



Bienvenue
Frédéric Brillet

[Recevoir la newsletter](#)

[Se déconnecter](#)

[Aide](#)

[Mon compte](#)

[Mes articles](#)

[Lire le dernier n°](#)

TENDANCE ENTREPRISES AFFAIRES PUBLIQUES MÉDIAS INTERNATIONAL PERSPECTIVES **ENQUÊTES** DÉCIDEURS MANAGEMENT

30/06/2014 / [Enquêtes](#)

Les nudges, discrets et efficaces

Par **Frédéric Brillet**

Les contribuables l'ignorent, mais la feuille de déclaration de l'impôt sur le revenu (IR) qu'ils ont reçue récemment était truffée de *nudges*. Théorisés par des chercheurs avant d'être adoptés par les Etats-Unis, le Royaume-Uni et plus récemment par la France, les *nudges* ou " coups de pouce ", désignent des petites incitations élaborées à la suite d'études empiriques qui infléchissent les comportements dans le sens souhaité par leur initiateur. En l'occurrence, celui-ci en France était le Secrétariat général pour la modernisation de l'action publique (SGMAP), mandaté par Bercy pour accélérer le développement des déclarations d'impôts en ligne. Cette modalité engendre des économies considérables sur le coût de la collecte de l'IR, qui s'élève à quelque 600 millions d'euros par an. En constante progression, le nombre de télé-déclarations de l'IR a atteint 13,5 millions en 2013, soit 32 % des foyers fiscaux, et Bercy ambitionne d'augmenter de 20 % ce taux d'ici à 2016, notamment en s'appuyant sur les *nudges*.

Pour y parvenir, le SGMAP a travaillé sur plusieurs axes. En amont, il a testé sur 2,5 millions de contribuables, raccordés à Internet mais non convertis à la télé-déclaration, différents arguments et présentations à utiliser dans la communication (la télé-déclaration est plus simple, bénéfique à l'environnement, offre des délais plus favorables...). Pour ce faire, quatre messages différents étaient envoyés par e-mail et SMS à quatre groupes de contribuables, le cinquième servant de groupe de contrôle. En comparant les taux de conversion des groupes, Bercy va pouvoir peaufiner son argumentation en identifiant les leviers les plus efficaces. " C'est un changement de culture pour l'administration, peu portée sur l'expérimentation car très attachée à l'égalité de traitement des usagers ", reconnaît Françoise Waitrop, chef de la mission Innovation du SGMAP.

La présentation de la feuille d'impôts a été modifiée pour mieux mettre en avant la télé-déclaration afin qu'elle devienne le choix par défaut. Le message incitant à la conversion a été raccourci et simplifié pour valoriser ce qui apparaît comme un bénéfice essentiel pour les contribuables, à savoir un report de la date limite de déclaration et le temps minime nécessaire

RECHERCHE

TENDANCE DE LA SEMAINE

25/08/2014

Ratages

Devant plusieurs de ses interlocuteurs estivaux, comme **Alassane [...]** > Lire la suite

[Tous les articles Tendance de la semaine](#)

COULISSE DE LA SEMAINE

25/08/2014

Ratages

Devant plusieurs de ses interlocuteurs estivaux, comme **Alassane [...]** > Lire la suite

[Tous les articles Coulisse de la semaine](#)

PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

25/08/2014

pour se débarrasser de cette corvée. Au final, une trentaine de *nudges* ont été lancés cette année pour promouvoir la télédéclaration. Et ce n'est pas fini : les études menées par le SGMAP montrent que les contribuables entretiennent une relation anxiogène avec l'administration fiscale. Ils apprécient d'être rassurés en se faisant délivrer au guichet ou envoyer un document papier frappé d'un tampon prouvant leur bonne foi quant à l'accomplissement des démarches nécessaires. Or cette particularité peut constituer un obstacle à la déclaration en ligne.

Pour lever cet obstacle, le SGMAP envisage l'introduction, en 2015, d'un nouveau *nudge* prenant la forme d'un coup de tampon apparaissant sur le document en ligne qui attestera que l'on a correctement effectué sa télédéclaration. Reste qu'il ne faut pas abuser des *nudges* sur le sujet sensible des impôts : en 2013, la DGFIP avait pris l'initiative de précocher la case valant acceptation du passage à un avis d'impôt dématérialisé. Des contribuables distraits s'étaient par la suite étonnés de ne plus recevoir leur avis sur papier, d'où un petit cafouillage...

L'expérience menée à Bercy demeure prometteuse et l'engouement pour les " coups de pouce " s'étend à d'autres ministères, à commencer par la Santé. Enseignante-chercheuse à Sup de Co Montpellier Business School, Laurie Balbo prépare une thèse sur les *nudges* qui pourraient bénéficier tant à la santé publique qu'aux finances de la Sécurité sociale. Mais trop de campagnes de prévention négligent les études en amont qui permettent d'identifier les éléments influençant réellement les comportements des citoyens. Des études d'autant plus nécessaires que ceux-ci ne sont pas aussi rationnels dans leurs choix qu'on voudrait bien le croire. Faut-il insister sur les gains (par exemple : " Dépistage du cancer du sein, on a toutes à y gagner ") ou sur les risques (" Le tabac accroît le risque de cancer ")? Inscire un bénéfice dans l'immédiateté ou le futur? Effrayer le public en montrant des images chocs sur les conséquences de leur comportement (un accidenté de la route...) ou adopter un discours mesuré? Autant de questions auxquelles ne répondent pas les traditionnels scores de mémorisation ou d'agrément que l'on mesure pour les campagnes publicitaires, contrairement aux études sur les *nudges*.

UN ESSAI TRANSFORMÉ

En 2008, Cass Sunstein, professeur de droit à Harvard, et Richard Thaler, économiste à la Chicago University, publient un essai intitulé *Nudge, la méthode douce pour inspirer la bonne décision*. Le livre suscite un engouement inattendu à Washington et à Londres dans les administrations qui voient dans les *nudges* un moyen de mener des politiques publiques plus efficaces à moindre coût. Un argument qui porte en ces temps de disette budgétaire. Dès 2009, Barack Obama sollicite Cass Sunstein pour lancer sa *nudge squad*. Au Royaume-Uni, David Cameron a créé une *nudge unit* en 2010, animée par Richard Thaler. Dans leur sillage, des entreprises comme Procter & Gamble s'intéressent aux *nudges* pour améliorer l'efficacité de leurs pratiques marketing ou managériales.

CHINE : VERS UN CHANGEMENT DE MODÈLE DE CROISSANCE

Le travail et le capital devenant des moteurs moins forts de son [...] > Lire la suite

[Tous les articles Perspectives économiques](#)

MANAGEMENT

19/05/2014

(8,50€)

Stimuler le goût d'entreprendre 3/(4)

[...] > Lire la suite

[Tous les articles Management](#)

Groupe Express-Roularta

Actualité avec L'Express

Actualité économique avec L'Expansion

Création d'entreprise avec L'Entreprise

Décoration avec Côté Maison

Finance avec Votre Argent

Cinéma avec Studio Ciné Live

Formation avec L'Étudiant

Livre avec Lire

Conjoncture et networking avec L'Expansion

Réservé aux décideurs avec La Lettre de L'Expansion

Boutique Express Roularta

Emploi avec Distrijob.fr

Job Rencontres

Camion des mots

Interviews avec anous.fr

LE VIF.be

Enseignement supérieur avec Educpros

Formation continue avec Pour Se Former

Réseau étudiant avec Cmonrezo

Servives

Mentions légales / CGU

FAQ

Régie publicitaire

Bilans d'entreprise