

Thèse professionnelle,
Mastère *Innovation By Design*

La forme
de la norme
peut-elle
lui redonner
sa fonction ?

Marie Potel-Saville
5 janvier 2020


École Nationale Supérieure
de Création Industrielle
ENSCI-Les Ateliers




Je remercie chaleureusement

Olivier Desportes, mon directeur de thèse professionnelle
Juliette Nier, pour le design de ma thèse professionnelle

Et pour nos projets, leur éclairage ou nos discussions :
Geoffrey Dorne, Mai-Anne Benedic, Alexandra
Ponzio-Rossignol, Margaret Hagan, Stefania Passera,
Nathan Kinch, Rossana Ducato, Sumi Saint-Auguste,
Stéphane Baller, Marie-Lorraine Chiriacopol, Arianna Rossi.



Ce document est le fruit de 18 mois de recherches dans
le cadre de mon Mastère "Innovation by Design", mais
aussi de plus de 15 années de pratique du droit, d'abord
en tant qu'avocate, puis directrice juridique et enfin en
tant que fondatrice de l'agence d'innovation par le design,
www.amurabi.eu.



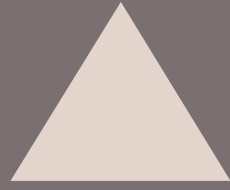
Je serais heureuse que ces réflexions et les projets
qui sont reproduits soient utiles aux lecteurs.
Servez-vous de ces contenus! Et respectez les droits
d'auteurs qui y sont mentionnés: pas de copié-collé
sans mentionner la source!

«La fin ou le but du design est d'améliorer ou au moins de maintenir l'habitabilité du monde dans toutes ses dimensions»

Alain Findelli

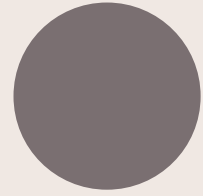
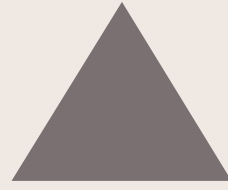
«Les juristes, disait le Doyen Jean Carbonnier, sont des *pessimistes actifs* cherchant quelques solutions afin de *rendre tolérable la vie en société*. Ceux qui ont suivi son enseignement se souviennent qu'il avait ce rare pouvoir de rendre étincelant le texte de droit le plus aride.»

Denis Salas



Introduction







Le Barbier, Jean-Jacques-François
(dit l'Ainé), vers 1789, Musée Carnavalet.

J'ai été attirée par le droit pour sa dimension démocratique, mes cours préférés à l'université étaient les libertés publiques de Danièle Lochak, truffés de cas pratiques donc d'histoires humaines : de contrôles d'identité au faciès en reconduites à la frontière manu militari, ses cours magistraux dans l'amphi enfumé de Paris X Nanterre dessinaient un monde où la connaissance du droit et surtout son application pratique redressent des injustices et résolvent des inégalités. Le droit source de solutions pour l'intérêt général.

Dans la vraie vie, l'ultra technicité de la pratique du droit dans les cabinets d'affaires m'a largement éloignée de l'intérêt général, tandis que l'ineffectivité du droit en entreprise – méconnu, mal aimé lorsqu'il n'est pas sciemment ignoré – m'a souvent privée de solutions réelles.

Mon envie initiale était d'explorer si, comment et jusqu'à quel point le design du droit peut redonner au droit la place qu'il mérite au sein des organisations : un outil de pilotage de la stratégie, et de démocratie au travers de la compliance.

Designer le droit pour en faire un outil de pilotage de la stratégie au sein des entreprises

Entre gestion des risques, technicité (réelle ou supposée, voire surjouée par un marché avide) et inflation législative, le droit en entreprise est soumis au paradoxe d'être une fonction dite support qui crée plus souvent de la contrainte que des solutions.

Le directeur juridique est encore cette figure que les opérationnels adorent détester, ou au moins contourner. Sa place au board est le plus souvent une obligation, la réalité de son influence sur les décisions stratégiques dépend entièrement de sa capacité diplomatique, de séduction ou d'adoption de jeux de pouvoir – au risque de diluer ou détourner le message juridique.

Face aux questions les plus délicates posées aux dirigeants – prendre le risque ou pas – il n'est pas rare que la question même s'évapore. Au profit du statu quo.

Pourtant, le droit est un puissant outil de stratégie des entreprises. Le droit de la concurrence structure les marchés mêmes : facilitation de l'entrée sur le marché

de nouveaux entrants, limités aux comportements des entreprises dominantes, taille et composition des conglomérats.

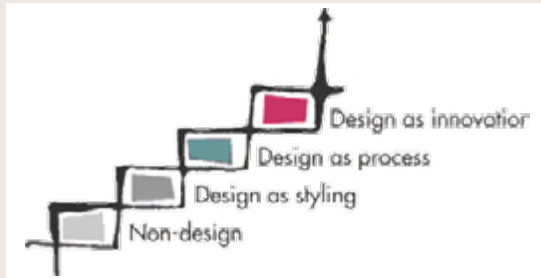
Le droit des sociétés structure la gouvernance d'entreprise et désormais jusqu'à leur «raison d'être», le droit social influe directement sur le sort des individus qui entreprennent.

Encore faut-il qu'il soit pleinement compris, puis appliqué et idéalement adopté.

Que peut le design pour la dimension stratégique du droit ?

Associer dessin et dessein, concilier forme et fond, rendre accessible la complexité, donner à voir l'invisible. Dans tous les cas c'est une recherche de sens.

Je souhaitais initialement explorer les 4 niveaux de l'échelle du design pour mesurer l'impact qu'aurait le niveau 4 sur la place effective du droit dans les instances décisionnaires des entreprises.



© Swedish Industrial Design Foundation



© Curtis Mc Newton

Designer le droit pour en faire un outil d'intérêt général au sein des entreprises : compliance, éthique et RSE

La compliance est l'ensemble des règles qu'une entreprise doit respecter sous peine de sanctions pénales ou administratives, un mille-feuille souvent abordé en interne par une approche uniquement centrée sur les risques. Cette forme de marketing de la peur est bien souvent contre-productive et peut aisément aboutir à une approche « cocher-la-case ».

L'entreprise se dote de nombreux process, d'un code de conduite de 30 ou 40 pages, le « tone from the top » est donné, des formations compliance en ligne sont instaurées, à remplir obligatoirement à date fixe sous peine de voir des emails s'afficher en rouge dans sa boîte mail, menaces corporate à l'appui¹ – lesquelles formations finiront par être dûment remplies... par les assistantes dévouées des cadres concernés. Certains groupes cotés bénéficient ainsi d'armées d'assistantes les mieux formées à la compliance qui soient.

Et advienne que pourra sur le terrain.

1. « Si vous ne remplissez pas la formation compliance en ligne d'ici au XX, votre N+1 sera informé, puis 3 jours plus tard votre N+2 ».



6^{ème} Cahiers Innovation & Prospective © CNIL

2. Alain Findelli

On en revient ainsi de nouveau au statu quo, doublé d'une expérience utilisateur particulièrement insatisfaisante.

Je voulais donc explorer l'attention que le design porte à l'utilisateur et sa capacité à « remonter en amont du projet »² pour évaluer les bénéfices en termes d'adoption des messages compliance.

La réappropriation du droit en tant que source de solutions par les acteurs de l'entreprise grâce au design m'amenaient aussi à vouloir explorer comment le design pourrait redonner aux citoyens le contrôle sur leurs propres droits, les aider à redevenir des sujets de droit au sein de la société, comprenant pleinement leurs droits et surtout les voies pour les exercer au quotidien. Cette ouverture sur la société était donc plutôt envisagée comme un sujet additionnel, mais distinct.

Ma participation à une table ronde organisée par la CNIL et son laboratoire d'innovation et prospective (le LINC) le 17 janvier 2019 à l'occasion de la publication par le LINC des 6^{èmes} Cahiers Innovation & Prospective m'a amenée à **considérer l'interaction entre les pratiques juridiques des entreprises et la distance qui s'est instaurée entre le droit et les citoyens.**

3. Le nudge, ou « coup de coude » en français, souvent traduit « coup de pouce » est une technique pour inciter des personnes ou une population ciblée à changer leurs comportements ou à faire certains choix sans être sous contrainte ni obligations et qui n'implique aucune sanction.

4. Célia Hodent relatait la situation de l'aéroport d'Amsterdam qui n'arrivait pas à maintenir les toilettes messieurs suffisamment propres, malgré toutes sortes de panneaux et messages priant la gent masculine de ne pas éclabousser les rebords de la cuvette (sic). Un designer eut alors l'idée de poser une mouche factice à l'intérieur de ladite cuvette. Les rebords demeurèrent alors immaculés, ces messieurs s'amusant follement semble-t-il à viser la mouche. Ou comment la manipulation de la propension au jeu des utilisateurs permet de préserver la propreté des espaces publics...

Je faisais partie d'un panel constitué de Célia Hodent, psychologue cognitive ayant œuvré à la création du jeu vidéo au succès planétaire Fortnite, Hubert Guillaud, journaliste et rédacteur en chef d'InternetActu au sein de la FING, Karl Pinault, cofondateur de l'association *Designers Éthiques* et Corinne Moreau, responsable « Stratégie, Design & User Experience », Backstory, autour du thème « la forme des choix » : ou comment le design d'interfaces peut influencer en positif comme en négatif sur la façon plus ou moins éclairée dont nous donnons notre consentement (au traitement de nos données personnelles). Furent évoqués à la fois : en négatif, les biais cognitifs qui peuvent être manipulés de façon plus ou moins consciente par les designers UX pour créer des interfaces toujours plus addictives, en positif, le « nudge »³ – ou comment nous serions tous manipulés « pour notre bien » : de l'alarme qui retentit dans les voitures lorsque nous détachons la ceinture de sécurité alors que le véhicule est toujours en marche à « l'anecdote de la mouche » dans les toilettes de l'aéroport d'Amsterdam⁴.





“ / Agree ” Crédit Dima Yarovsky— Article “Is user consent the biggest farce on the internet? GDPR to the rescue”

Puis dans la salle une question : « n’y a-t-il pas une fatigue, un renoncement des utilisateurs à donner leur consentement de façon éclairée alors que ces contrats ne sont manifestement pas conçus pour être lus, encore moins négociés ? »

En d’autres termes, la bataille ne serait-elle pas perdue après des décennies de cases cochées à l’aveugle et de conditions imposées, le design n’y pouvant plus rien.

J’avais déjà connaissance d’une étude de Deloitte en 2017, selon laquelle 91 % des consommateurs américains acceptent sans lire les conditions d’utilisation des applications, services en ligne ou streaming qu’ils utilisent (le pourcentage de signature à l’aveugle passe à 97 % au sein de la tranche d’âge 18-34 ans).

Sur le moment, je réponds que précisément, le consentement à l’aveugle n’est pas une fatalité et que le design des contrats et des formulaires de consentement peut amener chacun à se réapproprier sa propre réflexion sur l’acceptation.

À démontrer bien sûr.

“I teach contract law at Harvard Law School and I can’t understand my credit card contract. I just can’t. It’s not designed to be read.”

Elizabeth Warren, former Professor of Law Harvard Law School
<http://www.pbs.org/shows/501/credit-traps.html>

5. Car si désormais dans la conscience collective le droit ne sert à rien, on pourrait donc caillasser, casser, brûler...

Même si c’était le cas, la question me taraude dans les semaines qui suivent : **des décennies de contrats illisibles, que nous avons tous acceptés dans notre vie quotidienne, ont-elles éloigné du droit les citoyens que nous sommes tous ? Les « petits caractères » de nos contrats d’assurance, abonnements internet et autres contrats bancaires ont-ils contribué à la forme de défiance des citoyens face au droit qui s’exprime particulièrement aujourd’hui ? Pire, la police taille 8 pourrait-elle avoir été complice de l’assassinat du pacte social ? ⁵**

Mais si le non-design des contrats porte en partie la responsabilité du fossé qui s’est creusé entre le droit et les citoyens, existe-t-il des formes de design pourraient résorber cette défiance et réconcilier les utilisateurs avec le droit ?

En d’autres termes, la forme de la norme pourrait-elle lui redonner sa fonction ?

J’aime la musique de cette phrase et je ne veux pas remplacer norme par « droit » ou « contrat », mais on limitera ici le propos à la norme telle qu’elle s’exprime en pratique une fois qu’elle est édictée : **la forme des contrats et documents juridiques peut-elle redonner au droit sa fonction ?**

J'exclurai aussi de mon champ d'étude la production de la norme, faute de temps. Il aurait été intéressant de s'interroger sur la production du droit et l'apport du design dans le processus législatif. Certains spécialistes de légistique (ensemble des méthodes de production de la norme : lois, décrets, ordonnances) s'intéressent à la qualité de la justice⁶, mais pas encore réellement au design de la norme.

Les initiatives de l'ESNCI dans le cadre de la chaire ENSCI-ENA auraient mérité d'être analysées, de même que celles d'Etalab, Liberté Living Lab, les travaux de Max Mollon, ceux de Vraiment Vraiment pour servicepublic.fr, les obligations de langage juridique clair imposées par certaines juridictions...

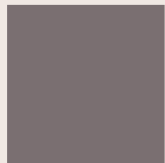
Choisir c'est renoncer. Je me concentrerai donc sur l'aval de la chaîne du droit : une fois que la norme a été édictée.

6. http://www.justice.gouv.fr/art_pix/manuel_cqfd_fr_20170831.pdf

Faire comprendre, révéler, reconnecter.

