

# SENSATIONS TACTILES VS. NÉGOCIATION

---

Un groupe de chercheurs travaillant aux Etats-Unis a étudié la manière dont les sensations tactiles influencent nos impressions et nos décisions – et en particulier notre comportement durant une négociation. Leurs observations sont pour le moins surprenantes<sup>1</sup>.

Ils ont en effet démontré que le fait de toucher un objet et d'en sentir le poids, la texture et la dureté affecte nos réactions face à des événements et des situations *qui n'ont rien à voir avec les sensations tactiles en question*. Leurs travaux indiquent par exemple que nous avons tendance à associer le poids d'un objet que nous touchons à des notions telles que le sérieux et l'importance. En conséquence, l'une des expériences qu'ils ont réalisées a montré que des candidats qui remettaient à une personne chargée de les évaluer un dossier de candidature pesant 2 kilos recevaient une évaluation plus favorable que ceux dont le dossier ne pesait que 350 grammes!

En ce qui concerne la négociation, les chercheurs ont effectué l'expérience suivante: quatre-vingt six personnes ont été assises soit sur une chaise en bois dur, soit sur une chaise confortablement rembourrée; on leur a alors demandé de s'imaginer qu'elle étaient en train d'acheter une nouvelle voiture et qu'après avoir fait une première proposition de prix au concessionnaire (que celui-ci avait refusée) elle devaient lui en présenter une seconde. Les résultats de cette expérience ont tout d'abord montré que les personnes assises sur la chaise en bois dur se faisaient du concessionnaire l'image d'une personne plus stable et moins émotionnelle que celles qui étaient assises sur la chaise plus confortable. Les chercheurs ont ensuite calculé la différence entre la première et la deuxième proposition présentée par l'acheteur au vendeur. Leur hypothèse était que les personnes assises sur la chaise en bois dur et considérant le vendeur comme un individu stable et peu émotionnel allaient augmenter moins le prix qu'elles étaient prêtes à payer – ce qui s'est révélé exact.

## Commentaires

*Les résultats de cette expérience ne sont à notre avis pas faciles à interpréter – ce que nous a d'ailleurs confirmé l'un des auteurs de l'article.*

*D'une part il semble clairement démontré que, sans que nous n'en prenions conscience, nos sensations tactiles influencent à la fois l'impression que nous nous faisons d'une autre personne et les décisions que nous prenons vis-à-vis d'elle.*

*Mais d'autre part, des hypothèses différentes de celle que les chercheurs ont faite nous paraissent tout aussi plausibles – par exemple:*

- *Le fait d'être assis sur une chaise en bois relativement inconfortable va pousser l'acheteur à être plus dur en négociation, et donc plus réticent à changer sa proposition initiale, indépendamment de l'image qu'il se fait du vendeur.*
- *À l'inverse de ce qui a été observé dans l'expérience en question, le fait de se faire du concessionnaire l'image d'une personne stable et peu émotionnelle va faire penser à l'acheteur qu'il doit augmenter significativement le prix qu'il est prêt à payer afin d'obtenir l'assentiment du vendeur.*

---

<sup>i</sup> Ackermann, J. M., Nocera, C. C. and Bargh, J. A.: [Incidental Haptic Sensations Influence Social Judgments and Decisions](#), Science, Vol. 328, 25 June 2010