



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

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Direction interministérielle de
la transformation publique**

**Les sciences
comportementales
au service de la
transformation
publique**



L'APPROCHE COMPORTEMENTALE, UN LEVIER DE TRANSFORMATION PUBLIQUE

Les politiques publiques s'inscrivent dans la réalité et la complexité des situations des individus auxquels elles s'adressent. Face à ce constat, la prise en compte du facteur humain permet de mieux comprendre les mécanismes de décisions des usagers et des agents, par la même de concevoir des solutions adaptées à ces comportements.

L'approche comportementale constitue ainsi un levier puissant pour améliorer l'efficacité et l'impact des politiques publiques.

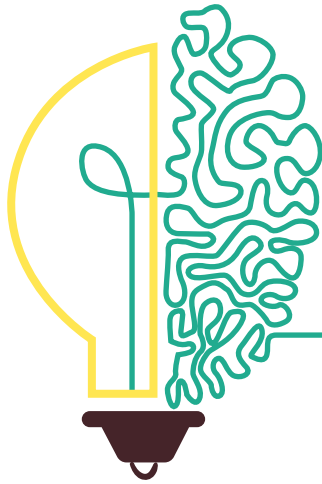
La mission de l'équipe sciences comportementales de la DITP est d'accompagner de manière opérationnelle les services et opérateurs de l'État dans leurs projets de transformation.

Vous trouverez dans ce livret quelques-uns des projets conduits ces derniers mois grâce à un appel à projet soutenu par le Programme d'investissements d'avenir (PIA).



Thierry LAMBERT

Délégué interministériel à la transformation publique



La Direction interministérielle de la transformation publique (DITP) est placée sous l'autorité de la ministre de la Transformation et de la Fonction publiques. Elle regroupe près de 100 experts, chercheurs et consultants internes chargés de coordonner et d'animer le programme de transformation publique et d'appuyer les administrations publiques dans sa mise en oeuvre.

Ses équipes
interviennent
dans quatre
grands domaines :

- pilotage et suivi du programme de transformation publique et des réformes prioritaires de l'Etat ;
- amélioration de l'expérience usagers ;
- accompagnement des acteurs publics dans leurs projets de transformation ;
- diffusion de l'innovation publique.

L'objectif : une action publique toujours plus proche, plus simple et plus efficace.

En savoir plus sur la DITP : modernisation.gouv.fr

APPROCHE COMPORTEMENTALE : l'offre d'accompagnement de la DITP

« **L**a manière dont nous – usagers, agents – « fonctionnons » détermine l'impact réel de toute politique au final. Notre mission est de prendre en compte cette réalité pour accroître l'efficacité de l'action publique. »

Stephan GIRAUD,
directeur du programme sciences comportementales, DITP



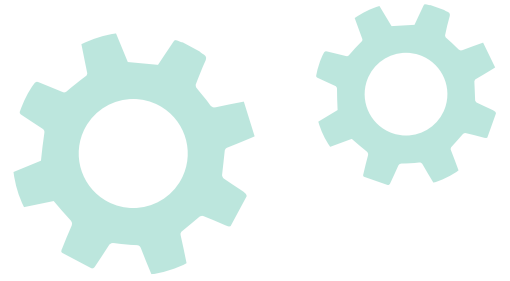
« **D**e la prévention en matière de santé à la protection du consommateur, la plupart des politiques publiques ont une dimension comportementale forte. Les outils de l'action publique (réglementation, fiscalité, information) ont besoin d'être enrichis par les connaissances scientifiques proposées par diverses disciplines comme les sciences cognitives ou la psychologie sociale. »

Mariam CHAMMAT,
docteure en neurosciences cognitives et directrice de projets sciences comportementales à la DITP

Accroître l'impact des projets accompagnés avec l'approche comportementale

L'équipe de la DITP est composée de chercheurs et de spécialistes du comportement humain. Elle accompagne avec l'appui d'experts, services et opérateurs de l'État pour améliorer l'impact des politiques publiques. Elle intervient en trois temps :

- **Diagnostiquer** : identification des freins, qu'ils soient comportementaux ou non ;
- **Imaginer et prototyper** : coconstruction de nouvelles solutions (communications, outils, évolution réglementaire, etc.) adaptées aux contextes ;
- **Expérimenter** : chaque intervention est évaluée afin de qualifier et de quantifier l'impact des solutions testées avant d'envisager un déploiement.



Identifier les leviers de simplification administrative

La DITP intervient sur de nombreux chantiers de simplification administrative. Elle propose aux administrations qui le souhaitent des ateliers de coconstruction avec les usagers. L'objectif : améliorer ou refondre leurs documents et outils numériques. La DITP travaille à ce titre sur un chantier majeur, celui de simplifier les 100 formulaires Cerfa les plus utilisés par les Français.

Diffuser les enseignements de l'approche comportementale

La DITP conçoit des contenus pédagogiques à destination des agents publics pour diffuser les enseignements de l'approche comportementale au sein de la sphère publique. Formations, vidéos, fiches pratiques d'aides à la simplification et webinaires sont accessible librement.

Pour découvrir les ressources, c'est [ici](#) .

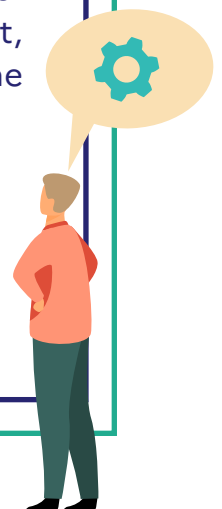
Vous souhaitez mobiliser les sciences comportementales pour votre projet ? Bénéficiez d'un financement du FTAP !

Le programme de diffusion des sciences comportementales appliquées aux politiques publiques bénéficie du soutien du Fond pour la transformation de l'action publique (FTAP).

