



**MINISTÈRE
DE LA TRANSFORMATION
ET DE LA FONCTION
PUBLIQUES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Vaincre la phobie
administrative grâce
aux sciences comportementales**

GUIDE PRATIQUE

**AVRIL
2019**

Direction interministérielle
de la transformation publique

Présentation de la DITP

La Direction Interministérielle de la Transformation Publique (DITP) est placée sous l'autorité de la ministre de la Transformation et de la Fonction publiques. Plus 80 consultants et experts y ont pour missions de suivre les réformes prioritaires du gouvernement et d'accompagner les acteurs publics dans l'accélération de leurs projets de transformation.

Pour accroître l'impact des politiques publiques, la DITP promeut de nouvelles méthodes (co-design, sciences comportementales, participation citoyenne...). Pilote du programme d'amélioration continue *Services Publics +*, l'équipe de DITP porte également la transformation interne de l'État. Son credo : promouvoir des organisations centrées sur l'utilisateur et sur l'autonomie des agents.

www.modernisation.gouv.fr

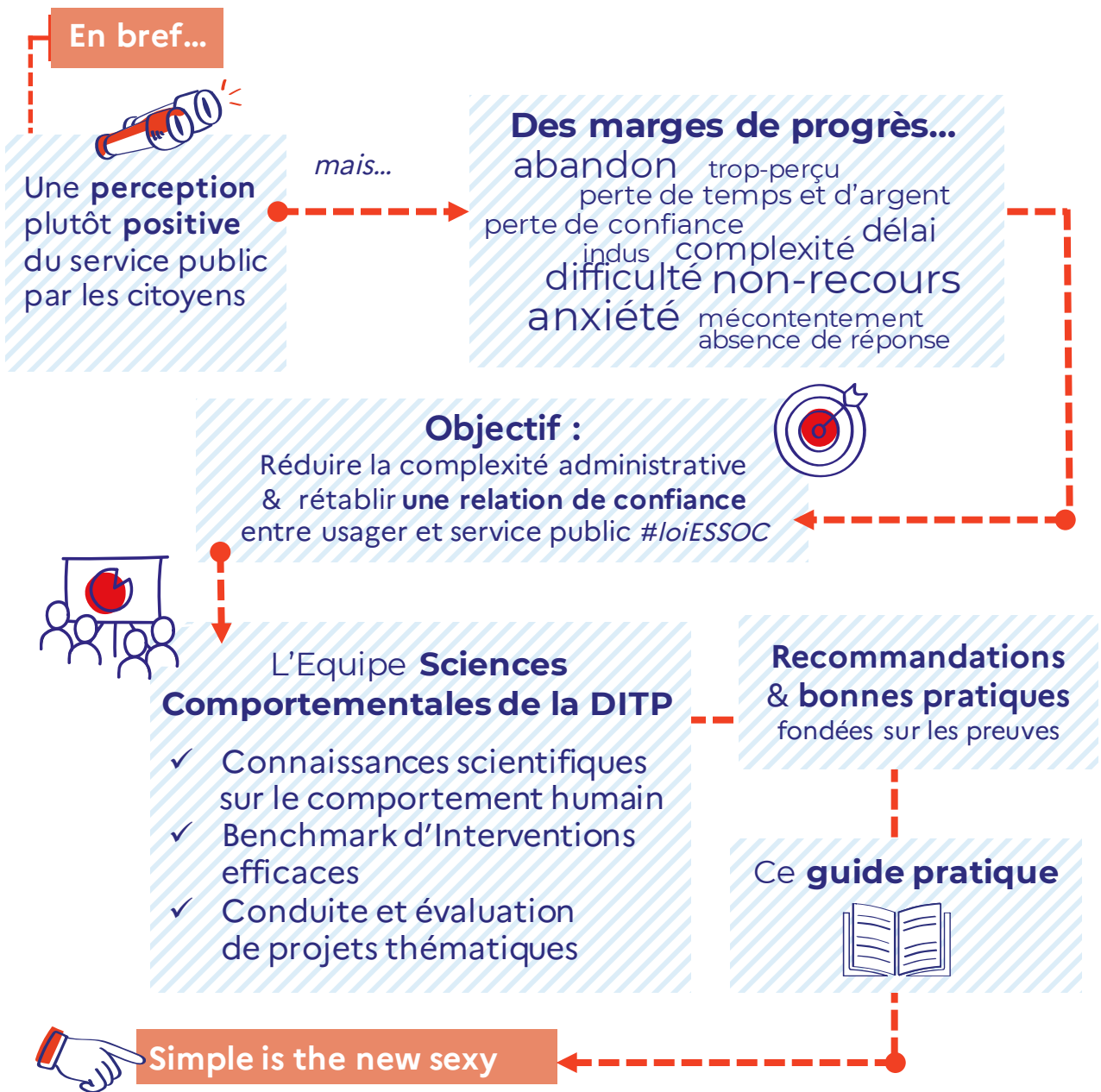
Au sein de la DITP, une **équipe de chercheurs s'appuie sur les connaissances en sciences comportementales** afin d'améliorer l'efficacité des politiques publiques. Le principe : prendre en compte la réalité des situations des individus concernés. La DITP agit en trois temps : diagnostic, conception de solutions puis évaluation sur le terrain. L'équipe intervient sur de nombreuses thématiques : insertion des jeunes, préservation de l'environnement, simplification administrative...

sciencescomportementales.ditp@modernisation.gouv.fr

Sommaire

Introduction	4
Fiches concepts	9
Réduire la quantité d'informations.....	10
Rédiger simplement.....	12
Penser la formulation.....	14
Utiliser les normes sociales.....	16
Personnaliser l'expérience usager.....	18
Aider à l'organisation.....	20
Inviter à l'engagement.....	22
Donner des retours.....	24
Réduire les obstacles.....	26
Structurer l'information.....	28
Mettre en page.....	30
Rendre saillant.....	32
Rendre ludique.....	34
Choisir le messenger.....	36
Communiquer au bon moment.....	38
Exemples avant/après	41
Site Web.....	42
Courrier.....	46
Lexique administratif	50
Références	55

Introduction



Pourquoi faire compliqué quand on peut faire simple ? La question est évidemment délibérément provocatrice. La complexité administrative ne saurait en effet être considérée comme intentionnelle. Agents et décideurs publics, facilement suspectés d'en être à l'origine, en sont bien davantage les victimes et déplorent tout autant que le citoyen de devoir composer avec des environnements épineux si ce n'est hostiles.

Si besoin était, rappelons quand même l'importance d'adresser de manière vigoureuse cette question. Il en va fondamentalement de la qualité de la relation existant entre les Français et leurs administrations. Les enquêtes le montrent¹ : le service public jouit encore d'un crédit important auprès de l'opinion publique, les expériences concrètes des usagers sont même souvent plus positives que leurs opinions générales ; mais subsistent aussi bien des zones de confiance à (re)conquérir. La réactivité des services et la simplicité des démarches sont régulièrement désignées comme des cibles d'améliorations prioritaires. Certains enjeux sectoriels font l'objet de mécontentements prononcés : les démarches associées au handicap, au logement, à l'autonomie, aux études supérieures comptent ainsi parmi les plus anxiogènes ; celles concernant les entreprises sont également volontiers pointées comme problématiques.

S'attaquer à ces nœuds de complexité constitue une œuvre de salubrité publique touchant aussi bien à la solidité du pacte républicain qu'à la qualité de vie de nos concitoyens. Leur proposer des administrations plus efficaces, c'est donner sens à l'idée même de service public au travers d'une qualité de service aux effets quotidiens tangibles. Simplifier, c'est en fait changer concrètement la vie des gens, avec à la clé des bénéfices matériels, parmi lesquels les gains de temps ne sont pas les plus négligeables.

Cette remarque vaut tout autant pour les agents publics, on l'a dit également très souvent tout aussi enclins à déplorer les pesanteurs bureaucratiques. Alléger leur environnement de travail constitue une opportunité de redonner sens à leurs missions fondamentales et de gagner en qualité de vie professionnelle. C'est aussi, non moins essentiellement, adresser un message positif au citoyen contribuable. Simplifier, c'est en effet souvent réduire l'épaisseur des millefeuilles de documents et épargner à l'usager des répétitions de contacts coûteuses en argent public.

Ces différents impératifs, démocratiques, pratiques et financiers, sont très largement à l'origine de la loi dite ESSOC, visant à retisser la relation de confiance entre l'Etat et les Français. Au-delà de la mise en place volontariste d'un droit à l'erreur, elle a vocation plus généralement à moderniser les fonctionnements administratifs dans le sens d'une facilitation des parcours des usagers.

1. Entre autres : études par « événements de vie » particuliers (<https://www.modernisation.gouv.fr/etudes-et-referentiels/etudes/la-complexite-administrative-vue-par-les-francais-etude-2016>) et entreprises SGMAP / DITP ; baromètre des services publics Delouvrier (http://www.delouvrier.org/?page_id=43) ; enquêtes récemment mises en place dans le cadre de la démarche de transparence sur les résultats des administrations en contact avec des usagers (<https://www.modernisation.gouv.fr/action-publique-2022/resultats-et-mesure-de-la-qualite-de-service/service-public-nos-resultats-en-clair>).

Cette nécessaire entreprise de simplification de l'environnement administratif est une affaire de fond et de forme. Par fond, on entend la somme des enjeux normatifs ; par forme, l'ensemble des supports et des démarches qui leurs donnent corps. Cette distinction, honnêtement parfois poreuse, nous amène à l'objet même de ce guide : nous allons y voir comment il est possible de mobiliser certaines techniques, s'appuyant sur les enseignements des sciences comportementales, pour créer des objets et contextes administratifs formellement plus bienveillants à l'égard de nos concitoyens.

On touche ici à l'essence même de la démarche de transformation de l'action publique que la DITP s'efforce d'incarner et de diffuser : une démarche construite pour et avec les usagers des administrations. Cette volonté s'est traduite notamment par un recours à différentes méthodes de travail : enquêtes, design, participation citoyenne, laboratoires d'innovation et donc également l'approche comportementale.

Le levier comportemental

L'intérêt pour cette dernière est née du constat des limites des techniques d'études classiques, permettant de recueillir des opinions et attentes, certes utiles à connaître, mais parfois en décalage avec les pratiques réelles des individus. Ce sont celles-ci que les sciences comportementales nous permettent de mieux appréhender, avec la possibilité d'élaborer des politiques publiques plus adaptées.

Ce type de démarche s'appuie sur plusieurs dizaines d'années de recherche académique et a fait l'objet d'une diffusion progressive dans la sphère publique. Deux prix Nobel d'économie ont accompagné cet essor (Daniel Kahneman en 2002, Richard Thaler en 2017), également marqué par le succès du concept de « nudge »² (avec le livre éponyme de Thaler et Cass Sunstein publié en 2009) et plus largement concrétisé par la création d'entités dédiées de par le monde. La plus emblématique est le BIT britannique, comptant à ce jour près de 200 collaborateurs et 6 filiales internationales. On mentionnera aussi la SBST, mise en place sous l'administration Obama, ou encore BETA, unité comportementale du gouvernement australien³.