Le design des contrats peut-il limiter le consentement à l'aveugle et redonner à l'acceptation son sens et sa fonction (I), le design de la compliance au sein des entreprises peut-il contribuer à assurer sa fonction effective (II), le design de textes juridiques fondateurs, tels que la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, peut-il résorber le fossé entre le droit et les citoyens (III)?

En fonction des stades de maturité des organisations et des individus par rapport au design, j'ai envie d'explorer des « colorations » du design distinctes selon le résultat à atteindre : **faire comprendre, révéler, reconnecter.**



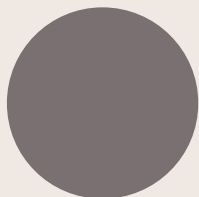
I. Le design des contrats peut-il limiter le consentement à l'aveugle et redonner à l'acceptation son sens et sa fonction ?

- a. Un contrat, pour quoi faire ? [19](#)
- b. Le phénomène du consentement à l'aveugle [37](#)
- c. Le design graphique et le design d'expérience à la rescousse : quelles pistes ? quels résultats ? [43](#)



II. Le design de la compliance peut-il contribuer à assurer sa fonction effective, voire révéler sa valeur latente ?

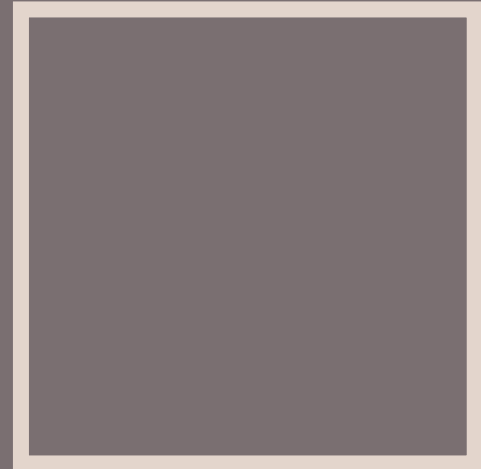
- a. Le jeu à somme nulle de la majorité des programmes de compliance [67](#)
- b. Penser la compliance en designer : explorer l'identité, (re) penser les usages [70](#)
- c. Susciter l'usage : affordance, nudge ? Révéler la valeur : parure ? [81](#)

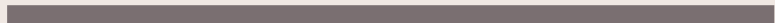


III. Le design de textes juridiques fondateurs, tels que la *Déclaration Universelle des Droits de l'Homme*, peut-il réduire le fossé entre le droit et les citoyens ?

- a. Les citoyens qui ont le plus besoin d'accès au droit sont ceux qui en bénéficient le moins [87](#)
- b. Le design du droit peut-il lui redonner droit de Cité ? [94](#)
- c. Travaux du studio expérimental de l'ENSCI « nul n'est censé ignorer la loi » [99](#)

**I. Le design des contrats
peut-il limiter le consentement
à l'aveugle et redonner
à l'acceptation son sens
et sa fonction ?**





a. Un contrat, pour quoi faire ?

Pour les juristes, un contrat est un « accord de volontés destiné à faire naître des obligations, les modifier, les transmettre ou les éteindre ».¹

S'obliger à réaliser une prestation, vendre un bien, éteindre une dette...

Le « contrat est la loi des parties », « règle fondamentale de l'organisation sociale qui traverse le temps, comme elle parcourt l'espace : la plupart des systèmes juridiques étrangers l'affirment, s'ils l'énoncent parfois autrement. »²

La théorie économique, quant à elle, s'intéresse à la rationalité. Les contrats sont les formes hybrides de régulation entre le marché et la firme. Ils font partie selon Olivier Williamson des « coûts de transaction » lorsque deux agents économiques échangent des biens ou des services. Selon lui, les contrats sont des outils rendus nécessaires (i) la rationalité limitée des agents économiques³ et (ii) l'opportunisme de ces agents⁴. Comme le contrat ne peut pas prévoir toutes les alternatives possibles, un agent peut être tenté d'adopter un comportement opportuniste pour favoriser ses intérêts au détriment de ceux des autres.

1. Stoffel-Munck P., Malaurie P., Aynès L., Droit des obligations, sept. 2018

2. Laurent AYNES – Professeur à l'Université de Paris I, Panthéon-Sorbonne Cahiers du conseil constitutionnel n° 17 (dossier : loi et contrat) – mars 2005

3. Selon Olivier Williamson (Prix Nobel 2009), les agents ont des capacités cognitives limitées. Lorsque l'environnement est complexe, ils ne peuvent pas envisager tous les événements possibles et calculer parfaitement les conséquences de leurs décisions.

4. Conséquence de la rationalité limitée.

La sociologie apporte des réponses plus amples à la question de la fonction des contrats, par rapport aux utilisateurs.

Max Weber a consacré une part significative de sa *Sociologie du Droit* – à l'étude de l'évolution de la théorie contractuelle. Il a distingué le **contrat-statut des époques prémodernes, du **contrat-fonction** né des échanges économiques.**

Le contrat-statut relève d'un accord de fraternalisation et a pour but la modification totale de la situation sociale des cocontractants : par exemple, le contrat de vassalité à l'époque féodale.

À l'inverse, le **contrat-fonction** ne porte que sur la fourniture ou l'échange de prestations ou de choses, sans que le statut des parties n'en soit affecté. Selon Weber, le contrat-fonction est une « construction juridique formelle de l'échange » : **c'est la forme qu'a construit le droit pour permettre, garantir et pérenniser les échanges économiques.**

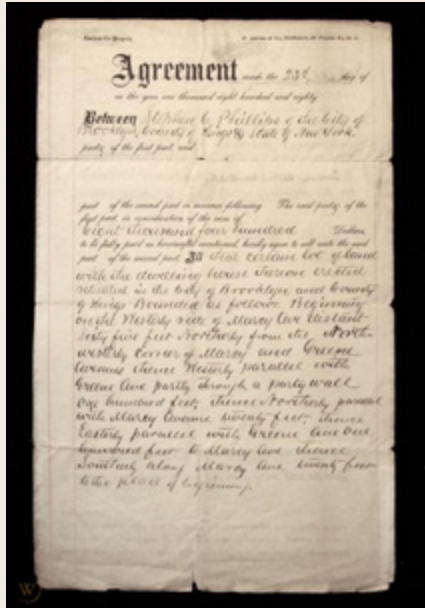
Max Weber identifie trois niveaux de réalité du contrat :

- 1 Celle de l'échange économique : les parties ont besoin d'un instrument pour donner une valeur juridique spécifique à leur échange, en référence au droit positif du contrat ;
- 2 Celle des normes qui régulent les échanges ;
- 3 Celle de la « pensée juridique » qui « traite le contrat comme un concept et établit ses liens logiques avec les autres notions d'un ordre juridique donné »⁵.

L'analyse de Weber se concentre sur la pensée juridique : selon lui, c'est là que l'on identifie le mieux les correspondances entre évolution des échanges économiques et transformation du droit des contrats.

Or, Weber considère qu'en raison de « phénomènes historiques de professionnalisation, de rationalisation formelle et d'étatisation de la régulation juridique », il existe **une séparation très nette entre fait et droit, entre social et juridique**. Pour Weber, le droit des contrats s'est construit de façon autonome par le « groupe spécifique des juristes professionnels », de sorte que le contrat serait **une « pure question de droit »**.

5. Weber Max, *Sociologie du droit, Introduction et traduction de Jacques Gros-Claude*, PUF, ed. 2013.



Contrat de vente, 1880, New York City.

Weber avait donc fait le constat, bien avant l'apparition du traitement de texte qui a considérablement allongé les textes juridiques, de ce qui devait devenir un fossé entre le droit et ses utilisateurs.

Weber met aussi en évidence le rôle crucial joué par le droit de la procédure et de la preuve dans l'évolution du contrat : **Le contrat de transaction par lequel les adversaires s'entendent pour mettre fin à leur procès serait l'ancêtre conceptuel du contrat-fonction moderne.** À partir de là, « la pensée juridique devait concevoir le contrat comme un pacte entre ennemis plutôt qu'en tant que procédé de fraternisation ou d'inféodation d'un individu à un groupe ou à une relation sociale englobante. »

Le contrat moderne serait donc nécessairement méfiant.

Selon Weber, la logique du contrat de transaction imposant **une détermination définitive et très précise des droits et obligations**, « la pensée juridique fut amenée à l'idée plus générale d'un contrat dont le contenu serait délimité restrictivement par les projections conscientes de deux volontés individuelles poursuivant un but spécifiquement juridique. »

D'où le contrat par les avocats, pour les avocats ou les juges.

Et qu'en font les entreprises ?

Jean-Guy Belley, Professeur de droit à l'université de McGill, a eu la « curiosité » de s'intéresser au « droit vivant » et a consacré en 1996 une étude très complète aux contrats d'approvisionnement d'Alcan.⁶

Si l'étude est ancienne, il est assez rare que des universitaires s'intéressent à la praticité du droit au sein des entreprises. Par ailleurs, la typologie socio-juridique des contrats qu'il a dressée à l'époque demeure largement pertinente.

Belley identifie **5 grands types de contrats** au sein d'Alcan.

■ **Le contrat légal** : ce sont des contrats pour lesquels l'entreprise a prévu une procédure d'autorisation, d'approbation, de vérification ou d'authentification à laquelle doivent se plier les acheteurs et gestionnaires responsables. Il s'agit de « contrats à caractère non courant » par leur objet (« projet de grande envergure » ; « contrat de construction » ; « contrat de technologie »), par leur importance financière, par les droits immobiliers qu'ils mettent en cause (« crédit-bail » ; « bail universel »)

6. Jean-Guy Bellay, « Max Weber et la théorie du droit des contrats », *Droit et Société*, 1988 9 pp. 281-300

ou par leur extension dans le temps (« location » ; « contrat de service » ; « entente annuelle » ; « convention d'achat »). À l'évidence, **le contrat légal a une utilité en tant que « police d'assurance » en cas de litige** : la conformité au cadre juridique prime sur toute autre considération. Sa fonction est défensive.

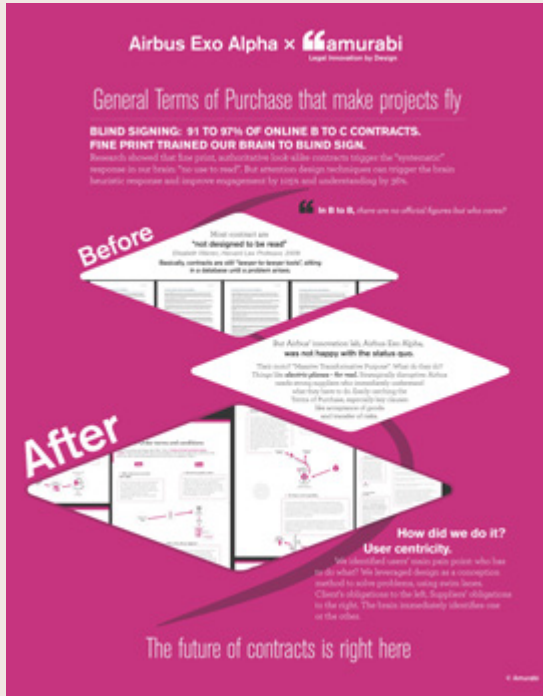
De façon intéressante, Belley identifie aussi une *« rationalité en valeur »* du contrat légal : c'est une forme de communication extérieure, de relations publiques par laquelle l'entreprise *« exprime son adhésion et son soutien à une instance politique dont elle partage les valeurs fondamentales. »*. D'après Belley, cette rationalité en valeur **justifie les coûts d'harmonisation avec l'ordre juridique étatique même s'il s'avère que l'invocation des garanties légales et la mobilisation des instances judiciaires de l'État sont des phénomènes rares dans la pratique des échanges économiques.**

En d'autres termes, même si les contrats ont peu de chances de finir devant un juge en pratique, leur **« super-conformité »** à l'ordre juridique demeure pertinente en termes de relations publiques.



Presse-citron © Philippe Starck

Si l'on poursuit l'analyse d'un point de vue de designer cette fois, la fonction du contrat légal est de véhiculer un message, et son utilisateur principal n'est pas un juge mais les clients de l'entreprise, ses investisseurs et partenaires économiques. On pourrait faire un parallèle avec le presse-citron de Starck, qui ne fonctionne pas en tant que presse-citron (les pattes sont trop hautes, glissent lorsqu'on presse...), mais qui est une «excuse à la conversation» parfaitement réussie.



Affiche pour l'exposition Paris Design Week 2019, [lien](#)
© amurabi

Pour assurer cette fonction-message, l'approche d'un designer pourrait s'appuyer sur les principes de composition, placements de textes, découpes, visuels, typographie, point focal, hiérarchie....

L'approche d'un designer pourrait s'appuyer sur un nouveau type de langage formel:



Speechless
©Mai Anne Benedic,
Somehow

I. Le design des contrats

Nous verrons ci-dessous quelles formes les designers ont donné aux contrats ou documents juridiques, et avec quels résultats.

■ **Le contrat bureaucratique**: il s'agit d'un contrat qui doit avant tout se conformer à l'ordre interne de l'entreprise. Typiquement, le bon de commande. Ici, la légalité organisationnelle, c.-à-d. la conformité à la « légalité interne » de l'entreprise prime sur la normativité contractuelle ou l'harmonisation avec l'ordre juridique étatique. Non sans humour, Belley observe que « les contraintes que le système de gestion (des contrats bureaucratiques) fait peser sur l'échange rappellent que (...) les besoins à satisfaire sont ceux de l'organisation et non de ses représentants. »

Quiconque a lu des CGV, bons de commande et autres conditions générales d'utilisation sait que ces documents ne sont pas conçus pour leurs lecteurs.