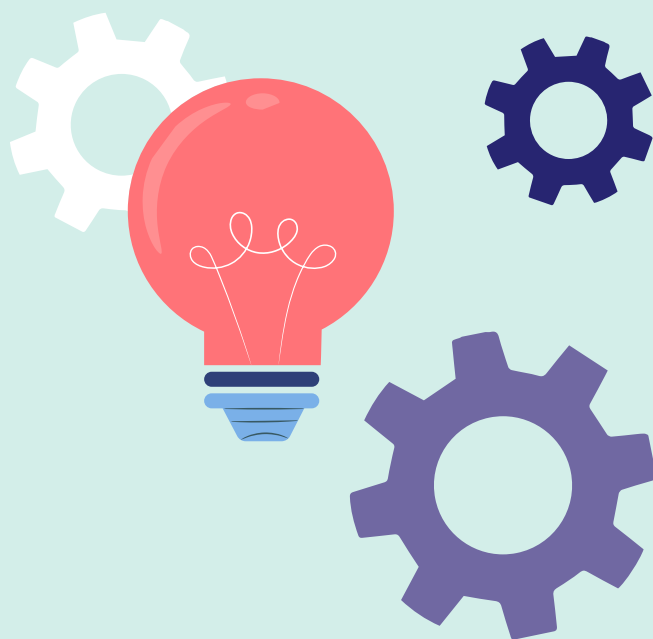
Une enveloppe de 3 millions d'euros a été dédiée pour accompagner et soutenir une quinzaine de projets d'administrations d'État, d'opérateurs ou d'acteurs territoriaux, mobilisant l'approche comportementale.

Contactez-nous dès maintenant pour bénéficier d'un accompagnement :

sciencescomportementales.ditp@modernisation.gouv.fr



LES SCIENCES COMPORTEMENTALES EN ACTIONS



SOMMAIRE

DÉMARCHE EN LIGNE

Encourager les auto-entrepreneurs à payer leurs cotisations en ligne 12

Encourager la commande en ligne de la carte vitale 14

INSERTION PROFESSIONNELLE

Améliorer l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap 16

Renforcer l'assiduité des jeunes accompagnés en missions locales 18

SANTÉ

Réduire la prescription d'antibiotiques en médecine de ville 20

Encourager la vaccination antigrippale des personnels d'Ehpad 22

Identifier des solutions pour améliorer le sommeil des enfants scolarisés en CP 24

Faciliter une utilisation raisonnée des écrans chez les enfants 26

Encourager la pratique sportive 28

TRANSITION ÉCOLOGIQUE

Améliorer la qualité de l'air en réduisant le recours au chauffage au bois des ménages 30

Augmenter la prise en compte de la réparabilité des produits lors de l'achat 32

LOGEMENT

Encourager la mise sur le marché locatif des logements vacants 34

ÉCONOMIE

Mieux protéger le consommateur des fraudes à l'achat en ligne 36

Encourager les auto-entrepreneurs à payer leurs cotisations en ligne



Agence Centrale des Organismes de Sécurité Sociale (ACOSS)
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

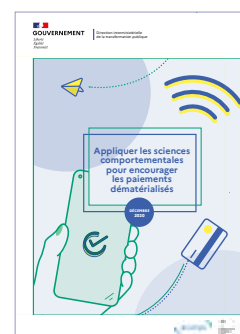
Les paiements dématérialisés sont une obligation légale depuis le 1^{er} janvier 2019. Plusieurs raisons expliquent la réticence des auto-entrepreneurs à recourir au paiement en ligne : difficulté de changer ses habitudes, manque de confiance vis-à-vis des paiements en ligne, quantité d'informations communiquées trop importantes, manque de clarté dans les informations.

+ 60 %

de dématérialisation des paiements obtenus grâce à l'envoi d'un courrier dans le cadre de l'expérimentation.



LIRE LE RAPPORT





La solution testée : actionner divers mécanismes cognitifs pour inciter au paiement en ligne

Après une étude des pratiques et des perceptions des auto-entrepreneurs, et des agents des Urssaf pour comprendre et prendre en compte les obstacles psychologiques et autres freins structurels, l'équipe sciences comportementales de la DITP a testé avec l'ACOSS trois types de courriers personnalisés auprès des auto-entrepreneurs :

- une première version mettait en avant la norme sociale (en soulignant que 80 % des auto-entrepreneurs payaient déjà en ligne) ;
- une deuxième version rappelait l'obligation de payer en ligne ;
- une troisième version proposait une aide à la planification du paiement en ligne.

Les auto-entrepreneurs recevaient l'une ou l'autre de ces variantes. Les trois modèles de lettres proposaient toutes des aides visuelles et des explications pédagogiques visant à faciliter le passage au paiement en ligne.

Les enseignements de l'expérimentation

Les trois courriers testés ont tous augmenté le paiement en ligne.

Les lettres soulignant la norme sociale et aidant à la planification ont respectivement augmenté le taux de dématérialisation de 31 et 38%. Mais c'est le courrier mettant en avant l'obligation de payer en ligne qui a été le plus efficace **en augmentant le taux de dématérialisation de 60%**. Cette hiérarchie correspond bien évidemment à un contexte précis (public, historique, etc.).

Les lettres ont aussi incité les cotisants à payer (3 jours plus tôt en moyenne que le groupe contrôle), ce qui réduit les risques d'engorgement du site.

Retour d'expérience

« **E**n plus de proposer un levier efficace pour la dématérialisation, cette expérimentation met en avant l'importance de la simplification. **Envoyer des courriers clairs et actionnables peut aider les citoyens à mieux naviguer dans la complexité administrative.** »

Camille ROZIER,
cheffe de projet sciences comportementales et Simplification - DITP



Encourager la commande en ligne de la carte vitale



Caisse nationale de l'assurance maladie (CNAM)

Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

La dématérialisation est un enjeu d'envergure pour la Caisse nationale de l'assurance maladie qui accompagne près de 60 millions d'assurés. Une part importante des parents commandent la carte vitale de leurs enfants de 15 ans et plus par le biais d'un formulaire papier plutôt qu'en ligne, générant ainsi des coûts d'envoi.

30 %



C'est le nombre de sollicitations effectuées auprès de la Caisse nationale de l'assurance maladie via des courriers, des accueils physiques... **qui pourraient être faites en ligne.**

LIRE LE RAPPORT





La solution testée : actionner divers mécanismes cognitifs pour inciter à la commande de carte vitale en ligne

Une expérimentation a été mise en place visant à identifier les leviers de communication les plus efficaces et le meilleur moment pour s'adresser aux assurés.