2. Traduisible par « coup de pouce », ou « incitation douce », il désigne une forme d'intervention visant à modifier un comportement sans reposer sur une interdiction ou sur une motivation financière significative. Assimilé parfois à tort à l'ensemble de l'approche comportementale, il en constitue de fait une des déclinaisons possibles.

3. Respectivement Behavioral Insights Team, Social and Behavioral Science Team et Behavioral Economics Team of Australia.

L'administration française a pour sa part initié un premier projet d'envergure en 2013 autour de la promotion de la télédéclaration. La création de la DITP a été l'occasion d'une montée en puissance opérationnelle, concrétisée notamment par l'accompagnement de multiples projets sur des politiques publiques variées. Cet accompagnement s'appuie sur une méthodologie globale : établissement en amont de diagnostics identifiant des freins comportementaux, idéation autour de leviers d'intervention et évaluation d'impact des solutions implémentées. L'ensemble s'appuie sur des expertises spécifiques, recourant notamment en phase d'expérimentation à des standards scientifiques tels les essais randomisés contrôlés. Il se veut également particulièrement attentif aux considérations éthiques, l'objectif principal étant d'intervenir de manière transparente sur des enjeux faisant consensus en termes d'intérêt général, tout en veillant à préserver l'autonomie des individus.

Les connaissances mobilisées dans ce type d'approche font clairement sens quand on aspire à faire reculer la complexité administrative. La simplification est en fait bien souvent elle-même la première réponse à apporter face au constat de barrières comportementales. L'objectif est de considérer les caractéristiques cognitives de l'utilisateur afin d'élaborer un environnement qui lui soit intuitif et adapté. Ceci vaut pour les courriers, les sites web et plus généralement l'ensemble des outils et démarches avec lesquelles doivent composer nos concitoyens dans leur pratique quotidienne du service public.

Ce document se propose de présenter diverses recommandations pratiques permettant de contribuer à ce nécessaire effort de bienveillance. On ne saurait trop insister sur un point : les concepts et exemples évoqués constituent des inspirations possibles, des lignes directrices.



**Ce guide ne prétend pas à l'exhaustivité
ni à l'universalisme.**














**Bien au contraire, ses contenus ont vocation
à être adaptés en situation⁴, c'est-à-dire remaniés,
combinés, enrichis, mais aussi testés.**



C'est là le propre de l'approche comportementale : ne pas chercher à appliquer des schémas figés, mais partir du réel et de sa complexité, pour gagner au final en efficacité.

4. Ce document lui-même a dû tenir compte d'une charte graphique.

Fiches concepts

	Réduire la quantité d'informations	10
	Rédiger simplement	12
	Penser la formulation	14
	Utiliser les normes sociales	16
	Personnaliser l'expérience usager	18
	Aider à l' organisation	20
	Inviter à l' engagement	22
	Donner des retours	24
	Réduire les obstacles	26
	Structurer l'information	28
	Mettre en page	30
	Rendre saillant	32
	Rendre ludique	34
	Choisir le messager	36
	Communiquer au bon moment	38



Réduire la **quantité** d'information

Au quotidien, nous disposons d'un temps, d'une attention et d'un espace de mémoire limités. Afin d'éviter la fatigue attentionnelle et de simplifier le processus de prise de décision, les **informations** qui nous sont **délivrées** doivent ainsi être **choisies avec justesse et précision**.

En pratique...

- Allez à l'essentiel (qui, quoi, où, quand, comment, pourquoi), **limitez le nombre d'informations et les détails** au strict minimum nécessaire à la compréhension du message par l'utilisateur. Réduisez autant que possible le nombre de phrases.

Eviter les courriers de plus d'une page

Raccourcir au maximum les emails et les notifications SMS

Indiquer les coordonnées d'un seul contact

- **Réduisez** autant que possible **le nombre de choix disponibles** pour éviter la paralysie décisionnelle ; **groupez** les options similaires par catégories.

Limiter le nombre d'items dans les listes

Réduire le nombre de choix possibles dans les menus déroulants

- Délivrez l'information dans des **structures emboîtées**.

Proposer des résumés des informations importantes sur lesquels il faut cliquer pour en savoir plus

En savoir plus !



Utiliser des questions emboîtées dans les questionnaires en ligne qui n'apparaissent que si cela est utile en fonction des réponses précédentes de l'utilisateur

Quelle est votre situation socio-professionnelle actuelle ?

- Employé**
- Etudiant**
- Chômeur**
- Retraité**



- Employé**
Poste actuel : _____
Depuis le : __/__/__
- Etudiant**
- Chômeur**
- Retraité**

Quelle est votre situation socio-professionnelle actuelle ?

- Employé**
Poste actuel : _____
Depuis le : __/__/__
- Etudiant**
Diplôme préparé : _____
Depuis le : __/__/__
- Chômeur**
Depuis le : __/__/__
Dernier poste : _____
- Retraité**
Depuis le : __/__/__

- **Ciblez les individus** concernés par certaines informations pour éviter de surcharger l'ensemble des usagers en leur envoyant des informations qui leur sont inutiles.



Interventions

- Aux Etats-Unis, le constat de non-recours aux bourses universitaires a conduit à **réduire la longueur** et à **simplifier le contenu** du formulaire correspondant, générant une hausse significative des demandes (1, 2).
- En France, depuis 2014, neuf aides différentes destinées à soutenir la mobilité pour le retour à l'emploi ont été **remplacées par une aide unique**, participant à la prise en charge de divers frais (3).
- L'institution allemande pour l'emploi a **ciblé** uniquement la frange de **la population** de demandeurs pour laquelle l'impact de l'envoi d'une brochure a été avéré, afin de ne pas noyer les autres avec des informations inutiles (4).



Rédiger simplement

Personne ne souhaite passer trop de temps à déchiffrer un document administratif. **Écrire le plus simplement et précisément possible** permet de **limiter les erreurs d'interprétation** et de faire **gagner du temps aux usagers**.

En pratique...

- Utilisez des **mots courts et connus de tous**, évitez le plus possible les acronymes et les mots compliqués (termes juridiques, administratifs rarement employés dans le langage courant).
« dette » plutôt que « indu »
« accusé de réception » plutôt que « réceptionné »
- Lorsqu'il est nécessaire d'utiliser un mot compliqué, **définissez-le**.
« Indiquez votre quotient familial, c'est-à-dire... »
- **Répétez le même mot** plutôt que d'employer des synonymes.
« Veuillez effectuer votre demande avant le 31 janvier. Cette demande sera traitée au plus vite. » plutôt que « Veuillez effectuer votre demande avant le 31 janvier. La requête sera traitée au plus vite. »
- Utilisez des **références chiffrée parlantes**, en évitant tant que possible les pourcentages.
« Une personne sur trois » plutôt que « 33% des personnes »
- Favoriser l'emploi des **1^{ère}** et **2^{ème}** personnes.
« Une fois que nous aurons établi vos objectifs » plutôt que « Une fois les objectifs du candidat identifiés »
- Utilisez la **forme active** qui est plus claire, plus directe et plus concise.
« Nous avons commis une erreur » plutôt que « Une erreur a été commise de notre part »
« Vous devez envoyer votre demande avant le 6 décembre 2019 » plutôt que « Une demande doit être envoyée avant le 6 décembre 2019 »

Voir
Lexique
p. 50

- **Utilisez des verbes d'action** plutôt que des noms, remplacez par des verbes les noms se terminant par les suffixes « -ion » et « -ement » pour mettre en avant l'action.

« Nous vous proposons de vous expliquer la démarche » plutôt que « Nous vous proposons de vous apporter une explication au sujet de la démarche »

- **Supprimez les doubles négations.**

« Le permis est valable s'il a une vignette de validation » plutôt que « Le permis n'est pas valable sans sa vignette de validation »

- **Ecrivez toujours le « pas »** de négation après le « ne ».

« Nous ne pouvons pas accepter votre demande » plutôt que « Nous ne pouvons accepter votre demande »

- Faites des **phrases simples et courtes** (moins de 25 mots) comprenant une seule idée et un seul verbe, conjugué au présent de préférence.
- Détaillez **une seule idée par paragraphe.**



Rédiger simplement ne signifie pas perdre en qualité d'information. **Clarté et précision** doivent constituer deux **objectifs complémentaires**.



Interventions

- **L'adoption du langage FALC** (Facile A Lire et à Comprendre) se répand de plus en plus dans le milieu administratif européen. Ce langage, initialement préconisé pour les documents écrits à destination des personnes présentant un handicap, s'étend progressivement à d'autres usages et populations (5).
- Le service de simplification administrative et d'administration numérique de la Wallonie et de la Fédération Wallonie-Bruxelles (eWBS) a mis en place une démarche de simplification se voulant globale et pluridisciplinaire. Elle inclut la mise à disposition aux administrations d'une centrale de marché offrant un **accompagnement technique et pratique** de leurs travaux de **refonte de documents** (6).
- Aux Etats-Unis, certaines modifications ont été opérées sur la notification d'actualisation de pensions des vétérans. La **simplification de la rédaction**, ainsi que des changements de formulation, ont permis de passer d'un taux de réponse de 43% à une valeur finale de 65%, permettant au passage d'économiser 4,4 millions de dollars (7).



Penser la **formulation**

La **manière dont une information est formulée** a une forte **influence** sur la façon dont nous la percevons et l'interprétons. Ainsi, pour assurer une bonne compréhension de l'information, il est indispensable d'accorder une attention toute particulière à sa tournure et au contexte dans lequel elle est présentée.

En pratique...

- Prêtez attention à la **façon dont vous annoncez l'information**.

*Choisir judicieusement entre « 90% de chances » et « 10% de risques »...
Ces deux informations, quoique factuellement identiques, ne véhiculent pas
le même message, ni le même ressenti*

- Insistez sur les **éléments importants** et rendez les conséquences évidentes en les mentionnant en premier.

*« Quel qu'en soit le montant, les sommes dues vous seront versées » plutôt
que « Les sommes dues vous seront versées quel que soit le montant »
« Vous risquez de devoir rembourser de l'argent si vous ne déclarez pas
votre changement de situation »*

- Contextualisez la démarche en **explicitant les coûts, risques et bénéfices** pour l'utilisateur lorsqu'il entreprend cette démarche (à court et à long termes).

*« Si vous ne répondez pas dans les délais, vous devrez rembourser
l'intégralité du montant. »*

- Tenir compte du biais d'**aversion à la perte** : les usagers sont plus sensibles à une perte qu'à un gain de valeur équivalente.

*« Le non-remplissage de cette demande vous fera perdre 100€ d'aides par
mois » fonctionnera mieux que « Le remplissage de cette demande vous
permettra de toucher 100€ d'aides par mois »*

- Privilégiez les **unités intuitives** pour les données chiffrées.

Ramener les données financières à l'échelle de l'individu

- Utilisez les **effets de contraste** pour mettre en valeur des informations.

*Une information négative sera d'autant plus perçue comme telle si est
délivrée parmi des informations positives, et inversement*

- Gardez en tête que, par le **biais d’ancrage**, les **premières phrases et informations** d’un message ou d’un échange vont constituer la **base de référence** de l’usager pour la suite.