Aux yeux d'un designer, la fonction du contrat bureaucratique serait donc de s'insérer au mieux dans les processus de l'entreprise, mais pour cela, les **utilisateurs du contrat devraient être pris en compte**: acheteurs, personnel administratif, clients...

L'approche de Don Norman⁷ – d'un design « centré sur l'utilisateur » trouverait ici application: le design du contrat serait fondé sur les besoins et intérêts de l'utilisateur, mettant l'accent sur la production de contenus facilement utilisables et compréhensibles.

7. Chercheur en sciences cognitives qui a centré ses travaux sur les mécanismes de la cognition, de l'émotion, de l'action, de la mémoire et de la perception, qui a cherché à appliquer les principes de la psychologie cognitive au domaine de la vie quotidienne et du design. Auteur de « *The Design of Everyday Things* » en 1988, et premier « Expert en expérience utilisateur » chez Apple en 1993.

En particulier, l'**affordance** – c'est-à-dire la capacité d'un objet ou d'un système à évoquer son utilisation, sa fonction de façon intuitive pour l'utilisateur – serait spécialement utile.

Si un bon designer doit, lorsqu'il met l'utilisateur face à un artefact, toujours « *faire en sorte que l'utilisateur puisse déterminer ce qu'il faut faire et dire ce qui se passe* »⁸, rendant inutile les « *instructions d'utilisation* », un contrat designé serait non seulement facilement compréhensible mais permettrait à ses utilisateurs (des non-juristes) de l'appliquer seul en pratique. Plusieurs exemples figurent ci-dessous.

■ **Le contrat normalisé**: il s'agit d'un contrat où les objectifs stratégiques de l'organisation et les normes qui en découlent priment sur le projet des parties ou la rationalité de l'échange particulier (par exemple, contrat d'approvisionnement pour maximiser le pouvoir d'achat de l'entreprise, ou contrat de sous-traitance).

Belley observe que le contrat normalisé fait transiter des normes du siège social de l'entreprise vers chacune de ses filiales, et des lieux de production internationale vers le niveau local.

8. Norman, 2002, p.188.

C'est un cas d'école qui demeure totalement pertinent : les directions juridiques du siège édictent des modèles de contrat ultra-protecteurs des intérêts de l'entreprise (notamment en termes de garanties, responsabilité), nécessairement déséquilibrés, voire autoritaires, qui sont sensés être déployés par toutes les filiales dans le monde et primer sur les logiques particulières.

Un exemple récent ? Les clauses que j'appelle « *read this if you dare* » (« lisez ça si vous osez ») des contrats du siège de l'une des entreprises où j'ai exercé, entièrement en majuscules, belliqueuses et ultra jargonneses⁹ :

WARRANTIES

0.1. MUTUAL WARRANTIES. EACH PARTY REPRESENTS AND WARRANTS TO THE OTHER THAT: (A) IT HAS ALL RIGHT, POWER, AND AUTHORITY NECESSARY TO ENTER INTO THE AGREEMENT, PERFORM ITS OBLIGATIONS HEREUNDER AND GRANT THE RIGHTS IT GRANTS TO THE OTHER PARTY HEREUNDER; AND (B) ITS PERFORMANCE OF THE AGREEMENT, AND THE OTHER PARTY'S EXERCISE OF ITS RIGHTS UNDER THE AGREEMENT, WILL NOT CONFLICT WITH OR RESULT IN A BREACH OR VIOLATION OF ANY OF THE TERMS OR PROVISIONS OR CONSTITUTE A DEFAULT UNDER ANY AGREEMENT BY WHICH IT IS BOUND OR ANY APPLICABLE LAW, RULE OR REGULATION.

0.2. SERVICE PROVIDER WARRANTIES. SERVICE PROVIDER REPRESENTS, WARRANTS AND COVENANTS TO CUSTOMER AND EACH OF ITS AFFILIATES ON THE EFFECTIVE DATE AND ON THE EXECUTION

9. Reproduite in extenso dans leur mise en page d'origine, de façon non-confidentielle.

DATE OF EACH SOW THAT: (A) SERVICE PROVIDER IS THE SOLE AND EXCLUSIVE OWNER OF THE ENTIRE RIGHT, TITLE AND INTEREST IN AND TO THE DELIVERABLES AND SERVICE PROVIDER MATERIALS, FREE AND CLEAR OF ANY LIENS, SECURITY INTERESTS OR OTHER ENCUMBRANCES; (B) TO THE EXTENT SERVICE PROVIDER IS NOT THE SOLE AND EXCLUSIVE OWNER OF ALL RIGHT, TITLE AND INTEREST IN AND TO THE DELIVERABLES, THIRD PARTY MATERIALS, AND SERVICE PROVIDER MATERIALS, SERVICE PROVIDER HAS SECURED OR WILL SECURE ALL NECESSARY AND VALID LICENSES, CONSENTS, PERMISSIONS AND RELEASES FOR CUSTOMER'S OWNERSHIP AND USE OF THE DELIVERABLES, THIRD PARTY MATERIALS, AND SERVICE PROVIDER MATERIALS, AND SOFTWARE IN ACCORDANCE WITH THE AGREEMENT AND HAS NOTIFIED CUSTOMER AS SET FORTH IN SECTION 3.6; (C) THERE ARE NO CONFLICTING CLAIMS WITH RESPECT TO SERVICE PROVIDER'S RIGHTS REFERENCED IN SUBSECTION (A) OR (B) HEREOF AND SERVICE PROVIDER HAS NOT EXECUTED, AND WILL NOT, EXECUTE ANY AGREEMENT OR OTHER INSTRUMENT IN CONFLICT HEREWITH; (D) THE SERVICES, DELIVERABLES, THIRD PARTY MATERIALS, AND SERVICE PROVIDER MATERIALS AND CUSTOMER'S USE THEREOF DOES NOT AND SHALL NOT INFRINGE OR MISAPPROPRIATE THE PROPRIETARY AND INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS OF ANY PERSON; (E) IT WILL PERFORM THE SERVICES IN A PROFESSIONAL

AND WORKMANLIKE MANNER AND IN ACCORDANCE WITH THE STANDARD OF CARE PREVAILING AMONG PROVIDERS OF SIMILAR SERVICES FOR HIGH-END LUXURY GOODS CLIENTS; (F) THE DELIVERABLES SHALL BE FREE FROM ANY DEFECTS FOR A PERIOD OF NINETY (90) DAYS FROM THE DATE OF ACCEPTANCE OF EACH DELIVERABLE BY CUSTOMER; AND (G) THE DELIVERABLES, THIRD PARTY MATERIALS AND SERVICE PROVIDER MATERIALS WILL BE VIRUS-FREE AND WILL NOT INCLUDE ANY TROJAN HORSES, TRAP DOORS, LOCK OUTS, INTERRUPT MECHANISMS OR SIMILAR DISABLING SOFTWARE OR CODE THAT DOES OR CAN DISABLE, DAMAGE, CORRUPT, INTERFERE WITH OR DELETE ANY ELEMENT OF SOFTWARE, DATA, COMPUTER OR ELECTRONIC RECORDS OR FILES OF CUSTOMER, INCLUDING ANY SUCH CODE THAT ALLOWS SERVICE PROVIDER OR ANY THIRD PARTY TO ACCESS OR TO PERFORM ANY UNAUTHORIZED OPERATIONS ON CUSTOMER'S OR ITS AFFILIATES' COMPUTER SYSTEMS WITHOUT CUSTOMER'S PRIOR AUTHORIZATION IN EACH INSTANCE.

0.3. WARRANTY DISCLAIMER. EXCEPT AS EXPRESSLY PROVIDED IN THIS AGREEMENT, THERE ARE NO OTHER WARRANTIES, EXPRESS OR IMPLIED, MADE BY THE PARTIES AND THE PARTIES HEREBY DISCLAIM ALL WARRANTIES INCLUDING BUT NOT LIMITED TO WARRANTIES OF MERCHANTABILITY AND FITNESS FOR A PARTICULAR PURPOSE.

Vous êtes toujours là ?

Bien sûr, vous n'avez pas lu.

Ces contrats normalisés seraient donc exclusivement l'affaire des juristes. Mais si l'on en croit Belley, ces contrats reflètent les objectifs stratégiques de l'entreprise – or en l'état ils ne sont pas compréhensibles pour les agents de l'entreprise en dehors des juristes.

Quel serait le point de vue du designer ?

La fonction de ces contrats n'est pas seulement de faire passer un message mais de révéler une puissance, d'assurer une posture.

Les travaux d'Hatschuel sur la parure et la pointe¹⁰ apportent un éclairage saisissant : l'apposition d'une parure sur un objet « opère une transformation de l'objet qui en est illuminé, grandi ». Simultanément, l'objet ainsi paré voit sa valeur intrinsèque révélée : la parure rend visible sa valeur latente.

10. Armand Hatschuel, « Quelle analytique de la conception ? Parure et pointe en design », in « Le Design, essai sur des théories et des pratiques », Flamand, 2006.

La parure opère une « extension de l'objet », qui a de nouveaux « attributs appréciateurs », mais l'objet conserve son identité. Un four rouge peut devenir un objet de luxe, mais reste un four.



I. Le design des contrats

Armand Hatschuel,
«Quelle analytique de la
conception? Parure et
pointe en design»



O-re gami, Regenesi, © Matali Crasset

La pointe, quant à elle, opère un « trouble » de l'identité même de l'objet, qui se voit transformé. Sa fonction change.

Le projet pour Regenesi joue avec les essentiels : à partir d'une feuille et passer de la deuxième dimension à la troisième dimension en générant des formes-origami qui deviennent tantôt plateau, coupe, corbeille. En changeant légèrement le pli, la forme propose une autre fonction.

L'apposition d'une parure sur un contrat (ou document juridique) normalisé pourrait-elle révéler sa valeur latente ? Nous tenterons d'y répondre avec les exemples analysés dans la deuxième partie.

Belley identifie deux autres formes de contrats, le « **contrat communautaire** », qui renvoie à l'existence d'un engagement envers l'ensemble d'une collectivité et définit un projet d'échange économique général¹¹, et « **le contrat moral** » qui participe de la normativité d'une relation particulière établie au fil des années entre deux individus ou deux organisations.¹² Faute de temps, et dans la mesure où ils sont moins fréquents, ils ne sont pas traités ici.

11. Exemple : en échange des ressources hydrauliques et humaines que la région procure à l'entreprise et pour compenser les dommages à l'environnement causés par ses opérations, Alcan est tenue de procurer à la communauté régionale des retombées économiques majeures.

12. Ce type de contrat favorise l'émergence d'une vision consensuelle des objectifs et des contraintes de l'échange à réaliser. Elle génère des attentes et des obligations plus souvent ressenties ou considérées comme allant de soi qu'exprimées formellement.

Quelques exemples de formes données aux contrats à travers les siècles



Dharna

Usage hindou autorisé par les anciens codes de Manou et de Brihaspati, par lequel le créancier qui veut recevoir sa prestation d'un débiteur récalcitrant vient s'asseoir sur le seuil de la maison de ce dernier et y jeûne jusqu'à ce qu'il ait recouvré sa créance, même jusqu'à la mort.

Durkheim interprète le dharna comme une anticipation magique et pré-juridique du droit restitutif. Une forme de sort jeté au débiteur récalcitrant, en lieu et place des voies d'exécution modernes.

-753

Stipulation romaine

La stipulation sert à rendre obligatoires les conventions les plus diverses par un cérémonial verbal composé d'une interrogation verbale du créancier (spondesne? ou promitesne?) et d'une réponse conforme du débiteur (spondeo ou promitto). Il s'agit d'un formalisme juridique qui apporte aux contrats, si les formules consacrées sont énoncées correctement, la garantie de sanctions juridiques.

Pour Durkheim, dans la stipulation romaine, c'est la sacralité de la formule énoncée qui rend les volontés contractantes irrévocables et sanctionnables si elles se dédisent, en invoquant la puissance divine comme partie prenante du contrat, donc garante de son respect. Selon lui, l'irrévocabilité de la volonté des cocontractants passe par leur déclaration. En d'autres termes, la forme crée la fonction.

0



257

Un parchemin de 1346

Le contrat de la Ville de Rouffach, avec Jean BEHEM, maître d'œuvre de l'église Notre Dame
<https://obermundat.org/topographie/136-un-parchemin-de-1346-le-contrat-de-la-ville-de-rouffach-avec-jean-behem-maitre-d-ouvre-de-l-eglise-notre-dame>

1346



Blood covenant

«pacte de sang», observés par les ethnologues lors des cérémonies d'adoption ou d'alliance entre groupes dans les sociétés claniques. L'adoptant et l'adopté pratiquent chacun une piqûre ou une incision et sucent le sang de l'autre.

Durkheim considère que le blood covenant constitue une première émergence de relation contractuelle, au-delà du statut personnel et visant à modifier ce statut.



Papyrus portant une liste de paiements

une commande de maïs sur le recto et un contrat sur le verso. Époque gréco-romaine, époque romaine, 257 – 259 apr. J.-C.



Juro

Plateforme d'automatisation de contrats

b. Le phénomène des « petits caractères » et du consentement à l'aveugle

Quel est le problème principal lié aux contrats aujourd'hui ?
Ils ne sont pas lus par les humains.

“I teach contract law at Harvard Law School and I can't understand my credit card contract. I just can't. It's not designed to be read.”