Au total, 4 versions d'e-mail simplifiés et personnalisés, qui présentaient la commande en ligne comme l'option par défaut, ont été testés. Trois d'entre eux contenaient chacun des informations spécifiques :

- une infographie présentant la démarche en ligne ;
- une mention du taux élevé de satisfaction concernant la démarche en ligne ;
- un feedback personnalisé (« selon nos informations, vous n'avez pas encore commandé la carte vitale de votre enfant »).

Les emails ont été envoyés soit 4 mois avant le 16^e anniversaire de l'enfant (option habituellement adoptée par la CNAM), soit 1 semaine après le 15^e anniversaire de l'enfant (moment « saillant » pour le parent).

Un test sous forme d'essai randomisé contrôlé a permis d'évaluer l'efficacité de ces différentes options.

Les enseignements de l'expérimentation

Les 4 modèles d'email ont permis d'augmenter la proportion de commandes en ligne par rapport à l'email utilisé habituellement par la CNAM. L'email le plus efficace était celui contenant un feedback personnalisé (**augmentation de la probabilité d'effectuer la commande en ligne de 53%**).

L'expérimentation a également permis d'observer que les taux de commande étaient restés inférieurs pour les parents ayant reçu l'email après le 15^e anniversaire de l'enfant.

Retour d'expérience

« **un des principaux enseignements à tirer de cette étude concerne l'importance de simplifier et de personnaliser les communications envoyées par l'Assurance Maladie en diminuant le nombre de mots et le texte superflu, ou en supprimant le jargon administratif.** »

Alexandra MAURIZOT
chargée de missions à la Direction « Relation Client et Marketing », Cnam



Améliorer l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap



Pôle emploi

Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

La DITP a expérimenté avec Pôle emploi une solution utilisant l'approche comportementale pour améliorer l'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap. À la suite d'un premier rapport de diagnostic, qui a permis d'identifier la difficulté des demandeurs d'emploi en situation de handicap à rencontrer des employeurs, une expérimentation a été mise en place. L'objectif : permettre aux employeurs d'envoyer un signal positif d'ouverture aux candidatures de personnes en situation de handicap.

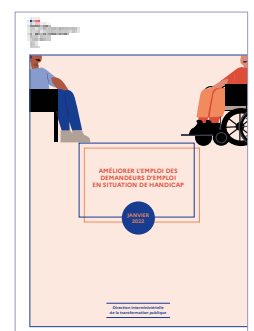
2 FOIS PLUS

de candidatures de demandeurs d'emploi en situation de handicap reçues dans les entreprises **ayant expérimenté le label «handi-bienveillante» avec la DITP.**

Source : Pôle emploi



**LIRE LE
RAPPORT**



La solution testée : une mention « entreprise handi-bienveillante »

D'une part, les personnes en situation de handicap ne savent pas toujours si et comment évoquer leur handicap, de peur de susciter des réactions négatives ; d'autre part, les employeurs souhaitant embaucher des personnes en situation de handicap n'ont pas de moyens efficaces et simples pour signaler cette ouverture sur pôle-emploi.fr. En effet, la législation actuelle ne permet pas aux employeurs d'indiquer une recherche active de candidats en situation de handicap.

L'expérimentation a consisté à proposer aux recruteurs volontaires d'accompagner leurs offres d'emploi de la mention « entreprise handi-bienveillante ». Côté candidats, cette mention se retrouvait dans le moteur de recherche et permettait de filtrer des offres d'emploi sur ce critère.

Afin de mesurer le potentiel d'impact de cette intervention, un essai randomisé contrôlé de grande envergure a été mené dans 44 départements auprès de 111 534 employeurs pendant 5 mois :

- un groupe contrôle a été composé d'entreprises n'adoptant pas la mention ;
- un deuxième groupe a reçu par mail un simple descriptif de l'initiative ;
- un troisième groupe d'employeurs a reçu ce même descriptif, accompagné d'une invitation explicite à utiliser la mention lors de leur prochain dépôt d'offre d'emploi.

L'objectif : mesurer l'effet de la mention sur le nombre de candidatures reçues aux offres postées en général et de la part des personnes en situation de handicap.

Les enseignements de l'expérimentation

Côté employeurs, 12% ont adopté la mention et les deux tiers l'ont conservée sur la durée. Les principaux freins évoqués ont tenu à un manque d'information sur le dispositif.

Côté demandeurs d'emplois handicapés, **deux fois plus de candidatures ont été déposées sur les offres « labellisées »**. À cela s'est ajouté un effet inattendu : ces offres ont par ailleurs également suscité davantage de candidatures, tous types de demandeurs d'emplois confondus.

Cette démarche a conduit Pôle emploi à mettre en place un marché interne permettant de mobiliser les leviers comportementaux pour optimiser les parcours des demandeurs d'emploi.

Retour d'expérience

« **B**eaucoup de recruteurs ne pensent pas ou peu aux personnes handicapées lorsqu'ils souhaitent recruter. Leur proposer la mention leur permet d'avoir l'occasion d'y réfléchir et pour ceux qui acceptent de la mobiliser, d'envoyer un signal de bienveillance réaffirmée à l'attention des personnes handicapées. Du côté de ces derniers, la mention signale les employeurs chez qui la certitude de voir sa candidature accueillie sans préjugé et ainsi ouvre plus facilement la possibilité d'évoquer leur handicap lors d'un entretien, s'ils le souhaitent. »

Catherine BEAUVOIS,
directrice de projets à la direction générale de Pôle emploi



Renforcer l'assiduité des jeunes accompagnés en missions locales



Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques (DARES)

Mission Locale de Paris

Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

En matière d'accès à l'emploi, deux programmes phares sont délivrés par les missions locales : le Parcours Contractualisé d'Accompagnement vers l'Emploi et l'Autonomie (PACEA) et la Garantie Jeunes. Ces deux programmes voient néanmoins leur efficacité réduite par un manque d'engagement et une déperdition rapide pour les bénéficiaires du PACEA, et un manque d'autonomie pour les bénéficiaires de la Garantie Jeunes.

