bad », *Social and Personality Psychology Compass*, 5 (4), p. 344-357.
- MILLER D.T. et EFFRON D.A. [2010], « Psychological license: When it is needed and how it functions », *Advances in experimental social psychology*, 43, p. 117-158.
- MONBIOT G. [2009], « We cannot change the world by changing our buying habits », George Monbiot's Blog <http://www.guardian.co.uk/environment/georgemonbiot/2009/nov/06/green-consumerism>, page consultée le 02/02/2011.
- MONIN B. et MILLER D.T. [2001], « Moral credentials and the expression of prejudice », *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, p. 33-43.
- NOVEMSKY N. et DHAR R. [2005], « Goal Fulfilment and Goal Targets in Sequential Choice », *Journal of Consumer Research*, 32 (3), p. 396-404.
- RABIN M. [1993], « Incorporating Fairness into Game Theory and Economics », *American Economic Review*, 83, p. 1281-1302.
- SACHDEVA S., ILIEV R. et MEDIN D. [2009], « Sinning Saints and Saintly Sinners: The paradox of Moral Self-Regulation », *Psychological Science*, 20 (4), p. 523-528.
- STERN P.C., DIETZ T., ABEL T., GUAGNANO G.A. et KALOF L. [1999], « A value-belief-norm theory of support for social movements: The case of environmentalism », *Human Ecology Review*, 6 (2), p. 81-97.
- TEISL M.F., NOBLET C.L. et JONATHAN R. [2009], « The Psychology of Eco-Consumption », *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 7 (2), p. 1-26.
- WILCOX K., VALLEN B., BLOCK L. et FITZSIMONS G.J. [2009], « Vicarious goal fulfillment: When the mere presence of a healthy option leads to an ironically indulgent decision », *Journal of Consumer*, 36, p. 380-393.