Elizabeth Warren on credit traps

Lorsqu'Elizabeth Warren¹³ prononce cette phrase en 2009, elle dénonce en particulier les « clauses cachées et piégeuses » des contrats de cartes de crédit, dont sont porteurs 50 millions de foyers américains à l'époque. Elle indique que, selon le Wall Street Journal, un contrat de carte de crédit classique dans les années 1980 faisait une page et demie. Il indiquait le taux d'intérêt, ce qui se passait en cas de retard de paiement et c'était à peu près tout. En 2009, le même contrat de base faisait 31 pages. Et selon Elizabeth Warren, les 29 pages et demie supplémentaires servent à cacher des clauses abusives, qui reviennent à permettre aux banques de modifier les taux quand elles veulent, comme elles le veulent.

13. À l'époque professeur de droit à Harvard, élue sénatrice du Massachusetts en 2013 aujourd'hui candidate à l'investiture démocrate.

De façon plus récente, de nombreux auteurs se sont penchés sur les « petits caractères » particulièrement fréquents dans les contrats B to C.

Par exemple, une étude de 2014 a analysé le comportement en ligne de 48 154 visiteurs mensuels de 90 sites de vente en ligne de logiciels : seuls 0,2 % des internautes ont accédé à l'accord de licence (qui régit les droits de l'utilisateur du logiciel) et parmi ceux qui y ont accédé, très peu l'ont lu.

En 2017, une Etude de Deloitte aux Etats-Unis indique que 91 % des consommateurs acceptent sans les lire les conditions générales d'utilisation avant de télécharger des applications, de s'enregistrer sur un hotspot Wifi, d'accepter des mises à jour et d'utiliser des services en ligne comme le streaming vidéo. Pour les 18-34, le taux de consentement à l'aveugle atteint 97 %.

Une expérimentation menée par Europol avait d'ailleurs déjà révélé l'évidence, en insérant une clause dans les conditions générales d'utilisation d'un HotSpot WiFi selon laquelle les internautes s'engageaient, en échange de l'accès gratuit au Wifi, à « donner leur premier enfant pour l'éternité » au fournisseur d'accès. 6 personnes avaient donné leur consentement.¹⁴

14. When people connected to the hotspot, the terms and conditions they were asked to sign up to included a “Herod clause” promising free Wi-Fi but only if “the recipient agreed to assign their first born child to us for the duration of eternity”. Six people signed up.

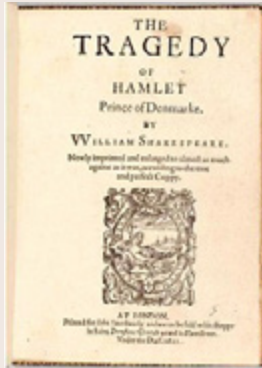
Une Etude très récente de la Behavioral Insights Team commanditée par le gouvernement britannique pour tester et définir des bonnes pratiques pour les conditions générales en ligne, a fait le point sur les recherches pluridisciplinaires relatives à l'engagement avec, et à la compréhension des conditions générales.

Si les taux de lecture « auto-reportés » varient selon les études (de 1 à 65 % des internautes selon Elshout et al en 2016), les taux observés sont tous très bas (moins de 1 %).¹⁵

Une réponse rationnelle, relève l'OCDE dans une étude sur l'amélioration des disclosures en ligne grâce aux sciences comportementales (incluant économie, psychologie, neurosciences et marketing), compte tenu de l'effort et du temps requis pour lire des conditions générales très longues et denses.

Deux chercheurs de Canegie Mellon avaient calculé dès 2012 qu'il faudrait 76 jours ouvrés pour lire toutes les politiques de confidentialité que les internautes acceptent en une année. Et en 2017, l'exposition The Glass Room avait notamment fait lire les conditions générales de vente du Kindle (Amazon) à haute voix : il lui a fallu 9 heures sans s'arrêter.

15. Bakos, Yannis, Floencia Marotta-Wurgler, and David R. Trossen. 2014. "Does Anyone Read the Fine Print? Consumer Attention to Standard-Form Contracts." *The Journal of Legal Studies* 43 (1): 1– 35. Bakos et Trossen ont analysé le comportement de 90 000 foyers aux Etats par rapport aux contrats de licence de logiciels achetés en ligne : 1 ou 2 sur 1000 ouvre le contrat...



Hamlet, Shakespeare



Paypal conditions générales de service

Les conditions générales de Paypal sont plus longues qu'Hamlet.

S'il en était besoin, des chercheurs ont mesuré la lisibilité de conditions générales: celles de fournisseurs d'énergie ont été analysées en 2013 sur la base du Simple Measure of Gobbledygook (SMOG) et étaient « bien au-delà de ce qu'un adulte éduqué était capable de comprendre ».

Une étude plus ancienne avait fait apparaître que les chartes de confidentialité nécessitaient 13 années d'éducation pour être comprises, mais que même des étudiants à l'université ne les comprenaient pas.

C'est ainsi qu'un éditorial du New York Times questionne :

« pourquoi quiconque lirait des conditions générales sur lesquelles il n'a aucune influence. Ce n'est pas comme si les internautes pouvaient appeler Mark Zuckerberg pour négocier leur propre charte de confidentialité. Le bouton « j'accepte » aurait dû être rebaptisé depuis longtemps « Moi? Je m'en fiche ! ».

Quelles conséquences ?

Selon le New York Times, c'est bien à cause du consentement à l'aveugle que Facebook a pu payer des internautes – y compris des mineurs de 13 ans – pour télécharger des applications qui trackent presque toutes leurs activités et usages de leur portable.

En B to C, on l'a vu, les consommateurs ne font pas des choix informés. Au-delà des conséquences évidentes en matière de protection des données personnelles¹⁶ (et des conséquences par rapport au droit de la consommation, qui repose largement au niveau européen sur les mentions obligatoires), l'OCDE y voit un risque pour le fonctionnement même du marché :

Si le libéralisme est considéré comme générant les meilleurs bénéfices pour les consommateurs, c'est à un certain nombre de conditions : que les marchés soient parfaitement concurrentiels, qu'il n'y ait pas de défaillances du marché, que les acteurs du marché agissent dans leur meilleur intérêt, qu'il n'y ait pas d'externalités et... **qu'il y ait une « information parfaite et complète »**.

L'OCDE l'affirme : si ce n'est pas le cas, il y a lieu à régulation.

16. Données personnelles divulguées sans vraiment le vouloir, mais aussi, d'un strict point de vue juridique, non-validité du consentement au traitement des données s'il n'est pas «informé».

En B to B, la mesure du taux de lecture ne serait pas nécessairement pertinente : les juristes internes sont là pour ça. La question est plutôt celle de la compréhension par les opérationnels supposés appliquer ou utiliser les conditions générales, une fois validées par les juristes. Je n'ai pas identifié d'études sur le sujet ; mon hypothèse est que personne n'a osé chercher des chiffres précis.

Selon mon expérience tant en cabinet qu'en entreprise et désormais dans mon agence, les conséquences négatives sont multiples :

- Non-conformité des livraisons
- Pénalités de retard
- Délais et coûts de négociation accrus.

Dans les deux cas, **l'information sensée être fournie ne remplit pas sa fonction**. Les conditions générales sont un « jeu à somme nulle » : ceux qui les produisent ne les conçoivent pas pour qu'elles soient lues par leurs utilisateurs, et ceux qui les acceptent et sont sensés les appliquer ne les lisent pas, donc ne les appliquent pas.

c. Le design graphique et le design d'expérience à la rescousse : quelles pistes ? Quels résultats ?

Les designers s'attaquent depuis longtemps à rendre accessible la complexité. Par exemple, dans le domaine de la physique quantique, un partenariat entre l'ENSCI-Les Ateliers, l'université Paris-Sud et le CNRS, avec le soutien de la Diagonale Paris-Saclay et de la Société Française de Physique a permis à des étudiants en design de donner à voir un « autre visage » de la quantique, de ses lois et de ses comportements, pour les rendre accessibles au plus grand nombre.

Selon les porteurs de ce projet, la quantique a été une source d'inspiration pour « imaginer de nouveaux objets et usages, et même d'autres façons de travailler. »
Le design sert alors de médiation permettant de rendre acceptable la complexité du monde. Simple, jamais simpliste.

Le design comme remédiation à l'imperméabilité du droit et comme solution d'accessibilité de notions juridiques a été exercé depuis une dizaine d'années, d'abord à New York par Candy Chang dans un projet caritatif en faveur des vendeurs de rues, puis théorisé par plusieurs auteurs académiques dont Margaret Hagan, auteur de Law by Design et créatrice du Legal Design Lab à Stanford, Helena Haapio, à l'université de Vaasa et Stefania Passera, designer et chercheur à l'université Aalvar Alto.

Ensemble ou séparément, ces 3 auteurs ont exploré les voies par lesquelles le design peut permettre de mieux naviguer au sein du droit, clarifier les contrats, créer un langage commun pour des contrats centrés utilisateurs.

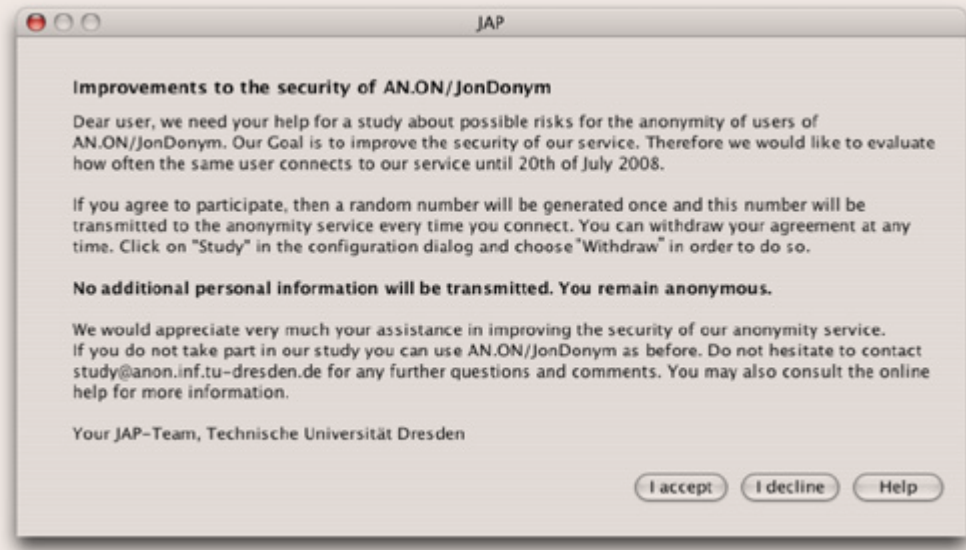
Appliquant aux contrats le principe de pattern libraries utilisés par les designers mais aussi les ingénieurs de logiciels, elles ont développé plusieurs bibliothèques qui encouragent les juristes à sortir des modèles de contrats copiés-collés et de leurs méfais avérés pour innover quant à la forme des contrats.

Ce mémoire n'a pas pour objet de dresser un catalogue de toutes les initiatives de design des contrats : nous nous intéressons spécifiquement aux initiatives pratiques et quantifiées permettant de limiter le consentement à l'aveugle. Quelles techniques de design peuvent engager l'utilisateur à lire un contrat, en particulier des conditions générales ?

Quatre études ont retenu mon attention.

1^{re} étude

«Avons-nous été entraînés à accepter?»¹⁷ Dès 2010, deux chercheurs de l'université de Berkeley et de Dresde ont expérimenté sur plus de 80 000 internautes réels les effets sur leur consentement de variations sur la forme d'une boîte de dialogue :



17. "Trained to accept? A field experiment on consent dialogs". Rainer Böhme, Stephan Köpsell <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc>

À l'occasion d'une vraie mise à jour du sécurité d'un service d'anonymat en ligne, Böhme et Köpsell ont testé 3 variations :

■ **sur le titre de la boîte de dialogue (neutre : « Mise à jour »/demande d'aide polie : « Aidez-nous à améliorer la sécurité »)**

■ **sur le titre du bouton :**

J'accepte-Je refuse/Je participe-Je ne participe pas

■ **sur le bouton coché par défaut : Je suis d'accord/Je ne suis pas d'accord/Pas de bouton par défaut.**

Ils se sont appuyés sur la théorie du « dual process » : les individus prendraient des décisions de façon soit systématique (inconsciente et rapide) soit raisonnée (délibérée et lente). L'utilisation de l'un ou de l'autre système dépend du type de décision, du niveau d'engagement de l'individu, de sa personnalité mais aussi d'éléments contextuels.

Les variations, qui constituent ces éléments contextuels, ont été choisies par Böhme et Köpsell pour stimuler des réponses soit systématiques, soit heuristiques.

Par exemple, la variante « demande d'aide polie » sur le titre a été conçue pour être radicalement différente des contrats de licence de logiciels (« EULA ») que les internautes ont l'habitude de voir et d'accepter, pour stimuler la réponse heuristique. L'utilisateur voit un message auquel il ne s'attend pas pour ce type de contenu, ce qui devrait le pousser à investiguer.

Quels résultats ?

La stimulation de la réponse systématique (« mise à jour », « j'accepte/je refuse », bouton « je suis d'accord coché par défaut ») augmente de 26 % le consentement. Plus de 50 % des internautes ont consenti en moins de 8 secondes, ce qui n'est pas suffisant pour lire le contenu.

En revanche, la stimulation de la réponse raisonnée a pour effet de baisser le consentement de 1,9 % (variation sur le titre de la boîte de dialogue) et de 5,7 % (variation sur le bouton par défaut).