1,3 MILLION

C'est le nombre de jeunes âgés de 16 à 25 ans qui sont accompagnés chaque année par les missions locales. Si la participation assidue est une étape cruciale vers l'emploi, **en Île-de-France, un jeune sur cinq ne se représente jamais pour un deuxième rendez-vous.**



Source : Ministère du travail

LIRE LE RAPPORT





La solution testée : l'application « Mon Parcours Pro »

« Mon Parcours Pro » a pour objectif d'améliorer la motivation des jeunes afin de leur permettre d'être autonomes dans leur parcours vers l'emploi. Créée en collaboration avec des conseillers et des jeunes de la mission locale de Paris, l'application s'appuie sur de nombreux leviers comportementaux :

- visualisation et segmentation du parcours du jeune ;
- maintien de la motivation via un système d'encouragements ;
- communication immédiate avec le conseiller du jeune ;
- rappels et notifications des rendez-vous et activités à la mission Locale.

Les enseignements de l'expérimentation

L'équipe sciences comportementales de la DITP a travaillé aux côtés de la Direction de l'Animation de la Recherche, des Études et des Statistiques (DARES), de la mission locale de Paris et de jeunes pour identifier les barrières comportementales qui freinent les bénéficiaires dans leur volonté d'aller jusqu'au bout de leur accompagnement.

Cette étude pilote montre notamment que lorsque l'application Mon Parcours Pro est adoptée par les conseillers puis par les jeunes, elle offre de nombreux leviers.

Elle permet aux jeunes :

- de mieux s'organiser dans leur recherche d'emploi ;
- de prendre confiance en eux ;
- de gagner en autonomie.

Elle permet aux conseillers :

- de mieux gérer leur portefeuille de jeunes ;
- d'identifier plus rapidement les besoins des jeunes entre les rendez-vous ;
- de suivre et d'accompagner leur progression (même à distance).

Cette étude montre également qu'il est essentiel lors de la mise en place d'un outil numérique de s'appuyer sur les interfaces qui sont familières aux jeunes et aux conseillers et d'intégrer leurs retours à chaque étape du développement.

Retour d'expérience

« Les sciences comportementales ont permis d'identifier un certain nombre de leviers pour développer Mon Parcours Pro. **L'application donne ainsi aux jeunes la possibilité d'organiser et de visualiser leur parcours en sous-objectifs et en tâches réalisables à court terme.** Pour les conseillers, Mon Parcours Pro permet de suivre l'avancement des jeunes et de valoriser leur mise en action. »

Raphaël WINTREBERT,
ancien directeur général adjoint de la mission locale de Paris



Réduire la prescription d'antibiotiques en médecine de ville

Caisse nationale d'assurance maladie (CNAM)

Ministère des Solidarités et de la Santé

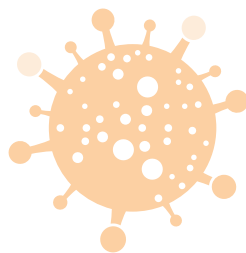
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)



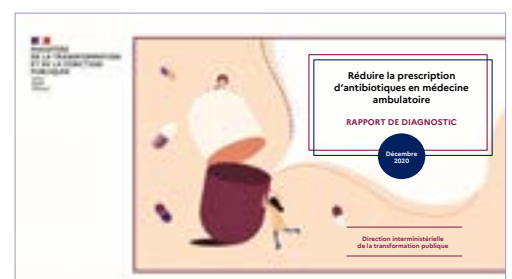
L'accroissement inquiétant des résistances bactériennes chez l'homme a conduit le Comité interministériel pour la santé à inscrire la maîtrise de l'antibiorésistance dans les priorités de sa feuille de route. Objectif : réduire de 25 % la consommation d'antibiotiques en santé humaine. L'antibiorésistance est en effet fortement corrélée au mauvais usage ainsi qu'à la surconsommation des antibiotiques.

+ 25 %

La consommation d'antibiotiques en France est supérieure d'un quart à la moyenne des pays de l'OCDE.



**LIRE LE
RAPPORT**



La solution testée : améliorer l'information délivrée aux médecins via une refonte des profils prescripteurs



Aujourd'hui, les médecins généralistes reçoivent chaque trimestre une visite d'un délégué de l'assurance maladie sur des thèmes spécifiques de santé publique. À cette occasion, les médecins reçoivent un profil prescripteur résumant le type de prescriptions faites l'année précédente.

L'expérimentation menée a cherché à améliorer ce retour fait aux médecins généralistes par l'Assurance maladie. Elle a notamment consisté en une refonte du « profil prescripteur » rendu plus accessible, mais surtout plus actionnable via différents leviers :

- l'utilisation d'indicateurs pour évaluer la qualité plutôt que la quantité des prescriptions ;
- la communication avec le prescripteur par le biais de canaux multiples ;
- la synthèse des retours au prescripteur en un message clé clair, assorti d'un plan d'action précis ;
- l'adoption d'un ton bienveillant centré sur l'accompagnement des prescripteurs ;
- la responsabilisation des prescripteurs en leur permettant de fixer leurs propres objectifs ;
- la communication des résultats par un confrère capable d'engager des discussions techniques avec le prescripteur sur le bon usage des antibiotiques.

Les enseignements de l'expérimentation

Les prototypes ont été testés auprès de médecins de ville et de professionnels d'Ehpad de la région Grand Est. Un ensemble de maquettes allant de formats de communications initiales à des courriers et enveloppes dédiés ont ainsi pu être mis à disposition des services de l'Assurance maladie. Ces prototypes validés sont en cours d'intégration à une expérimentation promouvant le bon usage des antibiotiques en médecine générale et en EHPAD en région Grand Est.

Ce projet a rappelé la nécessité de conserver une logique expérimentale de confrontation aux réalités du terrain. Cela a été notamment le cas avec la question des « normes sociales », c'est-à-dire la comparaison avec des pairs : souvent très impactante en population générale, elle peut s'avérer contre-productive auprès de certains publics et dans certains contextes.