*Prêter une attention toute particulière au ton du début d’un message ou d’un courrier, au choix de la formulation de son objet
Choisir les informations à mettre en avant sur un site web*

- **Evitez** les termes **anxiogènes et culpabilisants**, utilisez le plus possible un **ton positif**.

*« Vous avez par erreur déclaré » plutôt que « Vous avez déclaré à tort »
« Répondez dès que possible » plutôt que « Répondez immédiatement »
« Restez avec nous jusqu’à la fin » plutôt que « Ne partez pas avant la fin »*

- Soyez **empathique** dans l’annonce des mauvaises nouvelles.

« Nous sommes au regret de vous annoncer que »

- Utilisez des **exemples particuliers** faisant davantage **appel à l’affect**.

*Sensibiliser via un cas fictif lors d’une campagne de sensibilisation :
« Camille a oublié de déclarer son changement de situation et elle doit désormais rembourser 1600€. Pour éviter que cela ne vous arrive, déclarez votre changement le plus vite possible ! »*

- Insistez et expliquez la **dimension citoyenne** de la démarche à suivre.

« Régler votre facture d’hôpital permet de contribuer au maintien d’un service de qualité pour vous, vos proches et l’ensemble des patients. »

- Adoptez une **démarche pédagogique** envers l’usager.

Sensibiliser et dispenser des informations aux usagers par la publication de guides ou en incluant des encarts explicatifs dans les lettres



Interventions

- Une expérimentation britannique a évalué l’impact de messages incitant au civisme fiscal en évoquant la relation entre services publics et paiement de l’impôt. Les messages insistant sur l’**impact des ressources fiscales** collectées auprès des citoyens **sur la qualité du service public** (amélioration ou détérioration) ont été les plus efficaces (8).
- Dans plusieurs pays européens, les lettres réclamant le paiement des impôts ont été reformulées en **mettant en avant l’aspect moral** de la démarche ainsi que **les risques encourus** en cas de non-paiement (9).
- Un **travail de pédagogie** fiscale a été initié en 2018 en France avec l’ouverture d’une plateforme en ligne permettant aux contribuables de mieux identifier la destination de leurs impôts (10).



Utiliser les normes sociales

En tant qu'êtres humains, nous présentons une forte tendance à **aligner notre comportement sur celui des autres**. Lorsque la **prévalence d'un comportement vertueux** au sein de la société est soulignée, l'appel aux normes sociales nous incite à **adopter nous-même ce comportement**.

En pratique...

- Appuyez-vous sur des **informations et chiffres véridiques** pour décrire la norme sociale. Dans la mesure du possible, limitez l'usage des pourcentages et préférez **l'emploi de mots** ou de **proportions**.

*« Comme la plupart des contribuables, passez à la télédéclaration !
9 télédéclarants sur 10 affirment être satisfaits de ce service. »*

- Privilégiez les normes qui décrivent **le groupe le plus précis et le plus proche possible** de l'utilisateur pour qu'il puisse s'identifier.

« Vous consommez 1,5 fois plus d'énergie que la moyenne des habitants de votre immeuble, qui ont le même nombre de résidents dans leur foyer. »

- Enrichissez les messages délivrés en y ajoutant une **dimension de réciprocité**.

Si l'utilisateur prend conscience de ce que l'administration lui donne ou peut lui apporter à l'avenir, il pourra être plus susceptible de fournir des efforts. Le même principe de réciprocité peut s'appliquer d'utilisateur à utilisateur.

« Complétez notre questionnaire de satisfaction en ligne pour afin de nous aider à améliorer et faciliter vos prochaines démarches ! »



Vérifiez que, d'après les informations communiquées, les usagers perçoivent le **comportement souhaitable** comme **répandu** et que ceux l'ayant déjà adopté soient **incités à le maintenir**.



Interventions

- Au Royaume-Uni, l'impact de l'ajout d'une phrase **mentionnant la norme sociale** sur les notifications d'impayés d'impôts a été évalué : le taux global de paiement est passé de 33,6 à 38,6% (11), avec des résultats encore plus marqués lorsque les références étaient locales. Cette intervention étant particulièrement efficace, elle a fait l'objet de nombreuses répliques dans d'autres pays (12).
- En France, à l'occasion de la campagne 2014 de déclaration de revenu, la DGFIP a promu la télédéclaration **en communiquant notamment sur le nombre** de contribuables déjà convertis à la version en ligne. Les résultats les plus probants ont été obtenus en utilisant le SMS comme vecteur de communication (13).

En 2013, 13,6 millions de déclarations de revenus ont été faites sur Internet avec une note de satisfaction de 17/20. Vous aussi, déclarez en ligne sur impots.gouv.fr.



Personnaliser l'expérience usager

Une information attirera plus notre attention si elle nous paraît personnellement pertinente. Ainsi, **adapter le message** autant que possible permettra **au destinataire** de se sentir davantage concerné et **maximisera l'impact** du message.

En pratique...

- Lorsque vous vous adressez à l'utilisateur, renseignez votre message avec le plus d'**informations personnelles pertinentes** possible (prénom, nom, adresse, situation socio-professionnelle...).

Utiliser le nom de la personne, plutôt qu'un « madame » ou « monsieur » générique

Ajouter un post-it factice sur les courriers avec les noms et prénoms du destinataire en police manuscrite

- Précisez le contenu du message en l'adaptant au **cas particulier de l'utilisateur** (montant dû, informations requises...).

« Votre dossier étant incomplet, merci de nous faire parvenir dès que possible votre justificatif de domicile afin que la démarche soit complète. »

- Donnez l'occasion à l'utilisateur de **personnaliser ses interactions avec l'administration** (les informations renseignées serviront à optimiser les notifications).

Permettre de saisir ses informations personnelles sur son compte en ligne

Opérer un tri des informations envoyées selon le profil de l'utilisateur renseigné

Donner la possibilité de choisir un avatar

Rendre possible la personnalisation du design de la plateforme (couleur de fond, police)

Proposer plusieurs niveaux de langage (langage administratif technique, Français courant, langage FALC...)

- Personnalisez également l'**administration** ; incarnez-la dans un personnage ou une personne physique réelle.

Représenter l'administration en lui donnant un visage et un nom

- Favorisez l'établissement d'une **relation personnalisée entre l'utilisateur et son conseiller**, et mettez-là en avant dans les notifications.

SMS de rappel : « Bonjour Julie, nous avons RDV demain à 10h30 au sujet de votre demande d'aide. Je vous retrouverai à l'accueil du bâtiment. Bien à vous, votre conseillère Céline. »

- Utilisez les **coordonnées du centre administratif physique le plus proche** du domicile ou du travail de l'utilisateur.



Interventions

- En France, un nombre important d'utilisateurs engagés dans une VAE (validation des acquis de l'expérience) quittent le parcours avant l'obtention du diplôme. Un guide de bonnes pratiques a été diffusé auprès des organismes responsables afin d'**encourager les contacts et suivis personnalisés** avec les usagers (3).
- En Allemagne, les visiteurs de certains sites publics (comme l'agence pour l'emploi) ont la **possibilité d'opter pour une rubrique « langage simple »**. Cette option permet par exemple d'accéder à une version simplifiée des contenus de la plateforme de l'agence pour l'emploi (14).



Aider à l'organisation

Il ne nous suffit pas toujours de connaître l'importance de certaines tâches à effectuer pour les mettre en œuvre. Un moyen efficace de soutenir le passage de l'intention à l'action consiste à accompagner l'utilisateur dans la **planification et l'organisation de ses tâches, étape par étape, jusqu'à la réalisation de l'action.**

En pratique...

- Aidez les usagers à **organiser avec précision** les prochaines étapes d'une démarche afin d'éviter tout oubli.

Donner une carte avec l'heure, la date et le lieu du prochain rendez-vous

- Etablissez des **objectifs clairs**, en prévoyant comment surmonter les potentiels obstacles (donnez des instructions).

« La prochaine étape de la démarche à compléter est l'envoi de votre RIB à cette adresse. »

- Indiquez le **temps nécessaire** pour compléter les étapes de chaque démarche, ainsi que les durées d'attente.

*« Compléter cette étape du questionnaire vous prendra environ 4 minutes. »
« Le temps moyen d'attente sans rendez-vous avant d'accéder au guichet est de 16 minutes. »*



Assurez-vous que la **durée indiquée corresponde au temps réel** de l'étape ou à une estimation légèrement supérieure : un temps de démarche plus long que celui indiqué risquerait d'avoir un impact négatif sur l'expérience usager.

- Rendez explicite et précis le **calendrier des étapes** à compléter.

Communiquer des dates limites pour effectuer des démarches

- Envoyez des **notifications de rappel** en utilisant le canal de communication approprié (courrier, email, SMS,...) selon l'utilisateur.

SMS : « Vous passez votre BAC, courage ! N'oubliez pas de compléter vos candidatures en ligne pour intégrer une formation supérieure à la rentrée. »

- Ajoutez des informations pertinentes pour **accompagner l'utilisateur dans son parcours**.

*Ajouter le plan d'accès précis à un bâtiment administratif
Renseigner la fiche de voyage ou les moyens de transports en commun à emprunter pour se rendre au rendez-vous*



Interventions

- Au Royaume-Uni, en 2013, un programme d'**aide à la planification** de recherche d'un poste pour les demandeurs d'emploi a été lancé. Au lieu de rendre compte des actions qu'il a menées de façon rétrospective, le demandeur d'emploi a été invité à **organiser sa recherche** à l'avance, adoptant ainsi un **point de vue prospectif** (12).
- Une étude britannique a montré que le simple fait d'**encourager** les employés à **écrire concrètement la date et l'heure de leur rendez-vous** médical pour recevoir un vaccin a permis de faire augmenter le taux de vaccination de 4,2 % (15).

[Company Name] IS HOLDING A FREE FLU SHOT CLINIC.

Flu shots will be available on site at the [location of relevant free flu shot clinic] at the following times:

Monday, October 26th	7:00 am – 3:30 pm
Wednesday, October 28th	7:00 am – 3:30 pm
Friday, October 30th	7:00 am – 3:30 pm
Tuesday, November 3rd	7:00 am – 3:30 pm
Thursday, November 5th	7:00 am – 3:30 pm



[Company Name] IS HOLDING A FREE FLU SHOT CLINIC.

Many people find it helpful to **make a plan** for getting their shot. You can write yours here:

 _____, _____ at _____
(day of the week) (month) (day) (time)

Flu shots will be available on site at the [location of relevant free flu shot clinic] at the following times:

Monday, October 26th	7:00 am – 3:30 pm
Wednesday, October 28th	7:00 am – 3:30 pm
Friday, October 30th	7:00 am – 3:30 pm
Tuesday, November 3rd	7:00 am – 3:30 pm
Thursday, November 5th	7:00 am – 3:30 pm

- L'Agirc-Arrco a lancé en 2016 « Smart' Retraite », une application mobile ayant pour objectif d'**accompagner** les futurs retraités **dans leur parcours** de retraite (accès facilité aux informations et services) (3).