Les auteurs concluent que même des internautes concernés par la protection des données personnelles sont très habitués à accepter des contrats standards de type

EULA, ce qui les pousse à accepter tout ce qui ressemble superficiellement à un EULA : nous aurions tous été « entraînés à accepter ».

Malheureusement, mon intuition se confirme : des décennies de contrats en petits caractères incompréhensibles ont « appris à notre cerveau à ne pas lire » : chaque fois que notre cerveau identifie un contenu qui ressemble à un contrat, il envoie la réponse automatique : cocher/signer sans lire.

Mais Böhme et Köpsell soulignent que **dès qu'il existe des éléments de contexte qui diffèrent de la croyance première** (« *ceci est un contrat incompréhensible, je l'accepte sans lire* »), **une partie des utilisateurs réfléchit et donne leur véritable opinion.**

En d'autres termes, cette étude démontre qu'il est possible au moins en partie d'adresser le problème du consentement à l'aveugle par des techniques de design : la forme des « éléments contextuels » qui déterminent nos réponses, systématiques ou réfléchies..

Mais comment ?

2° étude

L'agence australienne de recherche, design et conseil stratégique Greater Than Experience a testé et développé une boîte à outils «trust by design», notamment appliquée pour les conditions générales dans le secteur des services financiers et en matière de protection des données personnelles.

L'agence prône 3 piliers de la compréhension des utilisateurs : **valeur, signification, engagement.**



© Greater than Experience



Better Disclosure Canvas

Redesigning customer facing legal agreements

Designed for:

Designed by:

On:	Day	Month	Year
Iteration:	No.		

2 Break components down and utilise layering techniques



First ask:

- Why does this agreement exist? What are people actually agreeing to?
- What do people need to understand in order to make an informed choice? How might we measure and demonstrate this?

Then consider:

- How might we prioritise the key parameters of the agreement?
- The number of layers, their purposes and the content needed to bring them to life.



Suggested time: 15 minutes

1 Lead with values



First ask:

- What are your explicit and implicit organisational values?
- How were they developed?
- How have they been put them to the test?
- What do your customers think?
- Can they translate into practical action? How?

Progress to:

- What is the core value proposition these legal agreements are relevant to?
- What are the key parameters of the agreement?
- Is this value clear to your customers?
- How do you clearly map how the key parameters of the agreement create the value you've promised?

Then consider:

- How might we surface the values throughout the early stages of a customer experience?
- How might we 'knit' the values into the customer experience in such a way they make the agreement more valuable, meaningful and engaging?



Suggested time: 15 minutes

5 Give visibility of tangible progress



First ask:

- Is this a single or multi-stage process?
- How do people most frequently engage with progress indicators? Which design patterns are people most familiar with?

Then consider:

- The potential visual and interactive markers that showcase progress clearly.
- How might insights from behavioural and motivational psychology be applied to this situation?
- The context of use and time constraints that need to be designed for.



Suggested time: 15 minutes

3 Diversify the form factor



First ask:

- What types and style of content are most relevant to the context of use?
- Which form factor is most appropriate to each layer of the agreement?
- Which form factor should we prioritise to increase comprehension and decrease Time to Comprehension?

Then consider:

- Which teams and people need to be involved in this work?
- What delivery constraints do you have? How might we collaborate internally and externally to achieve the desired outcome?



Suggested time: 15 minutes

4 Offer contextual guidance



First ask:

- Which parameters of the agreement require the most support?
- What are the context of use constraints?

Then consider:

- Which categories of guidance are likely to achieve the greatest impact?
- How might we utilise existing design patterns (i.e. in-app chats) to encourage behaviours (ask a question when stuck) that are likely to increase comprehension (i.e. it's ready to make an informed choice)?



Suggested time: 15 minutes

6 Delay the core action



First ask:

- What is the core action that is being designed? (e.g. check boxes, buttons, reading, signing on)
- Why should we consider delaying the core action of "I agree" (or don't)?
- What are the risks to our customers if they agree without understanding?

Then consider:

- The expected time to comprehension and how to decrease it
- How might we communicate the delayed acceptance rationale clearly and effectively
- The types of experiments you could conduct to help you learn and refine the approach



Suggested time: 15 minutes

7 Clarify the consequences (both negative and positive)



First ask:

- What are the outcomes we are designing for?
- What are we trying to get right?
- What could go wrong as a result of someone entering into this agreement?
- Are there any trade off decisions we have made that our customers should be aware of?

Then consider:

- How might we communicate potential consequences (and their likelihoods) effectively?
- How might a deepened understanding of these consequences impact the decisions people make?



Suggested time: 15 minutes

8 Give people a receipt of the agreement they entered into (enable review at any time)



First ask:

- Why might we consider doing this?
- What should the receipt consist of?
- How might we enable easy access to the agreements someone has entered into?
- Which actions should someone be able to do directly from the agreement?

Then consider:

- Can we do this simply?
- What do we need that we don't have?
- Which resources might be able to assist us?
- Who should we start speaking to that might be able to help?



Suggested time: 15 minutes

This work (version 0.1) was created by Nathan Kinch and Mathew Mytka at [Greater than X](#) and is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Getting Started

Getting started is sometimes the hardest part. Follow these steps and you'll be designing more trustworthy customer experiences in no time.

Give it a try and if you do get stuck, send an email to canvas@reuterthianexperience.design

1. Assemble your A-Team

Get the right people involved. The activity needs to be done with 3-10 people. Spend 15 minutes noting who you need and why.

Ideally you have people that have an understanding of your customer experience, legal and compliance, design and engineering.

2. Schedule a workshop

Send these people you have selected an email or message. It should contain what you want to do and why you think it is important. Frame it as a half-day workshop. Set expectations.

Don't forget to suggest times, dates and locations. If you have shared calendars, check up before hand. Make it easier for them to "lock it in".

3. Run the workshop

You're leading this.

Run the workshop. Use the suggested times for each section and use a timer (assign a time keeper). Functional stress, and even ambiguity, supports the divergent and convergent thinking needed for the activity.

Resources: Appropriate meeting room, whiteboard, sticky notes, sharpies, Time, motivation, water, brain food. The usual kit.

4. Socialise the output

Consolidate the insights from your workshop into a short presentation. Keep it high level.

Do a video recording yourself talking through this aim for 3 minutes max). Loom is a good platform to use, but use whatever works.

Send a link to this video, along with the presentation deck, to the key people you know who need to be directly involved in the implementation.

No replies? Nudge people after 2-3 days and reaffirm the importance of the work. How long can people ignore you?

5. Get implementation momentum

Once you have people talking about the initiative, start pushing.

If you need data to support the efforts and get stakeholder buyin, reach out to us. We have loads of resources. We're happy to share the insights around :)

I. Le design des contrats

Leur boîte comprend 8 outils pour designer des informations juridiques :

Le 1^{er} outil rejoint une démarche « classique » de questionnement de l'identité de l'entreprise (voir 2^e partie, point b), en se focalisant sur ses valeurs en tant que levier d'action.

Les 2^e et 3^e outils appliquent aux contrats des principes également classiques de structuration de l'information et de mise en page. À notre sens, les outils 4 et 7 vont de pair : contextualiser l'information et regrouper l'information sur les choix possibles et les conséquences de ces choix.

C'est l'une des raisons qui nous ont conduit à créer ce prototype¹⁸ de charte de confidentialité en novembre 2019 pour des produits grands publics, où l'utilisateur peut exercer de véritables choix car la conséquence de ses choix est clairement spécifiée (ce besoin de contrôle et de compréhension des conséquences des choix ressortait aussi nettement de l'atelier utilisateurs mené en septembre 2019 avec une quinzaine de participants).

L'outil 5 de Greater Than X (visualiser les progrès tangibles) peut être vu à la fois comme un fil d'Ariane et une forme de barre d'achèvement (technique largement utilisée en UX et



1^{er} prototype de charte de confidentialité BtoC, décembre 2019 © amurabi

18. Ce prototype a été testé lors d'un second atelier le 13 décembre, l'itération est en cours. Il devrait être en ligne au printemps 2020.

je décide,

DE CE QUE SOMFY
PEUT FAIRE AVEC MES DONNÉES

UTILISER TOUTES MES DONNÉES

JE VEUX DÉCIDER DANS LE DÉTAIL

EN UN COUP D'OEIL

POUR GÉRER MA RELATION CONTRACTUELLE

COMMENT JE DÉCIDE? Je suis libre de ne pas transmettre de données à caractère personnel. Dans ce cas, cela empêchera SOMFY de fournir les services demandés.



POUR RÉPONDRE À MES DEMANDES ET PLAINTES

COMMENT JE DÉCIDE? Je suis libre de ne pas transmettre de données à caractère personnel. Dans ce cas, cela empêchera SOMFY de répondre à mes demandes et plaintes.



POUR ANALYSER MES AVIS SUR LES PRODUITS ET SERVICES PARCE QUE SOMFY VEUT TOUJOURS MIEUX FAIRE !

COMMENT JE DÉCIDE? Je suis libre de refuser, ça n'aura pas d'impact sur ma relation contractuelle avec SOMFY, mais je ne participerai pas à l'amélioration continue des produits que j'aime bien.



POUR RÉALISER DES STATISTIQUES ET AMÉLIORER LES PRODUITS ET SERVICES SOMFY

COMMENT JE DÉCIDE? Je suis libre de refuser, ça n'aura pas d'impact sur ma relation contractuelle avec SOMFY, mais je ne participerai pas à l'amélioration continue des produits que j'aime bien.



POUR M'ENVOYER DES INFORMATIONS ET CONSEILS PERSONNALISÉS SUR DES PRODUITS ET SERVICES SOMFY QUI POURRAIENT M'INTÉRESSER

COMMENT JE DÉCIDE? Je suis libre de refuser, ça n'aura pas d'impact sur ma relation contractuelle avec SOMFY, mais je n'aurai pas de conseils personnalisés, ni d'information en avant-première.





© Greater than Experience

dans les jeux vidéo).

Si ces outils sont assez classiques, deux en particulier retiennent l'attention :

- Retarder l'action recherchée : on peut y voir les «frictions désirables» mentionnées par la CNIL dans ses Cahiers d'Innovation n° 6, précités, qui permettent à l'utilisateur de sortir de «l'illusion» d'une expérience où tout serait ultra facile et simple «sans réfléchir». Précisément, une friction, un temps d'attente avant de faire une action pourrait permettre de générer la «réponse raisonnée», plus lente mais plus consciente, identifiée par Böhme et Köpsell, ci-dessus.
- Donner un reçu à l'utilisateur de l'accord qu'il a conclu, synthétisant en termes simples les informations essentielles, et qu'il peut revoir à tout moment.

De façon intéressante, la Commission européenne multiplie l'obligation de «synthèse d'une page» des termes principaux de certains contrats standards, selon un format prédéterminé que l'on peut assimiler au «reçu» évoqué par Greater Than X (à ceci près que la synthèse

Xxxxx Insurance
Insurance Product Information Document
Company: <Name> Insurance Company Product: <Name> Policy

Statement that contains pre-contractual and contractual information on the product is provided in other documents.

What is this type of insurance?
(Description of insurance)

What is insured?

- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx
- ✓ Xxxxxx

What is not insured?

- ✗ Xxxxxx
- ✗ Xxxxxx
- ✗ Xxxxxx
- ✗ Xxxxxx
- ✗ Xxxxxx

Are there any restrictions on cover?

- ! Xxxxxx
- ! Xxxxxx
- ! Xxxxxx

Where am I covered?

✓ Xxxxxx

What are my obligations?

- Xxxxxx
- Xxxxxx
- Xxxxxx
- Xxxxxx

When and how do I pay?

Xxxxxx

When does the cover start and end?

Xxxxxx

How do I cancel the contract?

Xxxxxx

est précontractuelle, précisément pour permettre aux consommateurs de comparer différentes polices). C'est déjà le cas depuis la directive dite IPID (Directive 2016/97 relative à la Distribution d'Assurance, 20 janvier 2016), pour certains contrats d'assurance que

Commission européenne, IPID Contract Summary Compulsory Template

chaque compagnie doit résumer selon le format suivant.

La Commission vient d'appliquer la même logique aux contrats B to C des fournisseurs internet et opérateurs de téléphonie, en adoptant le 17 décembre 2019 un Règlement d'Application établissant un modèle de synthèse de contrat, obligatoire à compter du 21 décembre 2020.

[Service name]	[Provider/provider logo]
	[Contact]
Contract summary	
<ul style="list-style-type: none"> • This contract summary provides the main elements of this service offer as required by EU law¹. • It helps to make a comparison between service offers. • Complete information about the service is provided in other documents. 	
Services and equipment	
[...]	
Speeds of the internet service and remedies	
[...]	
Price	
[...]	
Duration, renewal and termination	
[...]	
Features for end-users with disabilities	
[...]	
Other relevant information	
[...]	
<hr/> <small>¹ Article 102(3) of Directive (EU) 2018/1972 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2018 establishing the European Electronic Communications Code (OJ L 321, 17.12.2018, p. 36).</small>	
2	

Source: Annexe du Règlement d'Application

Nous avons pu tester différents scénarii d'usage du prototype de charte de confidentialité mettant en application certains des outils précités, durant un atelier utilisateur le 13 décembre 2019, dont il ressort les mesures suivantes :

	Ancienne version	Nouvelle version (Prototype)
Lecture (méthodologie : observation focus groupe en situation, devant la page d'accueil)	« Je ne lis pas »	Des débats ont eu lieu durant l'atelier sur les effets proposés sur la page d'accueil, qui ont dévié les participants de la réponse à la question « est-ce que vous lisez ? »
Compréhension (méthodologie : questions précises posées au focus groupe)	4 bonnes réponses	7 bonnes réponses, soit 75% d'augmentation de compréhension
Rapidité de compréhension (méthodologie : exercice de rédaction d'une demande rectification des données personnelles)	4mn	2mn : temps divisé par 2

3^e étude

Autre expérimentation, en 2018 Rossana Ducato, chercheur à l'université catholique de Louvain a développé une application de conscientisation par le design visant à engager et surtout redonner le contrôle aux utilisateurs sur les risques, droits et obligations contenus dans les conditions générales et chartes de confidentialité.