Retour d'expérience

« **A**pporter des informations claires, permettant au médecin d'évaluer ses pratiques et le motivant à les améliorer est **une action prioritaire de la stratégie nationale 2022-2025 de prévention des infections et de l'antibiorésistance.** »

Professeure Céline PULCINI,
infectiologue et cheffe de la mission ministérielle de prévention des infections
et de l'antibiorésistance au ministère des Solidarités et de la Santé



Encourager la vaccination antigrippale des personnels d'Ehpad



Direction générale de la Cohésion Sociale (DGS)

Santé Publique France

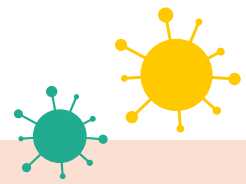
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

Chaque hiver, 2 à 6 millions de personnes sont touchées par le virus de la grippe. La vaccination constitue l'approche la plus efficace pour la protection des personnes à risque de développer des formes graves de la grippe et celles des professionnels de santé. La DITP a été sollicitée pour conduire des travaux s'appuyant sur les sciences comportementales pour identifier les freins à la vaccination parmi les personnels des Ehpad.

+ 30 %

de vaccination des équipes paramédicales dans les EHPAD ayant participé à l'expérimentation.





La solution testée : 3 outils pour accompagner la sensibilisation, l'organisation de la campagne vaccinale et le passage à l'acte

À l'issue d'une phase de diagnostic permettant d'identifier les freins à la vaccination parmi les personnels travaillant en Ehpad, une expérimentation a été mise en place reposant sur :

- Un kit de communication regroupant les informations essentielles concernant la vaccination antigrippale afin de sensibiliser les personnels ;
- Une déclaration de refus, à faire signer par les personnels de santé décidant de ne pas se faire vacciner, démarche permettant a minima d'engager un échange sur le sujet ;
- Un guide d'aide à la planification d'une campagne vaccinale au sein de l'établissement, afin de créer un environnement facilitateur.

Les enseignements de l'expérimentation

55 Ehpad volontaires ont participé à cette expérimentation, menée dans des délais restreints. Une partie n'a reçu que le kit de sensibilisation ; le reste a testé l'ensemble du dispositif avec les constats suivants :

- Le dispositif de planification des rendez-vous a pu sembler trop rigide par rapport aux conditions de travail des personnels ;
- Les déclarations de refus n'ont pas été systématiquement utilisées, mais elles ont été bien accueillies. Elles ont globalement permis **une hausse du taux de vaccination (de plus de 30 % pour les paramédicaux)**, en particulier dans les Ehpad publics et ceux partant des taux les plus bas.

Retour d'expérience

« **C**es résultats prometteurs appellent à continuer à explorer le potentiel des solutions comportementales. **Nous espérons que ces enseignements pourront s'appliquer aux prochaines campagnes de vaccination antigrippale, ainsi que plus largement à d'autres campagnes vaccinales mais aussi de prévention en santé publique, visant notamment des personnels au contact des personnes fragiles.** »

Saïd ACEF,
ancien directeur délégué à l'autonomie,
Agence régionale de santé de Nouvelle-Aquitaine



Identifier des solutions pour améliorer le sommeil des enfants scolarisés en CP



Direction générale de l'Enseignement Scolaire (DGESCO)
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

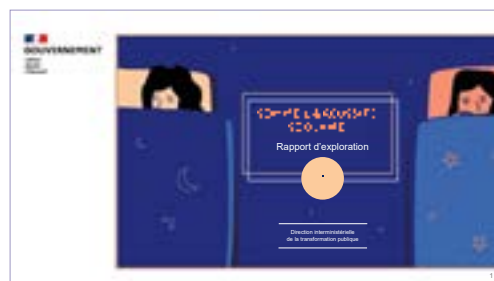
Les liens entre le manque de sommeil, les performances scolaires, le bien-être et la santé des enfants ont été largement établis. Pourtant, les enfants en France tendent à dormir moins, moins bien, et de façon moins régulière qu'auparavant. La prévention du manque de sommeil est une priorité du ministère de l'Éducation nationale. Elle se traduit par des initiatives menées par les académies, des écoles et des professionnels de santé du ministère.

15 À 20 MINUTES

C'est le temps de sommeil moyen par nuit perdu **par les enfants de 5 à 6 ans** sur les 15 dernières années.



**LIRE LE
RAPPORT**



La solution testée : une boîte à outils pour aider les parents à améliorer le sommeil de leurs enfants

La DITP a accompagné la DGESCO afin d'identifier, grâce aux sciences comportementales, des solutions pour encourager les enfants scolarisés en CP à dormir plus et mieux.

La phase d'exploration a été conduite sur le terrain, au sein de l'académie de Créteil, et a associé enseignants, enfants, parents, au travers d'observations, d'activités de groupes et d'entretiens. Elle a notamment permis d'identifier deux pistes d'optimisation :

- Les parents manquent de connaissances sur ce qui constitue un « bon sommeil », ce qui implique de mettre en place une offre d'information et de soutien facilement accessible ;
- Les parents sont souvent désemparés face aux problèmes de sommeil de leurs enfants, ce qui invite à la mise à disposition de solutions pratiques pour aider à la formation d'habitudes saines.

À l'issue d'un travail de co-conception, associant notamment des enseignants de CP, il a été imaginé de proposer un dispositif d'aide et d'accompagnement autour de 4 modules :

- Une session d'information pour les parents ;
- Des activités en classe pour les enfants ;
- Des outils permettant à chaque famille de créer sa routine de sommeil ;
- Des SMS à destination des parents assurant un soutien continu.

Les enseignements de l'expérimentation

Les travaux menés ont rappelé l'importance de la coconstruction de solutions et la nécessité d'associer très étroitement les parties prenantes : enseignants, parents, et enfants. C'est encore plus vrai dans le cadre d'enjeux éducatifs, domaine où l'imbrication des rôles professoraux et parentaux constitue un gage de réussite.

La crise sanitaire a empêché de procéder à une expérimentation complète sur ce projet. L'équipe sciences comportementales de la DITP peut néanmoins être sollicitée pour aider les équipes éducatives qui le souhaiteraient à une mise en place opérationnelle et une évaluation d'impact rigoureuse de cette solution.