Inviter à l'engagement

Nous souhaitons rester cohérents par rapport à nous-même et aux autres. L'**engagement** individuel ou collectif, qui implique la **mise en jeu** de notre **estime de soi** ou de notre **réputation** vis-à-vis de nos concitoyens, se révèle ainsi être un levier efficace afin d'inviter l'utilisateur à effectuer les démarches administratives importantes.

En pratique...

- Sollicitez des **actes concrets et originaux** de la part de l'utilisateur afin de lui permettre de se sentir engagé dans la démarche.

Dans une démarche d'insertion professionnelle, permettre aux jeunes de créer leur propre parcours de formation

- Concrétisez un premier niveau de **progression**.

Pré-remplir la première étape d'une déclaration pour qu'après validation des données, l'utilisateur se retrouve directement à l'étape 2

- Invitez l'utilisateur à **formaliser son engagement**. Afin de mettre en jeu sa cohérence personnelle pour la suite de la démarche, demandez-lui de s'engager dès le début (du questionnaire, du parcours...).

Intégrer au début des formulaires un champ de signature, ou encart à mention manuscrite, une case d'engagement à cocher

- Quand l'enjeu s'y prête (par exemple, l'inscription sur les listes électorales), invitez l'utilisateur à **partager son engagement publiquement** afin d'y ajouter une **dimension sociale**.

*Encourager l'utilisateur à partager ses résolutions avec son entourage
Permettre l'utilisation des réseaux sociaux pour rendre l'engagement individuel visible*



Interventions

- Au printemps 2003, dans le cadre d'une enquête sur le tri sélectif des déchets ménagers dans la communauté urbaine de Bordeaux, une première action peu coûteuse en temps et en énergie (répondre oralement à 10 questions) a été proposée à certains habitants. Faire ainsi **précéder l'action cible complexe** (trier ses déchets et répertorier leur quantité pendant un mois) **par une première étape simple** a eu pour effet d'augmenter le taux d'acceptation de la dernière requête par rapport aux habitants ayant seulement reçu une demande pour la seconde action (16).
- Une expérimentation américaine concernant des formulaires d'assurance a montré que le fait de **faire signer les usagers au début du formulaire**, et non à la fin, augmentait l'adéquation à la réalité des réponses saisies. Ainsi, les « miles » déclarés pour un véhicule passaient d'une moyenne de 23 670 à 26 100 avec cette seule intervention (17).
- En Afrique du Sud en 2014, de jeunes citoyens ont été **encouragés à choisir activement** des activités extra-scolaires ne présentant pas de risques pour leur sécurité, et à **partager ces engagements** avec leurs amis via une application mobile. Ceci a permis une réduction de moitié de la pratique d'activités risquées chez ces jeunes (12).



Donner des retours

La motivation est un paramètre essentiel pour accomplir les nombreuses tâches qui nous incombent au quotidien. De plus, les situations floues nous sont inconfortables. Afin de nourrir notre motivation et clarifier les situations, nous avons **besoin de recevoir des retours sur les actions que nous accomplissons** afin de mener à bien les démarches jusqu'au bout sans se désengager.

En pratique...

- Donnez des **indications régulières** sur les actions effectuées.

Envoyer des notifications d'accusé de réception

Cocher une case pour signaler une tâche accomplie

<input checked="" type="checkbox"/> Situation socio-professionnelle	→ Situation socio-professionnelle
<input checked="" type="checkbox"/> Aide(s) demandée(s)	→ Aide(s) demandée(s)
<input checked="" type="checkbox"/> Récapitulatif	<input checked="" type="checkbox"/> Récapitulatif

- Permettez aux **usagers** d'être **au courant en temps réel de leur progression** dans les démarches, afin qu'ils puissent adapter leur comportement en conséquences.

Inclure des barres de progression sur les formulaires en ligne

Tenir l'utilisateur au courant de l'avancement du traitement de son dossier

- Formulez les retours sur un **ton positif et enthousiaste** : félicitez l'utilisateur lorsqu'il termine une étape administrative, encouragez-le pour les actions à venir et remerciez-le pour les efforts et le temps fournis.

« Bravo, vous venez de terminer cette 3^{ème} étape ! Nous avons bien reçu vos informations et votre dossier est presque complet : plus que 2 documents à nous envoyer, et vous aurez terminé ! »



Evitez les messages **négatifs ou anxiogènes** ; leurs résultats sont souvent contraires aux effets escomptés.



Interventions

- Sur le site mes-aides.gouv.fr, la **progression** dans la saisie des informations requises pour simuler les aides auxquelles l'utilisateur peut prétendre est **représentée par une frise simple et intuitive**. A tout instant, il a donc sous les yeux les étapes qu'il a remplies, l'étape en cours ainsi que celles à venir, ce qui lui permet de se repérer dans sa démarche (18).

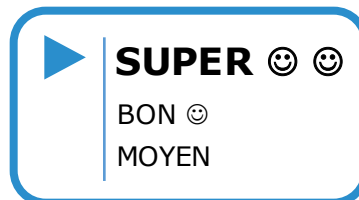


mes-aides.gouv.fr



- Une étude menée aux Etats-Unis a montré que l'**ajout d'un retour informatif** sur les courriers rapportant la consommation énergétique des usagers et permettant de la comparer aux valeurs des voisins (norme sociale) a permis de la faire baisser de presque 2%. Les retours étaient formulés de manière positive lorsque la consommation était en-deçà de la moyenne (19).

Votre efficacité
énergétique est :



- En France, depuis 2015, il est **possible de suivre en ligne** sur le site de l'ANTS (Agence Nationale des Titres Sécurisés) **l'avancement de son dossier** de demande de carte d'identité et passeport, et d'**être informé** de la disponibilité de la pièce par SMS ou email (3).



Réduire les **obstacles**

Les démarches administratives requièrent le plus souvent plusieurs étapes. Or, chacune d'entre elles augmente la complexité et le « coût cognitif » de l'action que nous percevons. Il suffit alors parfois d'un détail qui paraît difficile pour se désengager. Il est donc indispensable de faire en sorte de **minimiser les efforts que l'utilisateur doit fournir** et de s'assurer que **chaque étape présente le moins d'obstacles possible**.

En pratique...

- **Automatisez** les démarches administratives dans la mesure du possible.
*Proposer les démarches de demande et de paiement en ligne
Réduire le non-recours aux droits en automatisant les procédures de détection d'ayant droits*
- **Utilisez les informations déjà connues** pour éviter de demander plusieurs fois la même information à l'utilisateur.
Démarche « Dîtes-le nous une fois »
- **Évitez** toute **étape intermédiaire** non-essentielle et raccourcissez les étapes existantes au maximum.
*Joindre des liens ou QR codes redirigeant directement sur le formulaire à remplir et non sur le site Web
Privilégier les adresses Internet courtes*
- Minimisez les champs à compléter : privilégiez les **items à cocher**, à **entourer**, ou les **menus déroulants** dans les formulaires.



Nationalité :



Nationalité :

- **Pré-remplissez** les formulaires dans la mesure du possible.
Remplir les informations personnelles connues sur les formulaires en ligne en invitant l'utilisateur à les vérifier et à les modifier si nécessaire

- Réalisez en avance certaines étapes du parcours pour que **l'utilisateur** ait le **moins d'actions** possibles à effectuer.

Joindre aux courriers sollicitant l'envoi de documents une enveloppe préaffranchie

- Tenez compte de la tendance des usagers à privilégier le **statu quo** en **ayant recours à des options par défaut** et en **choisissant judicieusement** l'alternative que vous définissez comme telle.



Les options par défaut doivent cependant être utilisées et sélectionnées avec une extrême précaution : il doit exister un **consensus** autour du fait que l'option privilégiée est la plus bénéfique pour l'utilisateur et la collectivité.



Interventions

- En France, depuis quelques années, les locataires éligibles à une aide au logement ont la possibilité que leur **demande d'aide** soit **automatiquement transmise** à la CAF (Caisse d'Allocations Familiales) par le bailleur social. Alors que 21 000 demandes avaient été comptabilisées pour 2014, 63 000 ont été enregistrées en 2016 (3).
- Une intervention testée au Royaume-Uni consiste à faciliter le paiement des impôts en joignant à la notification de rappel le **lien menant directement au formulaire à compléter**, au lieu de la plateforme Web sur laquelle se trouve le formulaire. Ce simple changement a permis de faire passer le taux de réponse de 19,2 à 23,4% (20).
- Une autre intervention, également menée au Royaume-Uni, a consisté à **définir par défaut l'option** d'engagement dans un plan d'épargne pour la retraite. Les possibilités proposées aux usagers restent identiques, mais le taux d'engagement augmente toutefois de 22 points de pourcentage (21).
- Plus généralement, la démarche « Dites-le nous une fois » et la création de la plateforme France Connect, concrétisent une volonté de **minimiser les obstacles imposés aux usagers**, voir de **capitaliser sur leurs efforts** initiaux (22).



Structurer l'information

Parmi la multitude d'informations et de sollicitations que nous recevons au quotidien, il n'est parfois pas facile de s'y retrouver et de mener à bien toutes les actions requises. Afin de réduire la perception de la complexité et d'aider l'utilisateur à naviguer dans les courriers, sites Web et procédures, il est essentiel de réfléchir à **l'organisation et la structure de l'information**, pour **la rendre la plus lisible possible**.

En pratique...

- **Centralisez** au maximum l'information au même endroit.

Mettre à disposition des sites et plateformes Web résumant les informations utiles à certaines populations d'utilisateurs

- Découpez les **informations et démarches complexes en plusieurs étapes** cohérentes, plus courtes et simples à réaliser, dont l'intitulé décrit le contenu.

*Indiquer une idée réaliste du temps nécessaire pour remplir chaque étape
Donner la possibilité d'enregistrer la progression étape par étape
Présenter les étapes une à une :*



- Regroupez les étapes par **catégories logiques**.
- **Hiérarchisez** les étapes par ordre de priorité et d'importance décroissant. Du fait des **effets de primauté et de récence**, les utilisateurs retiennent mieux les informations qui leur sont délivrées en premier et en dernier.

Commencer par le message clé/urgent

- Ajoutez des **listes de longueur raisonnable** résumant les informations élémentaires, afin que celles-ci soient mieux digérées et retenues.

Faire des listes comprenant 5 à 9 items

Faire des listes résumant les informations principales du message

- Associez des **checklists** pour permettre à l'utilisateur de vérifier qu'il a bien effectué chaque étape et renforcer le sentiment d'accomplissement.
- Joindre des **tableaux, diagrammes, schémas** de parcours ou **calendriers** rendant explicites les étapes des démarches à entreprendre.

Indiquer la position de l'utilisateur sur le schéma du parcours

- Organisez l'information sous forme de **questions-réponses**.
« Quelles pièces envoyer ? », suivi de la liste des documents attendus
- Prévoyez un **champ de recherche** sur les sites Web.