L'application (i) vérifie les conditions générales et chartes de confidentialité pour alerter l'utilisateur en cas de clause abusive ou inapplicable et (ii) donne un score de « qualité juridique » aux documents analysés.

Pour mener cette expérimentation, 80 conditions générales et chartes de confidentialité ont été analysées (plateformes B to C et « économie du partage ») : *Uber, Blabacar, Cambio, Zipcar, AirBnB, Onmyway...*

L'analyse a été menée par Rossana de façon manuelle : elle a identifié les principales clauses, les clauses pouvant être considérées comme abusives ou obscures, et les a reformulées en langage juridique clair. 3 focus groups ont ensuite été créés. Selon Rossana Ducato, l'une des difficultés rencontrées a été de trouver le bon niveau de langage : plus simple, mais pas « trop simple », car cela déroutait les utilisateurs qui pensaient alors que ce n'était « plus du droit ».

HOUSE of TERMS
FIXING THE INFORMATION PARADIGM WITH LEGAL DESIGN
Rossana Ducato

Background
The information paradigm is one of the fundamental principles of European Consumer and Data Protection Laws. It is based on the idea that if the individual receives all the relevant information, she will be able to make an informed choice and express a meaningful consent. However, its effectiveness has been questioned: very few users pay attention to the information that is provided to them in their online experience. E.g., 58% of Europeans do not usually read terms and conditions (Eurobarometer Special 447 on online platforms 2016).

The research hypothesis
Information duties are still a **wild means** to ensure the protection and self-determination of users, and to mitigate the problem of information asymmetries. However, such tools are not reaching their policy goal because of the concrete implementation. Terms of Service and Privacy Policies are often long, badly written, and full of legal jargon. At the same time, individuals suffer several forms of bias and degree of literacy. A smart disclosure mechanism, that enhances the information users receive from and about an online platform, may help in the future.

Methodology
Legal Design
An iterative approach that combines Information Law, Technology and Design to solve legal problems.
The **Awareness by Design app**:
User-centered solution based on:
Labeling: The app will check T&C/privacy policies and alert the consumer about any peculiar condition.
Rating: Unintelligible and unfair terms will be highlighted.
The app will rate the "legal quality" of the T&C and privacy policies.

Research Design
A tool to empower users and make them aware of risks, rights and obligations.

Outcomes
September 2018: If the reaction of users will be positive, a version 2.0 of the app, based on optional language processing, will be designed and launched. The new version will automatically analyse T&C and privacy policies. If the reaction will be negative (the signing method redesign problem will be confirmed), this will constitute the basis for rethinking a more paradigmatic approach in consumer and data protection legislation.

Bibliography
Ducato, R. (2018). *Fixing the Information Paradigm with Legal Design*. In *Legal Design: A Handbook for Designers, Lawyers, and Judges* (pp. 105-120). Berlin: Springer.

Crédits © Rossana Ducato

Un exemple de reformulation : le terme « data controller » (« responsable du traitement ») a été remplacé par « *the person in charge of the processing of data* » (la personne en charge du traitement des données).

Il est prévu dans les prochains mois de réaliser les tests finaux avec 2 focus groupes, l'un disposera des versions initiales, l'autre de l'application et chaque groupe devra répondre aux mêmes questions sur le contenu. Le caractère correct et la rapidité de leurs réponses seront mesurés.

4^{ème} étude

Très récemment, l'Etude de la Behavioral Insights Team commanditée par le gouvernement britannique pour tester et définir des bonnes pratiques pour les conditions générales a fourni des données précises sur l'impact de 18 techniques de design sur (i) « l'engagement » (défini par BIT comme l'ouverture OU la lecture) et (ii) la compréhension des conditions générales en ligne.

Après un état des lieux des recherches sur ce sujet ces 10 dernières années, BIT les a testées individuellement sur des groupes de participants de 300 à 600 personnes, les groupes étant équivalents en termes de genre, âge, éducation, revenus et localisation.

Leur méthode de test «online lab» était simple: ils ont montré à chaque groupe une version différente du design des conditions générales, chaque version mettant en œuvre l'une des techniques identifiées, et ont posé à tous les groupes les mêmes questions de compréhension. L'ouverture du document a été mesurée par les clics ou le scroll.

Voici les résultats, publiés le 18 juillet 2019:

	Effective techniques	Techniques with mixed evidence	Techniques with little or no supportive evidence	
+ 36%	3.1 Display key terms as frequently asked questions	5.1 Present key points in a summary table	6.1 Make summaries expandable, allowing customers to click each summary point for more information	Understanding
+ 34%	3.2 Use icons to illustrate key terms	5.2 Add examples and icons to your full terms	6.2 Add emoji symbols to your terms 6.3 Allow customers to make choices related to your policies while reading them	
+ 26%	3.3 Show customers your terms within a scrollable text box instead of requiring a click to view them	5.3 Shorten your full terms		
+ 9%	3.4 Provide information in short chunks at the right time	5.4 Use simpler language		
+ 24%	3.5 Use illustrations and comics	5.5 Use a visual slider to explain fees		
(not tested by BIT% based on other research)	4.1 Tell customers how long it will take to read your policy			Opening
+ 105%	4.2 Tell customers when it is their last chance to read information before they make a decision			

© Behavioral Insights Team, pourcentages ajoutés sur ce visuel


Selon cette étude, le seul fait d'indiquer aux internautes le temps qu'ils vont mettre à lire le document augmente l'ouverture de 105 % et le seul fait d'exprimer les clauses principales sous forme de questions augmente la compréhension de 36 %.

Improving consumer understanding of contractual terms and privacy policies 9

3.1 Display key terms as frequently asked questions

Use a question-and-answer format to present what you consider to be key terms. Our tests results showed that this improved understanding by 36 per cent.

How to do this
Choose the most important or unusual points from your terms or policy, write them as questions with simple answers. For example, if your returns policy causes confusion, rewrite the key points as questions.



PROVEN EFFECTIVE
We found that this technique increased customer understanding.

Example 3.1 Display key terms as frequently asked questions

1 SHIPPING 2 PAYMENT 3 CONDITIONS

Payment method

Pay by card

Name

Card number

Expiry date Year CVC #

How can I return items? You can return an item by sending it back by post or by bringing it into a store.
 Do I have to pay the return postage? Yes.
 How long do I have to return the item? 90 days from delivery.
 Anything else? Items bought via a digital wallet cannot be refunded back to your digital wallet account in store. Instead, you will be issued store credit or offered an exchange.

I agree with M. Dabbagh's terms and conditions

Your items

GREY T-SHIRT LARGE x1
Price £6.00

Subtotal £6.00
Delivery charge £2.99
Total to pay £8.99

BILLING ADDRESS
Same as shipping address
Mr A. Smith
10 Ship Lane
Aylesbury
Lancaster
LA1 1EG

Improving consumer understanding of contractual terms and privacy policies

Evidence
We compared two webpages: one with no summary, and one containing a summary of key terms written as questions and answers. Adding a summary of key terms in a question-and-answer format to a webpage increased customers' understanding of the terms by 36%.

Evidence 3.1 Display key terms as frequently asked questions

COMPREHENSION LEVELS UP 36%

Customer understanding

42%

Check-out page with link to terms and conditions

Customer understanding

58%

Summary of key terms, written as frequently asked questions

© Behavioral insights Team

L'étude se veut aussi un guide de bonnes pratiques de design du point de vue de la compréhension par les consommateurs et fournit les designs utilisés pour les tests.

On notera qu'au maximum, avec chacune de ces techniques prises individuellement, le taux de compréhension des internautes n'est que de 58 %, et le taux d'ouverture des conditions générales que de 34 %. Des scores faibles, qui ne sont pas aptes à régler le manque « d'information parfaite et complète » soulevé par l'OCDE.

Il aurait été intéressant de tester également une combinaison des techniques efficaces (titres-questions plus illustration des clauses-clés, plus texte disponible en scrollant, plus fourniture de petites doses d'information pertinente au bon moment, plus temps de lecture indiqué dès le début) par rapport au design de base, pour mesurer le taux de compréhension maximal grâce à cette combinaison – ce à quoi s'emploie en partie le legal design.

Par ailleurs, les techniques jugées neutres ou non efficaces méritent une attention particulière.

- La présentation de termes-clés dans un résumé augmente la compréhension de ces termes de 7 % mais baisse d'autant celle des autres termes (point 5.1)! C'est l'un des enjeux du legal design et la raison pour laquelle cette jeune discipline requiert des professionnels du droit expérimentés, capables de doser finement ce qui peut être résumé sans risquer d'affaiblir la compréhension d'autres termes importants, CAD en développant d'autres techniques de design pour favoriser une compréhension suffisante des termes standard ;
- Raccourcir le document de 1400 à 700 mots n'a pas permis d'augmenter la compréhension (point 5.3), pas plus que l'utilisation de langage plus simple (point 5.4). Mais BIT n'indique pas comment ils ont raccourci le texte ou simplifié le langage. Ils relèvent que «*lorsque les termes sont complexes*», des textes plus courts n'aident pas. En d'autres termes, BIT n'a pas testé le langage juridique clair, qui permet précisément d'exprimer des notions juridiques complexes de façon brève et compréhensible ;

5.5 Use a visual slider to explain fees

Interactive sliders can help customers understand the choices they can make. Sliders are especially helpful when there are a range of financial consequences as a result of customers' choices.

How to do this

Use sliders to show the effects of decisions. Examples include:

- cancellation charges that change depending on when customers cancel¹¹
- debt repayment schedules that change based on payment choices
- insurance premiums that vary based on the excess chosen by customers



Example 5.5 Use a visual slider to explain fees

Use the slider below to work out how much you will pay if you cancel:

Days until check-in: **15 days**

Three to two weeks before check-in: 100% refund on all fees¹²

¹² If you have made non-refundable reservations for more than one room during the same time period, we will not refund the non-refundable fee if you cancel one of the rooms. This is to discourage the practice of booking multiple rooms and then cancelling all but one of them.

Use the slider below to work out how much you will pay if you cancel:

Days until check-in: **6 days**

Three to two weeks before check-in: 100% refund on cleaning fees, no refund on accommodation fees or service fees

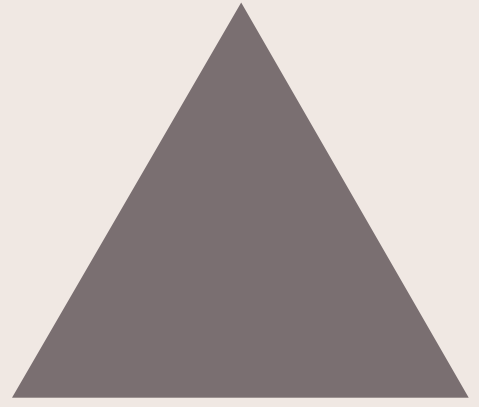
© Behavioral insights Team

- L'ajout d'un slider sur les frais n'a pas permis d'améliorer la compréhension (point 5.5). On peut s'interroger sur le design du slider (ci-dessous) et il aurait été intéressant de varier les formes de représentation visuelle du rapport temps/frais, en itérant, pour mesurer la compréhension.

Quoi qu'il en soit, l'étude du BIT fournit pour la 1^{ère} fois des données chiffrées, précises et testées d'une variété de techniques de design sur la compréhension et l'engagement des consommateurs, qui sont extrêmement précieuses pour les designers, les juristes et les entreprises.



II. Le design de la compliance peut-il contribuer à assurer sa fonction effective, voire révéler sa valeur latente ?





© Margaret Hagan Legal Design Summit 2019

2,6 trillions de \$
5 % du PIB mondial
1 trillion de \$

La « compliance » ou conformité peut être définie de façon basique comme l'ensemble des règles que les entreprises doivent respecter dans leur activité, sous peine de sanctions pénales ou administratives: anti-corruption, anti-blanchiment, anti-financement du terrorisme, protection des données personnelles, droit de la concurrence, droit social, embargos, sanctions internationales...

A priori, les cols blancs ne se lèvent pas le matin en se demandant « qu'est-ce que je pourrais bien faire aujourd'hui pour corrompre quelqu'un ? »

Pourtant, c'est précisément ce qui se passe.

Selon le World Economic Forum, la seule corruption a représenté 2,6 trillions de dollars en 2018, soit 5 % du PIB mondial. La Banque Mondiale affirme pour sa part qu' 1 trillion de dollars de pots de vin sont versés chaque année dans le monde.

Comment réagissent les entreprises ?

a. Le jeu à somme nulle de la majorité des programmes de compliance

Entre inflation législative, technicité des normes et un certain marketing de la peur au sein de ce qui est devenu une industrie florissante, on estime que le marché mondial de la conformité (comprenant gouvernance des entreprises, risques et conformité) s'élevait à près de 22 milliards de dollars en 2018, et devrait atteindre près de **58 milliards de dollars d'ici 2026**. Il n'est une surprise pour personne que la conformité soit vécue avant tout comme une contrainte par les acteurs économiques.

Qui dit contrainte dit centre de coûts, techniques de « push » et de contrôle (formations obligatoires, codes de conduite, audits...), mais aussi comportements, voire techniques d'évitement.