Retour d'expérience

« L'ensemble des travaux menés ont impliqué une vigilance éthique particulière. Il faut veiller à respecter l'autonomie des personnes. Ce point nous a guidés dans ce travail qui touche à l'intimité de la sphère familiale. **Nos orientations ont ainsi été soumises à des chercheurs, mieux à même d'apprécier l'impact et la proportionnalité des actions mises en place.** »

Yolaine VIGNAUD,
ancienne chargée de mission à la DGESCO



Faciliter une utilisation raisonnée des écrans chez les enfants



Mission Interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives (MILDECA)
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

La présence des écrans dans l'environnement des enfants est croissante. Utilisation généralisée du téléphone portable, interactions permanentes sur les réseaux sociaux, la gestion des écrans est de plus en plus difficile pour les familles. Si l'accès à ces technologies présente des avantages, de plus en plus d'études révèlent les effets néfastes des écrans, particulièrement chez les enfants.

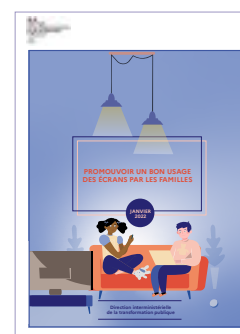
4H11MN

C'est le temps
que les enfants de 6 à 17 ans
passent en moyenne
chaque jour sur un écran.



Étude « Esteban » menée par Santé publique France en 2015.

**LIRE LE
RAPPORT**



La solution testée : FAMINUM, un outil numérique de médiation familiale



L'équipe sciences comportementales de la DITP a collaboré avec la MILDECA sur l'optimisation d'un outil numérique de médiation familiale. FamiNum permet à la fois d'offrir de l'information aux parents et de les guider dans la création d'une stratégie personnalisée pour mieux gérer les écrans à la maison.

Les enseignements de l'expérimentation

Après une phase de diagnostic et en s'appuyant sur une enquête d'usage auprès de plus de 800 parents, la DITP a mené une étude pilote avec une centaine de familles. Voici les principaux retours des usagers et des suggestions d'amélioration pour le prochain déploiement de FamiNum :

- FamiNum facilite la discussion en famille, en servant de « clé d'explication » impartiale ;
- FamiNum permet aux parents de découvrir de nouvelles bonnes pratiques ;
- Inviter les parents à réfléchir à leur propre utilisation des écrans constitue un levier en soi ;
- FamiNum semble réduire la fréquence de certains comportements dommageables (temps passé sur les écrans le week-end par exemple) ;
- FamiNum permet de rassurer les parents, inquiets de savoir s'ils appliquent les bonnes pratiques.

Deux leviers ont été identifiés pour encourager l'adoption de l'outil : tout d'abord une communication plus large et plus active auprès des parents ; mais aussi une charte familiale qui doit adopter un format ludique et attrayant pour intéresser davantage les enfants.

Retour d'expérience

« **D**e nombreux parents sont préoccupés, voire démunis, face à la place croissante que les écrans ont pris dans leur foyer. Quels impacts sur le développement physique ou psychique de leurs enfants ? Quelle place accorder à ces outils dans leur vie ? Autant de questions auxquelles **FamiNum répond grâce à une interface ergonomique permettant de décider, de façon concertée, de sa propre stratégie familiale numérique.** »

Valérie SAINTOYANT,
déléguée de la MILDECA



Encourager la pratique sportive



Direction des Sports

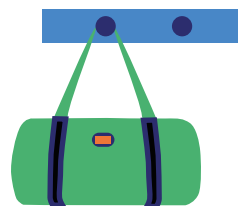
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

L'Organisation Mondiale de la Santé recommande une pratique minimale d'activités physiques dynamiques correspondant à 1 heure par jour pour les enfants et les adolescents et à 30 minutes par jour pour les adultes. Si la France compte déjà 34 millions de pratiquants sportifs, la sédentarité progresse : près d'un Français sur deux déclare ne jamais pratiquer d'activité sportive.

Quels sont les freins qui empêchent les Français de passer de l'intention à l'action ? Quelles solutions mettre en place pour encourager l'activité physique et sportive des personnes « inactives » ?

1 280

C'est le nombre de personnes interviewées dans le cadre du projet.



LIRE LE RAPPORT





La solution testée : une plateforme en ligne d'aide à la planification de l'activité physique à domicile

Pour répondre à cette ambition, la DITP a accompagné en 2020 le ministère des Sports pour lever les barrières comportementales à la pratique sportive. L'objectif ? Proposer des réponses pour l'ensemble des usagers, y compris les non sportifs, et associer étroitement sport et santé pour le plus grand nombre. Le projet initial visait une population d'agents publics d'administrations volontaires afin de pouvoir mener une expérimentation robuste avec un public plus facilement accessible. L'intervention consistait principalement à utiliser leurs outils numériques professionnels dans le cadre de pratiques sportives.

La crise sanitaire a conduit à réorienter ce projet vers la création d'une web-application ouverte à tous permettant d'ancrer la pratique sportive dans le contexte du confinement : BougezChezVous.fr

En complément des contenus de sport à domicile recensés par le ministère des Sports, cette forme d'assistant personnel numérique a proposé des rappels quotidiens, à l'horaire préalablement définie par l'utilisateur, ainsi que des conseils et contenus personnalisés sous forme d'emails et notifications.

Les enseignements de l'expérimentation

La première phase d'exploration a fait ressortir différents types de freins à l'activité physique, à la fois d'ordre comportementaux mais aussi structurels : manque de temps, de motivation, perception erronée de ses pratiques et aptitudes, entourage peu incitatif, coût et/ou manque d'infrastructures.

Cette diversité dans le type de barrières recensées invite à penser des outils mobilisant divers leviers comportementaux (valorisation des bénéfices, aide à la planification, retours personnalisés, normes sociales), le tout concourant à l'adoption de « routines ».

Retour d'expérience

« **L**e projet nous a énormément appris : on avait des contenus mais pas l'expérience du digital pour les mettre aussi directement à la disposition du grand public ! **Cela a été aussi une expérience nouvelle de construction avec les usagers, les échanges ont été récurrents, on a eu la possibilité d'avoir des retours utilisateurs et ça, c'est un vrai plus.** »

Christèle GAUTIER,
cheffe du bureau de l'élaboration des politiques du sport
à la direction des Sports



Améliorer la qualité de l'air en réduisant le recours au chauffage au bois des ménages



Direction régionale et interdépartementale de l'Environnement et de l'Energie d'Ile-de-France (DRIEE)
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

Le chauffage au bois est responsable d'un tiers des émissions de particules fines en Île-de-France. Dans de nombreux cas, l'usage du chauffage au bois relève du chauffage d'appoint ou d'agrément. Malgré une tentative en 2014, l'interdiction du chauffage au bois est difficile en pratique : les ménages en ont une image positive et ne sont pas conscients de son impact sur la qualité de l'air.

