

SOMMAIRE

Avant-propos	11
Pourquoi de mauvaises raisons suffisent souvent	15
La justification de la motivation	
Pourquoi vous décidez mieux quand vous décidez moins	19
La fatigue décisionnelle	
Pourquoi vous ne porteriez pas le pull d'Hitler	23
Le biais de contamination	
Pourquoi l'adjectif « moyen » peut être trompeur	27
La problématique de la moyenne	
Comment démotiver à coups de primes	31
L'effet d'éviction de la motivation	
Si vous n'avez rien à dire, ne dites rien	35
La tendance au verbiage	
Comment afficher de meilleurs résultats sans améliorer la performance	39
Le phénomène de Will Rogers	
Si vous avez un ennemi, submergez-le de données	43
Le biais d'information	
Pourquoi vous voyez un visage dans la pleine lune	47
L'illusion des séries	
Pourquoi vous aimez ce pour quoi vous avez souffert	51
La justification de l'effort	

Pourquoi les petites succursales sortent du lot	55
La loi des petits nombres	
Pourquoi ce à quoi vous vous attendez influence la réalité	59
L'effet des attentes	
Ne croyez pas toutes les bêtises qui vous viennent spontanément à l'esprit	63
L'illusion du « c'est logique ! »	
Comment démasquer un charlatan	67
L'effet Forer	
Pourquoi les actions caritatives, c'est bon pour les stars	71
La folie du bénévolat	
Pourquoi vous êtes le jouet de vos sentiments	75
L'heuristique d'affect	
Pourquoi vous devriez vous remettre en question plus souvent	79
L'illusion d'introspection	
Pourquoi vous devriez brûler tous vos vaisseaux	83
L'incapacité à fermer des portes	
Pourquoi vous troquez ce qui est bien contre ce qui est nouveau	87
La néomanie	
Pourquoi la propagande fonctionne à retardement	91
L'effet d'assoupissement	
Pourquoi vous êtes souvent aveugle à une meilleure solution	95
La cécité aux alternatives	
Pourquoi vous dites du mal des ambitieux	99
Le biais de comparaison sociale	
Pourquoi la première impression n'est pas la bonne	103
L'effet de primauté et l'effet de récence	

Pourquoi vous n'avez pas l'intuition de ce que vous ignorez	107
L'effet de saignée	
Pourquoi le « fait maison » est meilleur	111
Le syndrome du <i>Not Invented Here</i>	
Comment vous pouvez mettre à profit l'impensable	115
Le cygne noir	
Pourquoi votre savoir n'est pas transposable	119
La dépendance au domaine	
Pourquoi vous pensez que les autres pensent comme vous	123
L'effet de faux consensus	
Pourquoi vous êtes convaincu d'avoir toujours eu raison	127
La falsification de l'histoire	
Pourquoi vous vous identifiez à votre équipe de foot	131
Le biais endogroupe/exogroupe	
Pourquoi vous préférez le risque à l'incertitude	135
L'intolérance à l'ambiguïté	
Pourquoi le <i>statu quo</i>, c'est sacré	139
L'effet du choix par défaut	
Pourquoi vous dire que c'est votre dernière chance vous fait perdre le nord	143
La peur des regrets	
Pourquoi ce qui saute aux yeux n'est pas le plus important	147
L'effet de saillance	
Pourquoi faire l'expérience est plus important qu'étudier	151
L'illusion du savoir livresque	

Pourquoi l'argent n'est pas neutre	155
L'effet de l'argent de la maison	
Pourquoi les bonnes résolutions du Nouvel An ne fonctionnent pas	159
La procrastination	
Pourquoi vous avez besoin de régner dans votre propre royaume	163
Le piège de l'envie	
Pourquoi vous préférez les romans aux statistiques	167
La personnification	
Pourquoi les crises sont rarement des opportunités	171
L'illusion du « ce qui ne me tue pas me rend plus fort »	
Pourquoi vous devriez de temps en temps regarder sur le côté	175
L'illusion d'attention	
Pourquoi les belles paroles et les beaux projets sont convaincants	179
Les fausses déclarations stratégiques	
Pourquoi vous devriez parfois éteindre votre cerveau	183
L'excès de pensée	
Pourquoi vous prévoyez beaucoup trop de choses	187
L'erreur de planification	
Pourquoi l'homme qui a un marteau dans la tête voit tout en forme de clou	191
La déformation professionnelle	
Pourquoi vous oubliez rarement une tâche qui n'est pas terminée	195
L'effet Zeigarnik	

Le bateau dans lequel vous êtes assis compte plus que la force avec laquelle vous ramez	199
L'illusion de compétence	
Pourquoi les listes de vérification rendent aveugle	203
L'effet de la caractéristique positive	
Pourquoi vous voulez peindre la cible autour de la flèche	207
Le parti pris informationnel	
La sempiternelle chasse aux boucs émissaires	211
Le biais de la cause unique	
Pourquoi les chauffards apparaissent comme des conducteurs moins dangereux	215
Le biais de l'intention de traiter	
Pourquoi trop d'info tue l'info	219
L'illusion des nouvelles	
Notes	223
Remerciements	245
Pour aller plus loin	247
L'auteur	249
Les illustrateurs	251