La contrainte, plutôt que l'adoption, génère alors un jeu où tout le monde perd :

▲ une multinationale standard dépense chaque année des millions de dollars pour son programme de conformité, avec en général une efficacité très limitée. L'ancienne experte compliance au sein du Department Of Justice (« DOJ ») américain a fait ainsi le constat de l'inefficacité quasi structurelle des programmes de compliance.¹

1. Hui Chen et Eugene Soltes, [Why compliance programs fail and how to fix them](#), Harvard Business Review, Mars-Avril 2018.

Hui Chen affirme ainsi que la plupart des programmes de conformité sont des documents « lourds, abrutissants et purement formels ». « Une pure façade », dont l'unité de mesure n'a selon elle aucun sens. Elle explique que la plupart des entreprises mesurent l'efficacité de leur programme au nombre de formations délivrées, aux attestations de salariés ayant suivi tel ou tel programme en ligne.

Par exemple, dans une affaire de corruption en 2012, Morgan Stanley s'était défendue en exposant que l'un de ses salariés incriminés avait suivi **7 formations anti-corruption** et reçu **35 rappels** quant à l'interdiction de corrompre un fonctionnaire. Précisément le comportement auquel il s'était livré.

▲ Les salariés des entreprises considèrent qu'ils perdent leur temps et leur énergie à suivre ces formations et à tenter de comprendre et d'appliquer des pavés de 100 pages, pointant à l'occasion les injonctions contradictoires qui fleurissent dans les grandes entreprises

▲ Les juristes perdent souvent en crédibilité, et gagnent en frustration, chargés de faire appliquer des codes de conduite internes dont la conception même révèle une approche consistant à « cocher-la-case ».

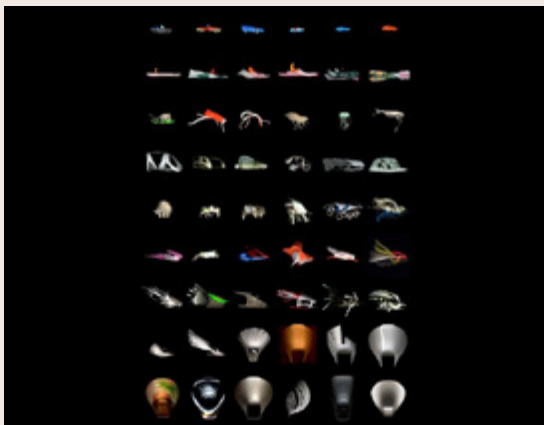
En somme, ces auteurs affirment que les entreprises consacrent des budgets importants à produire des programmes de conformité supposés sophistiqués, qui ne seraient finalement que de l’habillage, des « coquilles vides ».

b. Penser la compliance en designer : explorer l'identité et (re) penser les usages

J'ai pu tester la méthodologie suivante dans 3 projets distincts de compliance à l'échelle européenne en 2019.

1. Explorer l'identité

Explorer l'identité est une démarche de designer. Par exemple, Sylvain Rieu-Piquet a exploré l'identité de la voiture électrique, en observant que l'imaginaire « mute » d'une représentation classique de la puissance, de la vitesse vers des valeurs environnementales et sociétales qui transforment la représentation même de la voiture.



© Sylvain Rieu-Piquet





Projet «Unbox Compliance» pour la CCI de Belgique, © amurabi [Lien](#)

J'ai eu l'opportunité d'explorer « l'identité de la compliance » dans un projet pour la Chambre de Commerce International de Belgique : « *Unbox compliance* ».

Le point de départ a été l'ambition forte de Mathieu Maes, le Secrétaire Général de la CCI de Belgique : créer un document de sensibilisation à la conformité qui résonnerait auprès des PME, qui n'ont pas de responsable de la conformité en interne et se sentent en général relativement peu concernées.

Il était donc nécessaire de se départir du langage, et de l'apparence traditionnelle administrative, voire autoritaire, des documents de conformité pour faire résonner « le droit » auprès d'entreprises de taille moyenne.

Mathieu Maes a ainsi entièrement modifié la rédaction initiale du document. Il a creusé la signification même de la conformité et son objectif fondamental, en posant une question simple : qu'est-ce que les régulateurs veulent vraiment obtenir avec le mille-feuille de règles anti-corruption, anti-blanchiment, anti-financement du terrorisme ? Et, plus important encore : qu'est-ce que les entreprises ont réellement besoin de savoir pour faire ce qu'il faut ?

Analyser la compliance sous l'angle de son identité signifie aller à la racine des valeurs que le système juridique essaye de véhiculer :

Avant

What's compliance for business?

VO.1 - 1 November 2019 – NOT FOR DISSEMINATION

Compliance for business is an essential component of one business' ambition. Indeed, compliance should not be considered as an additional burden on one's business model and search for performance. The strongest business model integrates compliance by design. The most ambitious business should encompass the most ambitious compliance program for assurance with regard to the respect of all applicable laws and its own ethics. How does it translate into practice?

The scope of compliance for business

The values at the center of management

Corporate leadership and governance cannot be effective without a clear set of corporate values. These values reflect the company's mission, and underline the purpose of the job of any of its employee. Any decision and process should always be linked in the most transparent way to this set of values. This will help everybody working in the company to adopt the values and shape its own professional behavior in the same respect. For example: if excellence is a core value, enough resources should be available for the employees not only to execute their tasks but also to improve and to keep the pace with innovation; if integrity is a core value, employees should be updated regularly about relevant legal development and ethical challenges.

Identifying risks beyond laws and regulation

The biggest risk for the company's development and performances could be the disconnection between its corporate values and the day-to-day reality of employees. The link of the company's commercial ambition with the central compliance program must be explicit in all types of processes and actions, including in the sales & marketing strategies, as well as in the corporate social responsibility program. When necessary, this relationship can be carefully explained, with a focus on the added value of compliance as a competitive advantage. This can imply that the professionals in charge with compliance need skills beyond the legal, and a broad knowledge of all activities. The risks must be identified beyond possible legal proceedings and include reputation and business performance. Not everyone in the company needs becoming an expert in anticorruption, conflicts of interest, anti-trust, data protection, export controls, anti-money-laundering, intellectual property,... but everyone should be able to recognize red flags and where to enquire or report.

A culture of excellence and unity

Further than loyalty, the culture of an ambitious business must provide the right environment for each employee to feel its personal ownership in the company's success and compliance. Therefore, communication bridges among departments and management levels must always remain possible, and the added value of the cooperation between the departments must be regularly highlighted. Individual and team assessment could include compliance criteria's. Unity between corporate values like performance and innovation, and moral value likes gender equality, respect for the environment and inclusiveness, and ethical values in all business transactions should be explicit in managerial communications, with a focus on mutual trust, transparency and achievements.

Après

WHY ?

The Law. Corruption, Money-Laundering and different other frauds are criminal offences in Belgium, leading to fines and imprisonment. Cartels and data protection breaches can lead to severe investigations and fines, and related criminal sanctions on individuals. Prosecution for Export Control and Economic Sanctions can be followed by heavy penalties. Furthermore, some countries extend their legal power beyond their territorial boundaries and may pursue you and your company in Belgium. The Reputation More than ever, the media, the civil society and consumers more generally, as well as corporate business partners and banks, but also new talents your company might need to hire, care about your company's reputation. Compliance breaches (see The Law, above) can have disastrous consequences for the business and one's career, including with regard to legal, honest, decent and truthful Advertising & Marketing Communications.

Do your best to honor the contracts. Stick to what is the most efficient for both the customer's and the company's needs. Favor solutions that are reliable over time. Care for your company's reputation, and for your own. Work with companies that you trust. Keep marketing adapted to its target groups. Don't give a hand to criminal gangs. Reject social exploitation. Respect the planet.

Ensuite, questionner l'identité de la conformité a consisté à transformer des normes abstraites et impersonnelles en cas concrets et pratiques, signifiants pour des PME, en langage clair et correspondant à leur environnement d'affaires habituel.

←

Questionner l'identité de la compliance c'est aussi nécessairement se pencher sur les ressorts des comportements que la compliance tente d'éviter. Or, **les criminologues l'affirment : le ressort de la criminalité en col blanc réside dans les « verbalisations ».**

Il s'agit de phrases que les personnes se répètent pour se convaincre elles-mêmes que le comportement illicite qu'elles s'approprient à adopter est en réalité acceptable.²

Il est donc critique que les programmes de conformité soient conçus pour court-circuiter les verbalisations et, selon les criminologues, activer le « moniteur éthique » interne de chaque individu. L'un des moyens d'y parvenir est de faire appel à des valeurs fortes, qui vont résonner chez la plupart d'entre nous.

2. voir notamment Todd Haugh, The trouble with compliance programs, MIT Sloan Management Review, Septembre 2017.

Bien Faire

Faites de votre mieux pour honorer les contrats. ~~Compliance générale.~~ Éviter d'être le complice d'organisations criminelles. ~~Anti-corruption.~~ Protégez la réputation.

Projet « Unbox Compliance » pour la CCI de Belgique, © amurabi [Lien](#)

Être Honnête

Refusez ce qui est illicite. ~~Programme de conformité effectif.~~ N'acceptez pas et n'offrez pas de cadeaux ou d'invitations qui impliqueront de rendre la pareille. ~~Politique de cadeaux et d'invitations.~~ Refusez tout bénéfice per-

Rester indemne

Pensez avant d'agir, toujours. ~~Est-ce que vous seriez à l'aise de voir le comportement que vous envisagez à la une d'un journal ?~~ Ne prenez pas le risque de perdre votre travail, payer des amendes ou aller en prison. ~~De fortes sanctions s'appliquent en Belgique mais aussi à l'étranger. Ana-~~

« *Bien faire, Être honnête, Rester indemne* » sont des messages simples et forts, illustrés par des situations pratiques et des outils ([version en ligne](#)).

Il s'agit d'ancrer via ces valeurs fortes, mais simples, des messages de base. « *N'acceptez pas de cadeaux qui impliqueront de rendre la pareille* » : pas de termes techniques, pas de jargon. Cela rend plus difficile la verbalisation.

2. (Re) penser l'usage

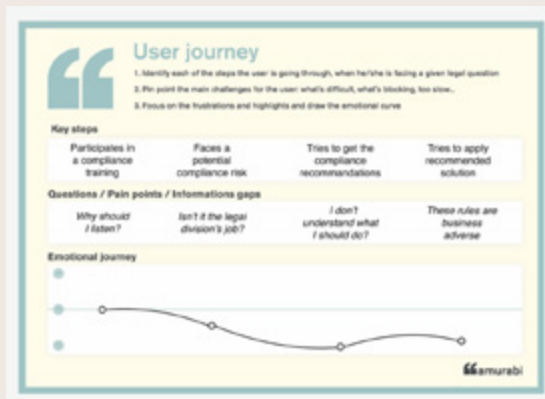
Le défi majeur en matière de programmes de conformité est l'absence d'usage par ceux auxquels ils sont destinés : la forme lourde, technique, voire autoritaire, fait de ces contenus le plus souvent des lettres mortes. Non lus, ils restent inappliqués.

L'approche de Don Norman d'un design « centré sur l'utilisateur »³ est ici particulièrement utile : le design du programme de conformité serait fondé sur les besoins et intérêts des utilisateurs, mettant l'accent sur la production de contenus facilement utilisables et compréhensibles.

Qui sont les utilisateurs ? Qu'elles sont les principales étapes pour les utilisateurs, quels sont leurs manques d'information, questions, difficultés, frustrations, besoins ?

Nous avons identifié ces parcours utilisateurs dans un autre projet, consistant à designer un code de conduite anti-corruption à l'échelle EMEA, lors d'une série d'ateliers réunissant à chaque fois une vingtaine d'opérationnels représentatifs des équipes les plus exposées à ces problématiques.

3. " *The Design of Everyday Things* ", MIT Press, 2013.

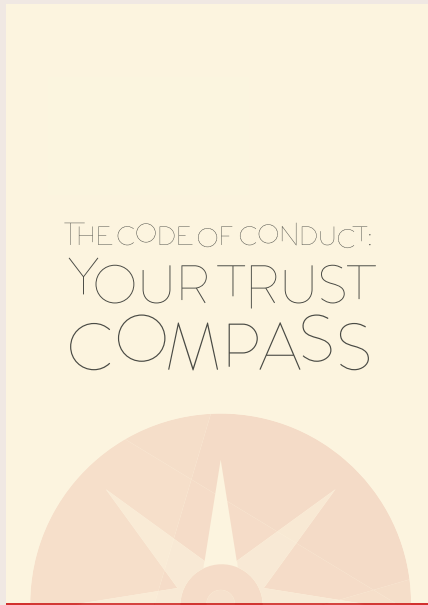


© amurabi

Sans pouvoir dévoiler l'ensemble des résultats pour des raisons de confidentialité, l'une des étapes-clés était « en quoi suis-je concerné ? » (classique difficulté d'engagement) mais surtout « comment savoir quel est le bon comportement à adopter en pratique » ?

Pour y répondre, nous avons créé le concept du « Trust Compass » (la boussole de la confiance). Pour chaque thème juridique traité, la page démarre par une question, un « verbatim » utilisateur tiré de l'atelier parcours.

Ce verbatim permet l'identification, donc un début d'appropriation.



Redesign de code anti-corruption, © amurabi

Ensuite, la « boussole de la confiance » permet à l'utilisateur de savoir précisément quel comportement adopter, en des termes clairs et reflétant parfaitement les situations vécues par les utilisateurs (là aussi, issues de l'atelier parcours).