- 20 %

de particules fines
à l'intérieur des logements
grâce à l'envoi
de données personnalisées.



**LIRE LE
RAPPORT**





La solution testée : un suivi personnalisé par foyer

Des capteurs de pollution intérieure ont été installés dans près de 300 foyers franciliens volontaires. L'objectif : rendre lisibles les effets néfastes du chauffage au bois sur leur environnement direct et leur santé. Une campagne d'information à destination des ménages participants a ensuite été mise en place pendant 3 mois.

Deux types de communications ont été testés :

- Des plaquettes contenant des informations générales sur les conséquences sanitaires du chauffage au bois ;
- Des plaquettes contenant les mêmes informations générales associées à des informations personnalisées (à partir des données des capteurs) sur le niveau de pollution intérieure des ménages et leur classement hebdomadaire.

Les enseignements de l'expérimentation

Les résultats de l'expérimentation montrent l'intérêt de personnaliser l'information :

- Les deux groupes d'intervention (informations génériques et personnalisées) identifient plus souvent le chauffage au bois comme une source de pollution intérieure et extérieure, et déclarent avoir l'intention d'utiliser leur équipement moins fréquemment au cours de la prochaine période hivernale.
- Au-delà du déclaratif, seule l'information personnalisée a été efficace pour modifier les comportements en passant de l'intention à l'action (au moins à court terme) : elle a permis de réduire de 20 % la concentration de particules fines à l'intérieur des logements des ménages par rapport à ceux n'ayant reçu aucun support d'information.

Retour d'expérience

« L'expérimentation que nous avons menée a montré que la communication invitant à changer de comportement avec des messages et images descendants et choquants n'a pas eu d'impact. **L'information individualisée permettant à chacun de voir les résultats de son action a été beaucoup plus efficace.** »

Baptiste LORENZI,
chef adjoint du service Energie Bâtiment et chargé du projet pour
la direction régionale et interdépartementale de l'Environnement,
de l'Aménagement et des Transports d'Ile-de-France



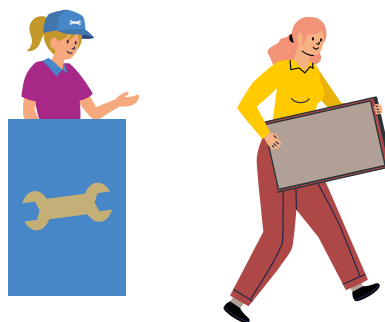
Augmenter la prise en compte de la réparabilité des produits lors de l'achat



Commissariat général du développement durable
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

Dans 62 % des cas où un appareil électronique tombe en panne, son propriétaire le jette sans penser à le réparer. La réparabilité des objets est donc un enjeu majeur pour la transition écologique mais le concept, souvent mal défini, rend difficile sa prise en compte lors de l'achat.

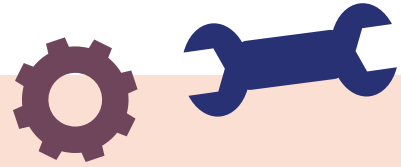
137 700



C'est le nombre de consommateurs associés à l'expérimentation menée **en conditions réelles avec une enseigne de distribution spécialisée**. Ce projet en sciences comportementales est l'un des rares cas d'études en transition écologique qui analyse les effets d'un affichage sur les comportements d'achat à grande échelle et en conditions réelles en France.

LIRE LE RAPPORT





La solution testée : l'indice de réparabilité

L'équipe sciences comportementales de la DITP a accompagné le Commissariat général au développement durable dans la mise en place d'un « indice de réparabilité » des produits électriques et électroniques.

L'objectif est triple : permettre au consommateur de repérer l'indice au milieu d'un flot d'informations, comprendre immédiatement à quoi il se rapporte et pouvoir aisément comparer les produits. Quatre visuels ont été testés : un score, un logo, une jauge et un indice figurant dans les caractéristiques du produit.

Les enseignements de l'expérimentation

Les prototypes de visuels ont fait l'objet d'un pré-test « en laboratoire » sur plus de 2 000 personnes, d'une étude qualitative en magasins et d'une étude quantitative (Essai Contrôlé Randomisé) sur plus de 137 700 consommateurs. En voici les principaux enseignements :

- Nécessité d'acculturer au concept de réparabilité : le concept, nouveau, prend en compte de nombreux critères techniques et doit être expliqué auprès des consommateurs, vendeurs et représentants ;
- Généraliser l'affichage : les consommateurs ont privilégié l'achat d'un ordinateur sans score affiché. Ils ont cherché à éviter l'information afin de se protéger de la confrontation aux conséquences négatives de leur achat. Ce résultat révèle le besoin d'une généralisation de l'affichage, afin d'éviter que des produits peu réparables ne profitent du caractère facultatif (à l'époque) de l'indice ;
- Capitaliser sur l'efficacité du logo : le visuel « logo » semblait le plus prometteur en termes de compréhension, d'attention et d'effets sur les comportements d'achat. Il est d'ailleurs aujourd'hui officiellement en vigueur.

Retour d'expérience

« **F**ace à l'obligation réglementaire de mettre en place un indice de réparabilité, ce travail guidé par les sciences comportementales nous a permis de définir précisément le niveau de compréhension des consommateurs et de choisir un modèle de logo mieux reconnu en situation réelle d'achat. »

Stéphane HOCQUET,
adjoint à la sous-directrice de la sous-direction des entreprises
au Commissariat général du développement durable



Encourager la mise sur le marché locatif des logements vacants



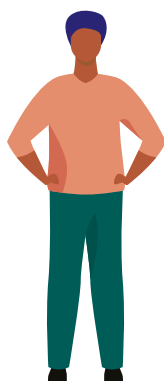
Direction générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN)

Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

Les logements « dormants » représentent un défi pour des collectivités souvent démunies face aux besoins croissants de logements et sont une alternative potentielle à la construction, coûteuse, de nouveaux logements. L'outil Zéro logement vacant (ZLV) a été lancé par la Direction générale de l'Aménagement, du Logement et de la Nature (DGALN) et beta.gouv.fr afin de faciliter la « remobilisation des logements vacants » par les collectivités.