Interventions

- De plus en plus d'initiatives visent à **centraliser certains types d'informations**. Ainsi, depuis fin 2015, le portail de l'alternance regroupe toutes les offres de contrats d'apprentissage et de professionnalisation. De même, le site Web pour-les-personnes-agees.gouv.fr rassemble les informations relatives à la vie des seniors. Enfin, la plateforme mes-aides.gouv.fr met à disposition un simulateur permettant d'avoir une idée des aides sociales auxquelles prétendre (18, 23).
- Sur ce même site mes-aides.gouv.fr, la saisie des informations pour réaliser la simulation est découpées en plusieurs **étapes successives thématiques, courtes et d'apparence simple**, organisées de façon logique (18).
- Depuis 2016, les Français résidant à l'étranger et souhaitant rentrer en France ont à leur disposition un service en ligne dédié à l'accompagnement des démarches de retour en France. Ce dispositif comprend un calendrier des actions à entreprendre, accompagné de **checklists des documents** à fournir **et pièces administratives** à se procurer (3).

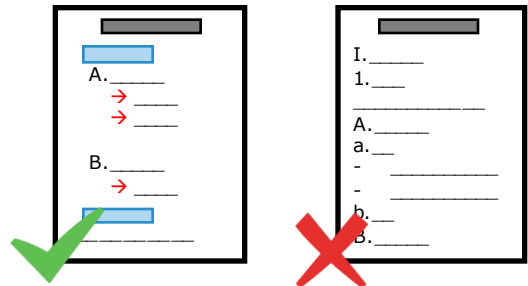


Mettre en page

Face à la nécessité de naviguer rapidement dans notre environnement, nous avons tendance à émettre des jugements immédiats qui peuvent conditionner durablement nos appréciations futures. Il est donc important de **veiller à ce que la première impression** de l'utilisateur **soit bonne** avec des **supports de communication clairs**.

En pratique...

- Etablissez et respectez une **hiérarchie visuelle claire** pour définir les parties de documents et de sites.



- Privilégiez les **polices sans empâtements** (Arial, Tahoma, Verdana) pour faciliter la lecture, si possible en taille 12 minimum. N'abusez pas de termes soulignés, n'écrivez pas de mots entiers en majuscules.

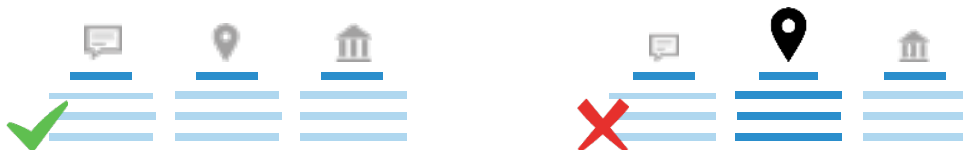
Ne faites pas ça. NI ÇA, mais faites plutôt ça !



- **Aérez le texte** et faites des paragraphes distincts ; les informations proches visuellement ont tendance à être assimilées ensemble.



- **Harmonisez** l'aspect **visuel** : couleurs, polices, taille de texte, images.



- Respectez **les marges**, trouvez une **taille de lignes appropriée** en variant les usages : un texte avec des lignes courtes est plus engageant, alors qu'un texte avec des lignes longues est plus facile à lire.

- Veillez à **aligner les éléments importants** pour fluidifier la lecture.

Prénom NOM :

1

Année de naissance :

2

Genre :

- 3** Femme Homme

Prénom NOM :

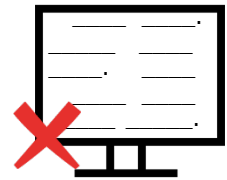
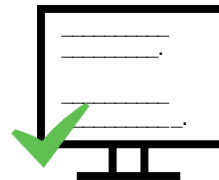
2

Année de naissance :

4

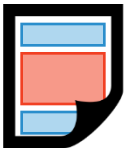
Genre : Femme

Homme



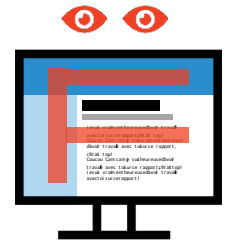
- **Limitez l'usage des colonnes, des retraits et de la justification.**

- Respectez les **règles de mise en page** propres au support utilisé.



Pour les lettres, respecter la répartition ¼ - ¼ pour l'en-tête et le bas de page, ½ pour le contenu du message.

Pour les sites Web, adopter une mise en page qui respecte le motif en F d'exploration visuelle de l'écran par l'utilisateur. Positionner le menu en haut ou sur la gauche.



Veiller à ce que le site soit navigable depuis un smartphone, et positionner les boutons des applications en bas à droite pour cliquer aisément.



Interventions



Service-Public
Le portail de l'administration française

10 septembre 2010

Annuaire des services de l'administration

Sites internet publics

Textes et rapports

Emplois dans les administrations

PROFESSIONNELS ET ENTREPRISES

Tapez les mots de votre recherche

VOS DROITS ET DÉMARCHES

Formulaires en ligne

Adresses locales

Formation

Déménagement

Couples

Handicapés

Impôts, taxes et douane

Justice

Logement

Épargne

Relations avec l'administration

Santé

Transports

Étrangers en France

Europe

Famille

Transports

Avances, loisirs

Vie associative

LA METEO DU JOUR

INFORMATION ROUTIERE

QUESTIONS-REPONSES SUR LES le Gouvernement communique

BIBLIOTHEQUE NATIONALE DE FRANCE Réouverture du site François Mitterrand le jeudi 9 novembre 2000

LANCLEMENT DU PROJET GEANT

réseau trans-européen de la recherche et de l'éducation

NAUFRAGE DU "EVOLI SUN"

La Marine nationale et le ministère de l'équipement communiquent

suite des actualités

La lettre d'actualité

Pour la recevoir, tapez votre mé.

Droit d'accès et de rectification

Aide | Qui réalise service-public.fr | Etablir un lien | Votre avis sur le site | Dossier de presse

© 2000 La Documentation française

- **Modification et amélioration de la mise en page de l'accueil** du site service-public.fr entre 2010 et 2019.



Particuliers | Professionnels | Associations | Annuaire de l'administration

Service-Public.fr

Le site officiel de l'administration française

Une question ? Services en ligne et formulaires

Papiers - Citoyenneté | Famille | Social - Santé | Travail - Logement | Transports | Argent | Justice | Étranger | Loisirs | Actualités

Connaitre vos droits, effectuer vos démarches

ex. : Passeport, mairie de Montreuil, acte de naissance...

FICHES PRATIQUES LES PLUS CONSULTÉES

PAPERS - CITOYENNETÉ Carte grise, Permis de conduire, Contrôle technique, Infirmités...	FAMILLE Allocations familiales, Naissances, Mariage, Papiers, Scolarité...	SOCIAL - SANTÉ Carte vitale, Chômage, Handicap, RSA, Personnes âgées...	TRAVAIL CDD, CDD, Contrat, Démission, Période d'essai...	LOGEMENT Allocations logement, Permis de construire, Logement social, Fin de bail...
TRANSPORTS Carte grise, Permis de conduire, Contrôle technique, Infirmités...	ARGENT Crédit immobilier, Impôts, Consumption, Livret A, Assurance, Surendettement...	JUSTICE Cours de justice, Plainte, Aide juridique, Saisie...	ÉTRANGER Titre de séjour, Résidence, Titres de séjour, Résidence, Titres de séjour, Résidence...	LOISIRS Animas, Permis de chasse, Tourisme, Permis de chasse...



Rendre l'information saillante

Nous n'explorons pas un environnement dans ses moindres détails : en réalité, **notre attention se porte** rapidement et inconsciemment sur les **informations saillantes**, c'est-à-dire les éléments qui « sautent aux yeux ». Une information peut être saillante parce qu'elle est **mise en avant visuellement** ou bien parce qu'elle est **nouvelle ou surprenante**. Introduire des éléments saillants permet de veiller à ce que les informations importantes soient identifiées.

En pratique...

- Ecrivez les **éléments importants en gras**, les titres en gros et en police lisible.
- Adaptez la **luminosité** et les **contrastes** pour rendre les éléments plus distinguables.

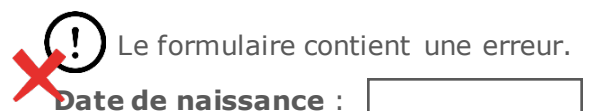
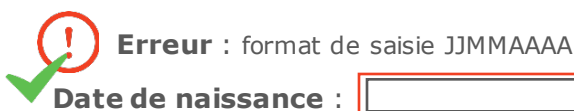


- Veillez à ce que les **boutons et menus de navigation** soient **évidents et visibles**.

*Faire des boutons plus gros pour l'option la plus courante
Prioriser les boutons colorés à bord arrondis*



- En cas d'**erreur dans le remplissage** des formulaires en ligne, **signalez clairement** où a lieu l'erreur et comment la corriger.



- Utilisez les **couleurs** de façon **appropriée**.

Se limiter si possible à 3 couleurs différentes

Garder une couleur par type d'information

Respecter la signification des couleurs (vert pour validation, rouge pour erreur)

Attention à l'utilisation de contrastes de couleurs (rouge sur fond bleu à bannir)

- Utilisez des **images** afin de faciliter l'analyse et la mémorisation des informations.

Insérer des photos, des pictogrammes

Rendre l'information délivrée plus formelle en s'appuyant sur une iconographie officielle

Utiliser des schémas visuels et des captures d'écran explicatives, pour la navigation



- Il faut bien choisir en amont quelles informations vous souhaitez mettre en évidence car **si tout est saillant alors rien n'est saillant**.
- Si vous insérez des schémas et des images, veillez à ce qu'ils restent **simples à comprendre et lisibles**. Veillez également à ce que l'image n'attire pas trop l'attention par rapport au texte, pour éviter qu'elle ne perturbe la réception du message principal.



Interventions

- Une étude menée au Royaume-Uni s'est intéressée aux effets de l'**ajout d'un visuel saillant** sous forme de faux tampon indiquant « **Payez maintenant !** » en gros et rouge sur les notifications d'impayés d'impôts. Cette intervention a permis l'augmentation du taux de paiement de 3,1 points de pourcentage (20).
- **Ajouter un post-it factice sur les enveloppes** destinées aux usagers en y inscrivant leur **nom de façon manuscrite** permet aussi d'augmenter la saillance de l'information. L'utilisateur se sent personnellement concerné par cet effort de personnalisation, et les résultats d'une étude menée en Irlande ont montré que cette seule intervention avait permis de faire passer le taux de réponse au courrier de 19,2 à 36% (24).
- Une autre étude a analysé l'impact de l'**ajout d'une photographie** du véhicule de l'utilisateur sur des courriers informant de l'obligation de répertorier son véhicule, sous peine que celui-ci soit confisqué. En plus de la reformulation de la lettre, le fait de rendre concret l'objet qui pourrait être perdu si les règles n'étaient pas respectées (aversion à la perte), grâce à une image personnalisée, a augmenté le taux de recensement des véhicules de 9 points de pourcentage (21).



Rendre ludique

Les tâches administratives sont très souvent connotées négativement. Elles sont facilement associées aux idées d'effort et d'ennui. Il est pourtant possible de les rendre **plus attractives en introduisant une dimension ludique**.

En pratique...

- Inspirez-vous des **canaux et moyens de communication actuels**.