3 MILLIONS

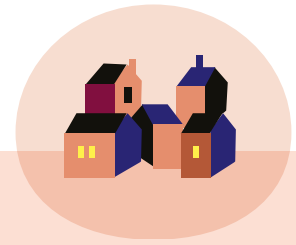
C'est le nombre de logements vacants que la France comptait au 1^{er} janvier 2020.



Source : INSEE (2020), 37 millions de logements en France au 1^{er} janvier 2020.

LIRE LE RAPPORT





La solution testée : outiller les collectivités dans leurs efforts de communication

Afin d'accompagner le déploiement de la solution Zéro logement vacant (ZLV), un travail de diagnostic a été mené pour mieux appréhender les freins rencontrés par les collectivités pour convaincre les propriétaires de remettre leurs biens en location. Il a notamment fait ressortir la nécessité d'optimiser la relation entre les administrations locales et les propriétaires.

L'objectif : faire en sorte que ces derniers répondent aux sollicitations qui leur sont adressées. Plusieurs leviers ont été testés : information sur le soutien disponible, mise en évidence de cas ou de témoignages de personnes dans des situations similaires, bienveillance, mise à disposition d'outils d'aide à la décision...

Un guide pratique a été conçu avec des recommandations et solutions adaptables aux contextes locaux.

Les enseignements de l'expérimentation

Ce dispositif a été testé auprès de collectivités volontaires qui l'ont utilisé pour retravailler leurs communications administratives. Les leviers visant en particulier à rendre ces dernières plus simples et attrayantes ont été largement adoptés et le taux de réponses a augmenté. La mise en évidence des mécanismes de garanties et de soutien aux propriétaires a particulièrement bien fonctionné. Ces tendances doivent être confortées dans le cadre d'un passage à l'échelle, mobilisant plus largement les fonctionnalités de l'outil Zéro logement vacant.

Prochaine étape : créer une « boîte à outils » simple pour les collectivités, leur permettant de traiter elles-mêmes le problème de la vacance, quelles que soient leur mobilisation sur la question ou leurs stratégies passées.

Retour d'expérience

« Les approches coercitives sur la vacance de logement ont eu un effet limité. **Nous avons pris le parti d'une approche plus incitative, co-construite avec les collectivités** qui sont directement au contact des propriétaires, et qui pourront se saisir d'une véritable boîte à outils méthodologique. »

Henry CIESIELSKI,
chef de projet « Lutte contre la vacance de logements »
au ministère de la Transition écologique



Mieux protéger le consommateur des fraudes à l'achat en ligne



Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)
Direction interministérielle de la transformation publique (DITP)

En 2018, plus de la moitié des victimes d'escroqueries (51 %) s'étaient faites piéger sur Internet. Dans près de la moitié des cas, une fraude à l'achat entraîne une perte de plus de 100 € pour le consommateur, tandis que 11 % des cas mènent à une perte de plus de 1 000 €. Les progrès réalisés dans la conception des interfaces utilisateurs ont amplifié le développement de pratiques douteuses, voire illégales.

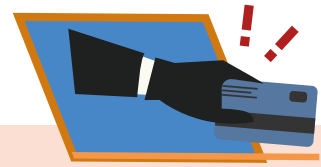
780 000



C'est le nombre de personnes **par an** qui font un achat en ligne qui n'est ensuite pas livré, ne correspond pas aux qualités ou quantités attendues, ou déclenche un coût supplémentaire imprévu pour le consommateur.

**LIRE LE
RAPPORT**





La solution testée : une fausse annonce... pédagogique

La DITP a imaginé et mis en œuvre avec la DGCCRF une expérimentation d'hameçonnage (phishing) institutionnel. Objectif : sensibiliser des populations singulièrement vulnérables aux risques encourus et tester des formes d'interventions pédagogiques permettant de promouvoir des bons réflexes.

Cette expérimentation a pris la forme d'un faux site de vente en ligne. Annonce d'une vente privée, faux avis de consommateurs, faux état de stock, prix anormalement bas, compte à rebours, publicité en ligne... Un grand nombre de pratiques manipulatrices communément utilisées par les fraudeurs ont été utilisées pour influencer l'achat des consommateurs.

Ont ensuite été menés des tests pour identifier l'approche générant la prise de conscience la plus efficace chez les consommateurs :

- 1^{er} groupe test : les consommateurs ont été simplement remerciés pour leur commande et n'ont été avertis de la supercherie qu'à la fin de l'expérimentation ;
- 2^e groupe test : les consommateurs ont été informés qu'ils avaient été exposés à une fausse annonce. Ils ont été encouragés à faire plus attention et ont été redirigés vers des ressources consultables sur le site de la DGCCRF ;
- 3^e groupe test : en plus d'être exposés aux informations et recommandations proposées au second groupe, les consommateurs ont pu suivre un module de formation en ligne leur donnant des clés supplémentaires pour se protéger.

Les enseignements de l'expérimentation

Les résultats de ce rapport sont encourageants : une fausse offre dans un environnement sécurisé, suivie d'un message de prise de conscience et d'exercices, peut mobiliser un grand nombre de consommateurs.

En objectivant certaines dimensions psychologiques, les sciences comportementales permettent d'éclairer certaines pratiques commerciales exploitant, de manière plus ou moins licite, les contextes décisionnels (attention limitée, biais cognitifs etc.).

Retour d'expérience

« Nous avons imaginé une approche **pour déclencher une prise de conscience chez les consommateurs**. Le fait d'être sur le point de se faire « arnaquer » sert alors à créer un « moment d'apprentissage », au cours duquel les consommateurs sont plus susceptibles d'être réceptifs à un message de prévention. »

Philippe D'AUTHIER DE SISGAU,
adjoint au chef du Bureau Organisation, Innovation, Numérique de la DGCCRF





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

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Soumettez-nous vos projets !

Vous souhaitez mobiliser les sciences comportementales pour votre projet ?

Contactez-nous :
sciencescomportementales.ditp@modernisation.gouv.fr

**Direction interministérielle
de la transformation publique**

modernisation.gouv.fr