*Donner de l'aide à l'utilisateur via un chatbot identifié et personnalisé
Représenter l'administration sur les réseaux sociaux*

- Ajoutez de la nouveauté dans vos supports de communication et d'interactions avec les usagers, mettez en valeur cette nouveauté, par exemple en proposant des **événements sociaux** autour des démarches à effectuer.

Imaginer une journée thématique dédiée à une démarche (« journée de la déclaration d'impôts »)

- Représentez les concepts avec des **métaphores visuelles et ludiques**.

Utiliser des pictogrammes relatifs à la météo pour représenter la situation de l'utilisateur



- Marquez la **temporalité** des étapes grâce à des **images animées**.

Un arbre qui pousse, une fleur qui éclot au fil des étapes complétées

- Provoquez la curiosité des usagers en posant des **questions ludiques** dont la réponse est donnée ultérieurement pour engagez l'utilisateur à réaliser les étapes consécutives des démarches.

Une question peut ainsi être posée sur une enveloppe, invitant à ouvrir le courrier pour y trouver la réponse.

- Quand le contexte le permet, mettez en place des **concours** entre usagers, villes, administrations ... Des **loteries** et **tirages au sort** peuvent également constituer des incitations efficaces.



Interventions

- Un **serious game** permet d'incarner le ministre français de l'Action et des Comptes Publics : la mission de ce jeu est alors d'élaborer le budget national en allouant des sommes aux diverses missions de l'Etat, tout en prenant en compte le déficit budgétaire (25).
- Différents pays et collectivités, confrontés à des problématiques sévères de civisme fiscal, ont été jusqu'à **mettre en place des loteries**, permettant aussi bien d'augmenter leurs recettes (avec une chance de bénéficier d'une exemption ou d'une gratification) que de lutter contre la fraude (avec des tickets de caisse faisant office de billets de loterie) (13).



Choisir le **messenger**

Nous prêtons une grande attention et importance aux caractéristiques de la personne ou de l'institution qui nous délivre un message. Ainsi, **le messenger qui véhicule une information doit être choisi** avec soin afin qu'il « parle » à son destinataire.

En pratique...

- Gardez en tête que la **proximité**, le **degré de familiarité** du messenger par rapport à l'utilisateur, les **émotions** qui lui sont associées, les **intentions** qu'il lui prête et la **confiance** qu'il lui accorde auront un **impact sur la perception du contenu du message**.

Un message relayé par un proche ou par un pair, est de manière générale plus efficace.

- Privilégiez les **paroles d'experts** pour délivrer des messages qui portent sur un sujet spécifique.

Communiquer l'avis de scientifiques afin de sensibiliser les usagers à l'importance de démarches médicales

- Augmentez au maximum les **similarités** (démographiques, socio-professionnelles, comportementales ...) entre le messenger et l'utilisateur.

Faire appel à des conseillers et des médiateurs pouvant être considérés comme des pairs par l'utilisateur

- Faites **délivrer le message** par un **personnage fictif représentatif**, présentant les caractéristiques générales de la **population cible**.

« Je m'appelle Julien, j'ai 19 ans et je viens d'emménager dans mon premier appartement : c'est le moment de m'occuper de ma demande d'aide au logement ! »

Soyez **vigilant** quant à la **perception du messenger** : une institution en proie à la défiance publique pourra avoir un effet néfaste sur la prise en compte du message par l'utilisateur. Dans ce cas, passer par un messenger externe et non connoté peut s'avérer préférable.





Interventions

- Un courrier informant des généralistes britanniques sur leur taux élevé de prescription d'antibiotiques par rapport à leurs pairs (norme sociale), **signée par le médecin en chef national** (messenger) a permis de réduire significativement leur taux de prescription afin de lutter contre l'antibiorésistance (26).
- Au Royaume-Uni en 2016, afin d'encourager de jeunes étudiants à candidater à des universités sélectives, **des lettres d'encouragement écrites par des étudiants de ces universités ayant un profil similaire au leur** ont été envoyées. Les étudiants ayant reçu ces lettres ont davantage postulé à ces universités que ceux ayant reçu l'information délivrée par les écoles (27).
- Au Royaume-Uni, dans le cadre d'un programme de développement proposé aux petites et moyennes entreprises, un courrier leur était adressé afin de les remercier pour leur participation au programme et de les inviter à le poursuivre. L'impact de ce courrier dépendait de **l'adéquation entre le contenu du message délivré et le messenger choisi** : par exemple, un remerciement axé sur les bénéfices économiques du programme avait plus d'impact si la lettre était signée par le ministre (12).



Communiquer au bon moment

Nous ne sommes pas toujours réceptifs aux informations administratives. Pour maximiser les chances que l'utilisateur les intègre, il faut lui **envoyer des informations pertinentes au moment opportun.**

En pratique...

- Délivrez les informations lorsqu'elles sont **utiles dans le parcours usager**, au moment où celui-ci est susceptible de se poser la question.
Préciser les pièces à fournir avant le début d'une démarche
Informez l'utilisateur dès le début de la démarche puis de façon régulière de l'obligation de déclarer tout changement de situation pour continuer à bénéficier d'une prestation
- Adaptez les **dates et horaires** des envois d'informations au quotidien de l'utilisateur, particulièrement lorsque la réception est instantanée (SMS,...).
Éviter les fenêtres temporelles improbables : le 24 décembre en fin de journée n'est pas idéal pour une sollicitation administrative
- Envoyez des notifications de rappel et feedbacks aux usagers aux moments adaptés du parcours, à un rythme **régulier mais raisonnable**.
Envoyer un rappel une semaine, puis deux jours avant une date limite
- Souvenez-vous que les usagers sont plus **enclins** à prendre des décisions de **changement** lors des **périodes de transition de vie**, qui constituent donc un moment clé pour une communication efficace.
Entrée dans la vie étudiante, premier emploi, déménagement, union, naissance
- **Différez la prise d'effet du coût** d'une décision difficile : les usagers sont plus à même de s'engager lorsque les bénéfices sont immédiats et les coûts dans le futur.
« Validez en 3 clics votre démarche dès maintenant pour enclencher votre dossier, complétez-le en ajoutant vos pièces justificatives plus tard ! »



Interventions

- Au Canada, dans le cadre du programme de remboursement des prêts étudiants, différentes approches ont été testées pour augmenter le taux de paiement du premier remboursement : **informer au moins trois semaines à l'avance de la première échéance imminente** de remboursement est l'intervention ayant montré un effet significatif (12).
- Depuis 2015, les demandes de logement social s'effectuent en ligne, cela permet d'**envoyer une notification ciblée à l'utilisateur un peu avant la date d'anniversaire** de sa demande afin de l'inviter à la renouveler (3).
- Au Royaume-Uni, en 2013, une lettre destinée aux entreprises et requérant l'envoi d'informations sur leur situation financière a été envoyée à différents moments, afin de déterminer la date propice pour maximiser le taux de réponse. La lettre reçue environ 20 jours **avant la date limite** a obtenu le meilleur taux de retour (12).
- Un programme américain aux résultats probants a été lancé pour encourager certains salariés à mettre de l'argent de côté dans la perspective de leur retraite : ceux se sentant dans l'incapacité d'économiser au début du programme **s'engagent à le faire les années suivantes**, avec une augmentation progressive (28).

Exemples avant/après



Les **sites Web** et **courriers** présentés dans cette section sont factices et ont été **inventés pour ce guide**.

Toute ressemblance avec des documents existants ou ayant existé **serait purement fortuite** (ou pas 😊).

Suggestions d'application
des **concepts**
de ce guide pratique

→ sur un **site Web**



→ sur un **courrier**



Site Web factice
Exemple
à ne pas suivre





- ❶ Trop de couleurs sont utilisées (plus de 3), et celles-ci sont situées au niveau de zones qui ne devraient pas particulièrement être saillantes (Ex : le point de fuite de l'image de fond qui attire le regard mais dans lequel il n'y a rien, vers l'image « FranceSolidaire 2024 »)

→ *Rendre saillant* p. 32

- ❷ La formule « Se connecter » est peu informative, neutre et impersonnelle, le terme « Annuaire » suggère qu'il existe de nombreux contacts différents

→ *Penser la formulation* p. 14

→ *Personnaliser l'expérience usager* p. 18

→ *Réduire la quantité d'informations* p. 10

Le bouton d'accueil est placé en haut à droite

→ *Mettre en page* p. 30

- ❸ De trop nombreux onglets sont proposés, ceux-ci ne sont pas assez structurés, disposés sur trop de lignes ; de plus, les onglets principaux (« Faire une démarche ») sont situés à droite alors qu'il faudrait plutôt les placer en première position, à gauche

→ *Réduire la quantité d'information* p. 10

→ *Mettre en page* p. 30

- ❹ Aucune explication explicite n'est donnée sur la façon pour les usagers d'engager et faire leur démarche ; il n'y a pas d'accès direct aux informations et trop d'étapes intermédiaires (création et connexion à un compte nécessaire pour trouver plus d'informations)

→ *Réduire les obstacles* p. 26

Les formulations passives invitent peu à l'engagement.

→ *Rédiger simplement* p. 12

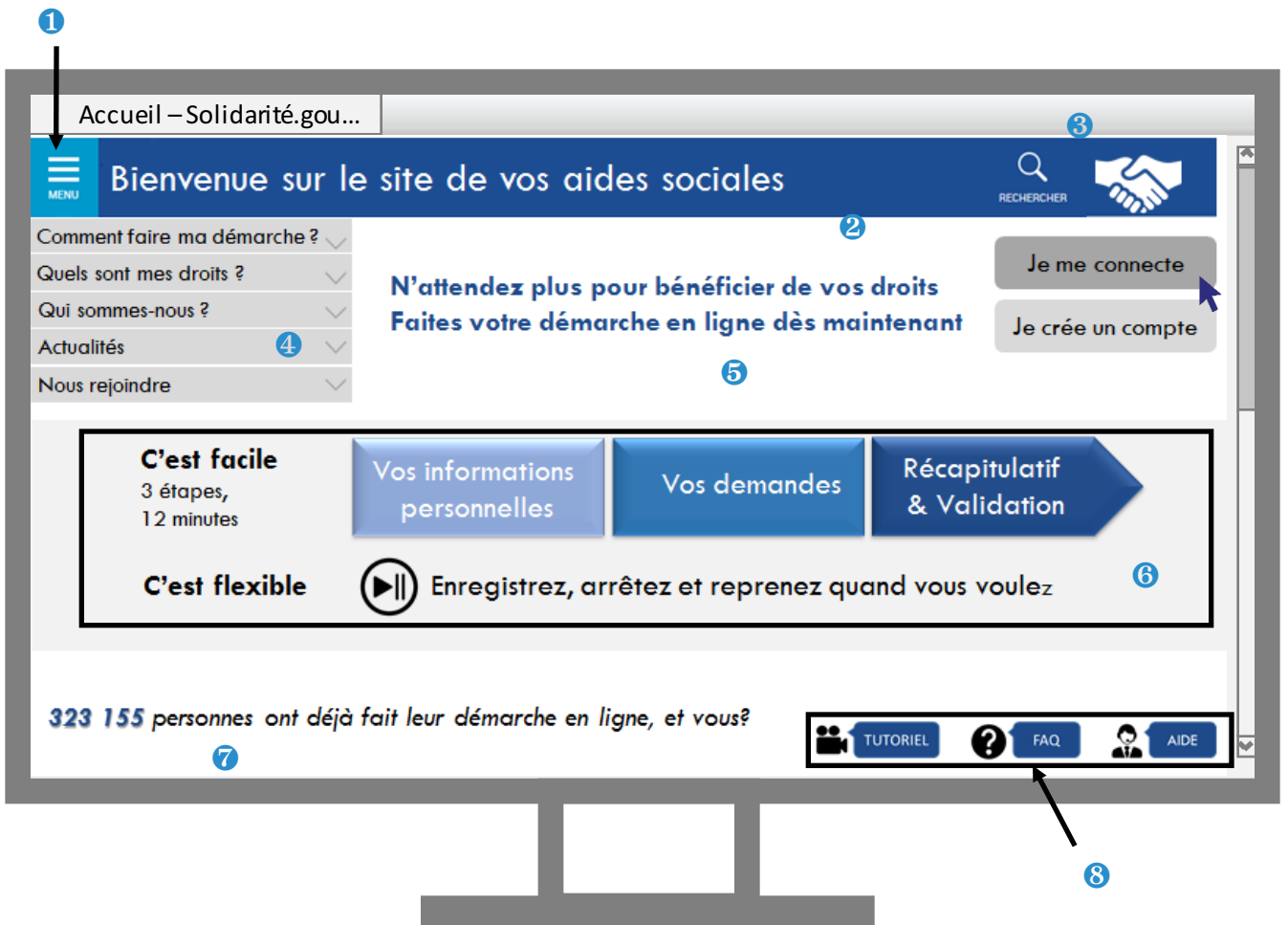
- ❺ Les colonnes et les polices avec empâtements réduisent la lisibilité.

→ *Mettre en page* p. 30

L'actualité prend trop de place par rapport à la démarche et surcharge les usagers en faisant figurer des informations qui ne leur sont pas utiles.

→ *Réduire la quantité d'information* p. 10

Site Web factice
Suggestions
d'amélioration





- ① Le menu principal est situé en haut à gauche pour attirer l'attention, l'ordre des rubriques est hiérarchisé en fonction des options les plus pertinentes pour l'utilisateur, la police est choisie sans empâtement, le nombre de couleurs utilisées est limité et la page est aérée
 - *Mettre en page* p. 30
 - *Rendre saillant* p. 32
 - *Structurer l'information* p. 28
- ② Un bandeau permet au visiteur de savoir immédiatement dans quel espace il se trouve (Ex : « Bienvenue sur le site des impôts » plutôt que « Bienvenue sur le site de la DGFIP »)
 - *Personnaliser l'expérience usager* p. 18
- ③ Des icônes représentent l'information de manière simplifiée et permettent de réduire la quantité de texte, les boutons colorés visibles attirent l'attention
 - *Rendre saillant* p. 32
- ④ Les rubriques de l'ancien site sont regroupées dans des onglets généraux dans un menu déroulant (Ex : « Nous rejoindre » comprendrait les sous-catégories « offres d'emploi », « carrières » et « postuler »)
 - *Réduire la quantité d'information* p. 26
- ⑤ La mention faisant appel à l'aversion à la perte permet d'inviter l'utilisateur à demander ses droits
 - *Penser la formulation* p. 14

La forme active et les 1^{ère} ou 2^{ème} personnes sont utilisées

 - *Rédiger simplement* p. 12
- ⑥ La démarche est décortiquée sous forme d'étapes ; le temps nécessaire pour l'effectuer la démarche ainsi que la possibilité de la fractionner sont évoqués, les gains de temps sont mis en avant
 - *Aider à l'organisation* p. 20
 - *Structurer l'information* p. 28
 - *Penser la formulation* p. 14
- ⑦ Un compteur jouant sur la norme sociale descriptive invite les visiteurs à rejoindre ceux ayant déjà fait leur démarche
 - *Utiliser les normes sociales* p. 16
- ⑧ Un tutoriel vidéo, une FAQ et un chatbot d'aide ludique autonomisent l'utilisateur et permettent de limiter le multicanal et la multiplication des appels
 - *Réduire les obstacles* p. 26
 - *Rendre ludique* p. 34



DEPARTEMENT : 75
COMMUNE : PARIS
PAYS : FRANCE

1

Réf 1 secteur 4162
Dossier 748399
Dossier suivi par Corinne Prespapiet

Mme Constance Danleffort
4 rue du mille-feuille
75 001 Paris

le 13/03/2019

2

Madame,

3

Vous avez reçu, sous un précédent pli :

– Le 07/06/18 une notification d'indu concernant *la créanceréférencée IM5* d'un montant de 843,69 € au titre de l'aide aux jeunes entrepreneurs: SUITE A VOTRE CHANGEMENT DE SITUATION PROFESSIONNELLE.

4

Vous n'êtes pas sans savoir que, selon l'article 359B-SIG du code de la CSE, la responsabilité de signaler rapidement tout changement vous incombe, notamment financier, professionnel et familial, concernant votre foyer, ainsi que toute modification de votre lieu de résidence. Si vous manquez à cet impératif, vous vous exposez à une radiation.

3

Il vous est possible de réaliser vos déclarations, en ligne, sur solidarite.fr, à partir de votre espace personnel « Mon compte », par courrier ou par téléphone; pour toute déclaration vous êtes tenus de renseigner vos références dossier. Il convient que vos déclarations soient faites dans les plus brefs délais à l'issue du changement de situation, mais elles peuvent également l'être à tout moment ultérieur en cas d'oubli.

4

Les déclarations tardives, omissions de déclarations et fausses déclarations peuvent constituer des fraudes. Si de tels manquements se reproduisaient, nous serions dans l'obligation de prendre la sanction qui s'impose à votre rencontre.

5

Veillez recevoir nos salutations respectueuses.

La directrice.

2

6

Coordonnées de contact :

Pour une question : droitsusager@cse.gouv.fr

Pour un changement de situation par téléphone : 08 769 769 12

Pour une réclamation : Service des réclamations
22 avenue du mille-pattes
Paris Cedex 02

Réf 2

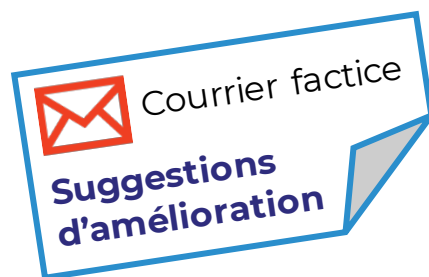


- ① La lettre manque de hiérarchie visuelle, les éléments importants ne sont pas mis en évidence, la lecture est rendue difficile par une mauvaise mise en page (police avec empâtement et trop petite, marge trop étroites alinéas, bloc de texte justifié)
→ *Mettre en page* p. 30
→ *Rendre saillant* p. 32
- ② La lettre est impersonnelle, le destinataire risque d'avoir du mal à se sentir concerné
→ *Personnaliser l'expérience usager* p. 18
- ③ L'emploi de formulation compliquées et très administratives freine la compréhension de la lettre
→ *Penser la formulation* p. 14
- ④ Le manque de précision et d'explication peut mettre les usagers dans une situation de confusion et empêcher le passage à l'action
→ *Réduire les obstacles* p. 26
- ⑤ L'emploi de termes anxiogènes ne favorise pas l'établissement d'une relation de confiance entre l'administration et l'utilisateur
→ *Penser la formulation* p. 14
- ⑥ Trop de moyens et de points de contact sont indiqués ici, l'utilisateur risque de se sentir perdu parmi toutes ces informations
→ *Réduire la quantité d'information* p. 10



CAISSE DE LA SOLIDARITE POUR L'EMPLOI
Départements Droits de l'utilisateur
Service Opérations comptables des particuliers

1



Référence dossier à rappeler dans tous vos courriers :
Secteur 4162
Dossier 748399

2

Mme Constance Danleffort
4 rue du mille-feuille
75 001 Paris

Objet : **Rappel de vos obligations**

Le 13 mars 2019,

Madame Constance Danleffort,

4

Pour rappel, vous avez déjà été dans une situation de trop perçu :

5

Vous ne nous aviez pas prévenus d'un changement de situation professionnelle.

Nous vous avons informée le 7 juin 2018 que vous étiez dans une situation de trop perçu d'aide aux jeunes entrepreneurs.

Vous deviez alors nous rembourser 843,69 €.

Vous avez régularisé votre situation et nous vous en remercions.

4

3

2



Pour éviter que cette situation ne se reproduise :

2

Vous devez **signaler rapidement tout changement** professionnel et familial, concernant notamment vos ressources ou votre foyer, y compris une modification d'adresse, afin de ne pas avoir à rembourser de fortes sommes de trop-perçu.

6

Faites vos déclarations rapidement :

2

• **En ligne**, à partir de votre espace personnel « Mon compte » :

Adresse du site : <https://www.caissesolidariteemploi.gouv.fr/signaler-un-changement>

Identifiant de connexion : 01 23 45 67

• **Par courrier** en écrivant au: 20 avenue du mille-pattes

75 002 Paris

→ Penser à rappeler votre numéro de sécurité sociale ainsi que la **référence dossier** indiquée au haut de ce courrier.

• **Par téléphone** au 01.23.45.62.99.

En cas d'oubli et dans le cadre du droit à l'erreur si vous nous signalez spontanément et rapidement tout changement de bonne foi, vous ne serez pas sanctionné.

4

Veillez recevoir, madame Constance Danleffort, nos salutations respectueuses.

4

La directrice.
Corinne Prespapiet

4



- ① Les informations importantes véhiculées par la lettre sont lisibles grâce à une disposition claire et aérée (objet visible, police sans empâtement, marges suffisantes)
→ *Mettre en page* p. 30
- ② Les informations importantes sont lisibles mises en évidence par des caractères gras, l'ajout de pictogramme, des encarts colorés
→ *Rendre saillant* p. 32
- ③ Le texte de la lettre est bien organisé : une distinction logique en deux parties ainsi qu'une liste explicite des moyens de faire sa démarche permettent d'augmenter la clarté du propos
→ *Structurer l'information* p. 28
- ④ On s'adresse à l'utilisateur de façon personnalisée et bienveillante : son nom et celui de son conseiller sont mentionnés dans les formules de politesse, les informations indiquées concernent le cas particulier de l'utilisateur, la lettre est formulée à la deuxième personne et signée de façon manuscrite, les termes choisis sont moins anxiogènes
→ *Personnaliser l'expérience usager* p. 18
→ *Penser la formulation* p. 14
- ⑤ La lettre est formulée de façon simple : les phrases sont courtes, seules les informations essentielles sont mentionnées, les termes utilisés sont faciles à comprendre, l'emploi de tournures à la forme active et directe permettent une compréhension aisée du contenu
→ *Réduire la quantité d'information* p. 10
→ *Rédiger simplement* p. 12
- ⑥ Le propos est souligné par l'utilisation de l'aversion à la perte et la mise en avant des conséquences pour l'utilisateur
→ *Penser la formulation* p. 14

Lexique administratif

Ce lexique **d'aide à la reformulation** vous propose des équivalents à utiliser pour remplacer certains termes administratifs complexes.

Bien sûr, les termes à employer dépendent grandement du contexte et le choix des mots sera **à adapter à chaque situation précise**. Il s'agira de **ne pas perdre en précision** des informations délivrées, ni en justesse juridique, dans la mesure où celle-ci est nécessaire.

Pour plus de recommandations :

Lexique administratif, COSLA et Dictionnaires Le Robert 2004 :

www.rhone.gouv.fr/content/download/16040/91641/file/LARA-1.pdf

Préférez les mots employés fréquemment dans le langage courant

Evitez	Préférez
ledit	ce
en outre	aussi / de plus
à titre de	en tant que
à cet effet	pour cela
susvisés	cités plus haut
présent	ci-dessous / cette / ce
précitées	mentionnées ci-dessus
s'agissant de...	en ce qui concerne...
afférent(e) à / relatif à	concernant / à propos de
ce pli	ce courrier
indus	trop-perçu / dette
récépissé	accusé de réception / reçu
le présent avis	cette lettre
montants liquidés	montants payés
pièces justificatives	documents justificatifs
assignation à comparaître	convocation officielle à vous présenter
l'ampliation de mon arrêté	le duplicata officiel de mon arrêté
instruction de votre requête	étude de votre demande
un plan d'apurement	un plan de régularisation
huissier poursuivant	huissier chargé de l'affaire
votre bailleur	votre loueur, votre propriétaire
le requérant	le demandeur

Préférez les mots employés fréquemment dans le langage courant

Évitez	Préférez
vous n'êtes pas sans savoir que avec le concours de la force publique est soumis à condition de dans les meilleurs délais le contrat stipule la loi dispose	vous savez sans doute que avec l'appui / assistance / aide de la police ou de la gendarmerie dépend de le plus rapidement possible le contrat prévoit la loi prévoit
vous rapprocher prendre l'attache de apprécier l'opportunité de renseignez et retournez soumettre à examen solliciter l'octroi de sollicité / diligenté appréhender d'apprécier bénéficiaire attribuer stipuler statuer	contacter prendre contact décider de remplissez / complétez et renvoyez étudier Demander demandé analyser de décider avoir donner mentionner / indiquer décider

Employez des formules plus simples et plus directes

Évitez	Préférez
sauf à dès lors que s'agissant de ...est à même de en tout état de cause en vue de / afin de (que) comme / dans la mesure où / au vu de	sauf si quand / à partir de pour peut <hr/> en ce qui concerne parce que / puisque

Employez des formules plus simples et plus directes

Evitez	Préférez
<p>en conséquence / par conséquent si vous estimez devoir sous réserve de / que a condition de / que dans l'hypothèse où le 15 avril courant dûment signés</p> <p>j'ai été saisi de votre dossier procéder au règlement de cette somme</p> <p>nous ne manquerons pas de vous tenir informé</p> <p>il est indispensable de rappeler que cette obligation s'impose à tous les propriétaires</p> <p>il convient je vous invite vous êtes tenus il vous appartient j'attire votre attention sur l'obligation je ne saurais trop vous conseiller vous êtes censé</p>	<p>donc si vous devez / voulez si si si le 15 avril Signés</p> <p>j'ai été chargé de votre dossier régler cette somme par chèque</p> <p>nous vous donnerons la réponse</p> <p>tous les propriétaires doivent le faire</p> <p>vous devez vous devez vous devez vous devez vous devez vous pouvez vous devriez vous devriez</p>

Favorisez l'emploi de verbes et de la forme active

Evitez	Préférez
<p>la non-production de ces documents est susceptible d'entraîner le rejet de votre demande d'exonération</p> <p>ne fait aucune mention</p>	<p>si vous ne fournissez pas ces documents, votre demande d'exonération pourra être rejetée</p> <p>ne mentionne pas</p>

Limitez les termes anxigènes et employez des tournures plus positives et bienveillantes

Évitez	Préférez
à tort immédiatement	par erreur dès que possible
rejeter radié	ne pas accepter / ne pas retenir supprimé
j'ai l'honneur de vous faire connaître	j'ai le plaisir de vous informer

Favorisez la relation entre usager et administration

Évitez	Préférez
l'usager, le locataire, le demandeur,...	vous, monsieur Durant, madame Martin
l'administration, la direction, la DGO,...	nous
la personne de contact, le fonctionnaire,...	je

Soyez le plus explicite possible

Évitez	Préférez
nous avons bien enregistré votre demande d'immatriculation	nous avons bien reçu votre demande et vous êtes désormais inscrit à [administration] de [ville] sous le numéro XXX
par tous moyens à votre convenance	par virement postal ou directement à nos guichets
le solde dû est de 30 euros	vous nous devez encore la somme de 30 euros

Limitez les expressions :

il ressort que...
il semble que...
il s'avère que...
il se peut que...
il advient que...
il s'ensuit que...
il apparaît que...
il se trouve que...
il est établi que...
il est patent que...
il est certain que...
il importe de / que...
il peut se faire que...
il convient de / que...
il vous appartient de...
il vous est rappelé que...
il a été décidé / stipulé que...
il est jugé nécessaire de / que...
il apparaît nécessaire de / que...
il est nécessaire / indispensable / utile /
arrêté / défini / conclu que... / opportun / pertinent /
conseillé / essentiel / impératif / impossible /
incontestable que / de...

Références

En français :

- Guide pratique de la rédaction administrative, CLA & COSLA : https://www.modernisation.gouv.fr/sites/.../guide_de_la_redaction_administrative.pdf
- Guide des bonnes pratiques pour des documents administratifs clairs, eWBS 2017 : <http://www.ensemblesimplifions.be/guide-des-bonnes-pratiques-pour-des-documents-administratifs-clairs>
- FALC : <https://easy-to-read.eu/fr/european-standards/>, <http://urapei.unapei.org/Facile-a-Lire-et-a-Comprendre>
- Les 10 principes d'une démarche en ligne exemplaire, numérique.gouv.fr 2018 : <https://www.numerique.gouv.fr/publications/dix-principes/>

En anglais :

- MINDSPACE, BIT 2010 : <https://www.bi.team/publications/mindspace/>
- EAST, BIT 2014 : <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>
- BASIC toolkit and ethical guidelines for policy makers – Draft for consultation, OCDE à paraître : <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights-toolkit-and-ethical-guidelines-for-policy-makers.htm>
- Behavioural Insights and Public Policy : Lessons from Around the World, OCDE 2017 : <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights-and-public-policy-9789264270480-en.htm>
- Behavioural Insights applied to policy, Commission européenne 2016 : <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/behavioural-insights-applied-policy-european-report-2016>
- Plain language : <https://www.plainlanguage.gov/>

Références interventions :

- (1) Dynarski, S., & Wiederspan, M. (2012). Student aid simplification: Looking back and looking ahead (No. w17834). *National Bureau of Economic Research*.
- (2) Bettinger, E. P., Long, B. T., Oreopoulos, P., & Sanbonmatsu, L. (2009). The role of simplification and information in college decisions: Results from the H&R Block FAFSA experiment (No. w15361). *National Bureau of Economic Research*.
- (3) <http://simplification.modernisation.gouv.fr/>
- (4) Altmann, S., Falk, A., Jäger, S., & Zimmermann, F. (2018). Learning about job search: A field experiment with job seekers in Germany. *Journal of Public Economics*, 164, 33-49.
- (5) FALC : <https://easy-to-read.eu/fr/european-standards/>, <http://urapei.unapei.org/Facile-a-Lire-et-a-Comprendre>
- (6) Guide des bonnes pratiques pour des documents administratifs clairs, eWBS 2017 : <http://www.ensemblesimplifions.be/guide-des-bonnes-pratiques-pour-des-documents-administratifs-clairs>
- (7) Veterans Benefits form letter, Jackson MS office.
- (8) Hallsworth, M., List, J. A., Metcalfe, R. D., & Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of Public Economics*, 148, 14-31.
- (9) Behavioural Insights applied to policy, Commission européenne 2016
- (10) <https://aquoiserventmesimpots.gouv.fr/>
- (11) Hallsworth, M., List, J. A., Metcalfe, R. D., & Vlaev, I. (2017). The behavioralist as tax collector: Using natural field experiments to enhance tax compliance. *Journal of Public Economics*, 148, 14-31.
- (12) OCDE (2017), Behavioural Insights and Public Policy : Lessons from Around the World, *Éditions OCDE*, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264270480-en>.
- (13) Singler, E., Waintrop, F., Bordenave, R., Bressoud, E., French Government: nudge me tender – how to turn ethnographic insight into more efficient policy-making, *Copyright ESOMAR 2014*.
- (14) <https://www.arbeitsagentur.de/leichte-sprache/leichte-sprache>
- (15) Milkman, K. L., Beshears, J., Choi, J. J., Laibson, D., & Madrian, B. C. (2011). Using implementation intentions prompts to enhance influenza vaccination rates. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(26), 10415-10420.

(16) Dufourcq-Brana, M., Pascual, A., & Gueguen, N. (2006). Déclaration de liberté et pied-dans-la-porte. *Revue internationale de psychologie sociale*, 19(3), 173-187.

(17) Shu, L. L., Mazar, N., Gino, F., Ariely, D., & Bazerman, M. H. (2012). Signing at the beginning makes ethics salient and decreases dishonest self-reports in comparison to signing at the end. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109(38), 15197-15200.

(18) <https://mes-aides.gouv.fr/>

(19) Allcott, H. (2011). Social norms and energy conservation. *Journal of public Economics*, 95(9-10), 1082-1095.

(20) Team, B. I. (2014). EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. *Behavioural Insight Team, London*.

(21) Beshears, J., Choi, J. J., Laibson, D., & Madrian, B. C. (2009). The importance of default options for retirement saving outcomes: Evidence from the United States. *Social security policy in a changing environment* (pp. 167-195). University of Chicago Press.

(22) <https://franceconnect.gouv.fr/>

(23) <https://www.pour-les-personnes-agees.gouv.fr>

(24) Irish Revenue (2013). "Survey of Small and Medium Sized Business Customers" <http://www.revenue.ie/en/about/publications/business-survey-2013.pdf>

(25) <https://www.lefigaro.fr/fig-data/jeu-budget/>

(26) Hallsworth, M., Chadborn, T., Sallis, A., Sanders, M., Berry, D., Greaves, F., ... & Davies, S. C. (2016). Provision of social norm feedback to high prescribers of antibiotics in general practice: a pragmatic national randomised controlled trial. *The Lancet*, 387(10029), 1743-1752.

(27) Team, B. I. (2017). Encouraging People into University – Research report. *Behavioural Insight Team, London*.

(28) Benartzi, S. (2012). Save more tomorrow: Practical behavioral finance solutions to improve 401 (k) plans. *Penguin*.



**MINISTÈRE
DE LA TRANSFORMATION
ET DE LA FONCTION
PUBLIQUES**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Ce rapport fait partie d'un projet
pilote par la DITP.
www.modernisation.gouv.fr

Avril 2019