How do I know when a business situation slips into corruption?

Corruption means “giving or accepting money or anything of value to persuade someone to do something, often in breach of his/her duties”

In essence, this means: the key to understand corruption is the “quid pro quo”, i.e. whether the money or the “thing of value” is given / accepted in exchange for something else, usually a breach of rules or processes.

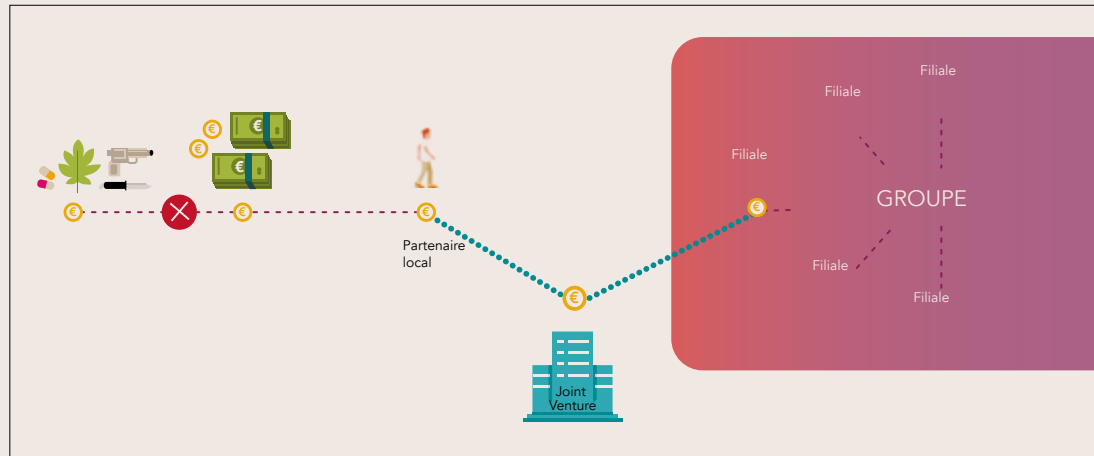
For example, offering an internship to the relative of a public official in exchange for the breach of an official process.

Pour certains thèmes relativement techniques ou complexes, il est ajouté un « traducteur » : un passage qui décrypte les règles et les rend parfaitement accessibles.

Trust Compass Translator: the key to knowing whether G&H are appropriate or not is the value and whether they're aimed at getting something in return. A real gift, in your personal life, is “for free”: you don't expect any benefit in return, you're not trying to influence the person. It's the same in the professional context: it's meant to be nice and polite, not to influence.

Dans un autre projet, consistant à assurer la lecture, la compréhension et la pleine application d'une « lettre d'engagement » adressée par une holding à des centaines de filiales, la définition du parcours utilisateur a mis en lumière des difficultés de compréhension relativement inattendues.

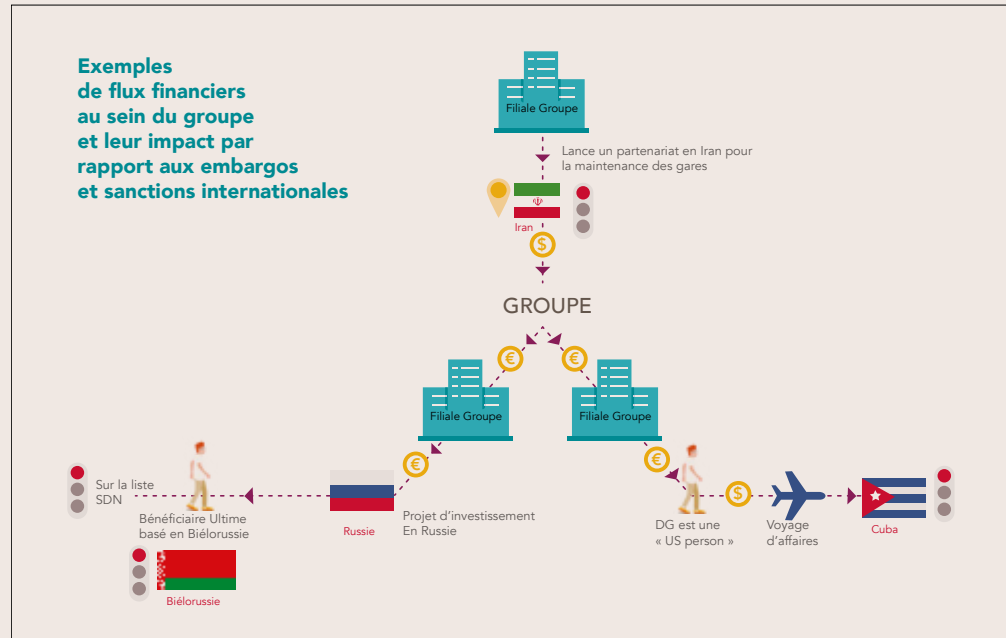
Ainsi, il est ressorti de l'atelier utilisateur que des directeurs de filiales et directeurs financiers ne faisaient pas nécessairement le lien entre des flux financiers en dehors et au sein du groupe et des risques juridiques liés aux sanctions internationales et embargos.



Redesign de lettre d'engagement, © amurabi

Penser l'usage a consisté, dans ce grand groupe décentralisé, à créer « le voyage d'un euro ».

Il s'agit de visualiser le chemin que l'argent pourrait emprunter avant d'arriver à l'une des filiales du groupe, et les implications qui peuvent en découler en matière d'embargos et de sanctions internationales.



Redesign de lettre d'engagement, © amurabi

Le « voyage » comporte des situations très concrètes : un partenariat en Iran, un projet d'investissement en Russie, dans une entité dont le bénéficiaire ultime est Biélorusse, un voyage d'affaires à Cuba pour un dirigeant « US person »...

Le centrage utilisateurs n'est en réalité pas nouveau. Le Guide pratique officiel des Nations Unies sur les programmes de déontologie et de conformité contre la corruption pour les entreprises (ONU DC, 2013) préconise une approche centrée sur l'utilisateur et la collaboration. Dispenser des formations axées sur les « attentes des employés », ainsi que sur « des exemples concrets, des conseils et des outils pratiques qui rendent les programmes pertinents sur un plan pratique ».

L'ONU préconise « *une approche participative dans la mise en œuvre et l'amélioration continue du programme, créant un sentiment d'appropriation parmi les parties prenantes. Cette méthode entraîne la considération et l'acceptation du programme anti-corruption.* »

c. Susciter l'usage : affordance, nudge ? Révéler la valeur : parure ?

On l'a vu, les neurosciences éclairent le débat : selon la théorie du « double process », notre cerveau fonctionne selon deux modes distincts. Le mode « automatique », inconscient et rapide, ou bien le mode « raisonné », délibéré et lent.⁴

L'utilisation de l'un ou de l'autre système dépend du type de décision, du niveau d'engagement de l'individu, de sa personnalité mais aussi d'éléments contextuels.

Comment s'assurer qu'un document de conformité (i) est utilisé et (ii) génère le mode de pensée raisonnée ?

Pour tenter d'y répondre, j'ai appliqué des techniques d'affordance et de nudge.

Pour favoriser l'appropriation du document de sensibilisation à la conformité de la CCI de Belgique, nous avons créé un objet qui déclenche une interaction entre les utilisateurs et le document :

Le document redesigné est un dépliant qui ne peut être lu qu'à l'aide d'un filtre rouge que l'utilisateur doit utiliser devant chaque page pour découvrir le contenu ou plus d'informations.

4. Voir notamment Shelley Chaiken, Yaacov Trope, *Dual Process Theories in Social Psychology*, The Guilford Press, 1999 et D. Kahneman, *Thinking, Fast and Slow*, New York: Farrar, Straus and Giroux, 2011, 20–24. et D. Kahneman, *Maps of Bounded Rationality: Psychology for Behavioral Economics*, *American Economic Review* 93, n°5, Décembre 2003, 1449–1450

Sans le filtre, l'utilisateur ne voit qu'une partie du texte, ancré sur des valeurs engageantes. Avec le filtre, l'utilisateur découvre davantage d'information. L'interaction qui est ainsi créée est le point de départ d'une dynamique entre l'utilisateur et les règles.

La forme suscite la manipulation de l'objet.
Un premier pas vers l'usage.

Le filtre est ainsi, également, une sorte de parure qui révèle la valeur de la compliance :



Projet «Unbox Compliance»
pour la CCI de Belgique,
[Lien](#) ©amurabi

Lors de l'atelier de test du prototype (mai 2019 à Bruxelles), l'engagement mesuré a été de plus 111 % par rapport au texte et au format précédent. À noter toutefois que, compte tenu de la sensibilité du thème, l'atelier de test a été réalisé avec des « compliance officers », dont le métier est d'appliquer la conformité en entreprise (pas des utilisateurs « lambda »). Ils ont considéré que la nouvelle version était susceptible de les aider à générer plus que deux fois plus de lecture et d'intérêt lors des formations compliance qu'ils délivrent dans leurs entreprises respectives.

La mesure de la « valeur révélée » est évidemment délicate. Pour des raisons de confidentialité, les clients qui ont confié à mon agence leurs contenus de conformité ne souhaitent rendre public aucun indicateur.

Je ne peux que citer quelques réactions sur les réseaux sociaux, lorsqu'il a été possible de publier certains contenus.

ICC BELGIUM x amurabi
Legal Innovation by Design

\$2.6 trillion
5% of the global GDP
global cost of overregulation in 2016
World Economic Forum
\$1 trillion bribes paid every year

YET,
compliance is often perceived by companies as a mere constraint in an over-regulated world, often limited under time-checking / meaningless / heavy processes.

Effectively Raising Compliance Awareness



How ?
The first reaction of most people faced with a compliance content is at best indifference, if not push back. Thus, we designed a design to induce interaction between the user and the content: the brochure comes with a red filter overlaying the text to be read. After that the reader has to use throughout the document to discover content and insights – in the web version the red filter appears/disappears by clicking. It's a unique combination of words, color language, graphic and UX designs – all together helping us set strong compliance awareness.

We leverage **behavioral and criminology research** that shows the ease of white-collar crime is "normalization" of unethical conduct, words and phrases offenders use, to make bad behavior seem appropriate. That's why we chose strong values, expressed in clear, non-legal terms that trigger the same "ethical monitor", conducting the "top-down" intuitive and self-preserving decision-making process.


© amurabi

© amurabi

ICC BELGIUM

Design of a web (desktop and responsive) and print-out compliance advocacy content

nos clients disent

 **Mathieu Maes** • 2e Executive Director • 4 mois ...

It's a real pleasure working together. Marie and her team are very inspiring people to reach that extra mile that makes the difference for the community that is served by my organisation.

[Voir la traduction](#)

© amurabi

III. Le design de textes juridiques fondateurs, tels que la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, peut-il réduire le fossé entre le droit et les citoyens?





a. Les citoyens qui ont le plus besoin d'accès au droit sont ceux qui en bénéficient le moins

Un constat issu de mon activité associative dans la Cité ces 15 dernières années : les citoyens qui ont le plus besoin d'accès au droit sont ceux qui en bénéficient le moins. Par ailleurs, j'ai constaté lors des permanences juridiques que j'anime au sein de [l'AFPAD](#) que les femmes victimes de violence ou d'inégalités se disent, et se sentent quasi-systématiquement « seules » alors qu'il existe de nombreuses structures et moyens d'accompagnement.

Post #MeToo, comment aider les femmes à se saisir de leurs droits et à les exercer pleinement au quotidien ?

Cette question m'a amenée à vouloir créer un contenu ou un objet, basé sur les droits applicables aux femmes et aux jeunes filles, issus de la Déclaration Universelle des Droits Humains, qui les aide à comprendre pleinement leurs droits et surtout à s'en servir au quotidien, qu'elles peuvent emporter partout avec elles (dans la rue, au travail..) pour ne plus se sentir démunies, sur lequel elles peuvent s'appuyer pour défendre leurs droits sur l'instant, et à plus long terme.

Pour ce projet pro bono initié en juillet 2018, j'ai eu la chance de travailler avec [Geoffrey Dorne](#), ce qui a d'ailleurs été le début d'une collaboration sur d'autres projets caritatifs



Nous avons utilisé les droits des femmes tirés de la déclaration universelle des droits humains comme « matière première » pour les entretiens - visuel © amurabi & Geoffrey Dorne

(en ce moment, pour **Respect Zone**: conception d'une interface permettant aux mineurs et adultes confrontés à la cyberviolence de mieux exercer leurs droits) ou pour des entreprises.

Quel processus ?

- « Etat de l'art » et ressources existantes

Il existe de très nombreuses structures, ressources, associations fortement engagées et actives en faveur des droits des femmes. Nous avons donc démarré ce projet en allant à leur rencontre et en nous appuyant sur l'existant : l'AFPAD (Association pour la Formation, la Prévention et l'Accès au Droit), les Centres d'Information sur les Droits des Femmes et des Familles (CIDFF), la Maison des Femmes, Droits d'Urgence, le Centre Hubertine Auclair, la Fondation CHANEL... Loin d'être exhaustif, mais c'est ce qui était à notre portée dans un temps limité!

De nombreuses associations et organisations ont répondu à l'appel et ont soutenu le projet, soit en identifiant des femmes bénéficiaires de ces organisations qui acceptaient d'être interviewées, et facilitant la logistique de ces interviews soit en répondant directement à nos questions, ou encore en nous mettant en contact avec d'autres entités.

“Parmi les populations vulnérables, être femme est une surcouche de discrimination.”

- Cadre d'une fondation d'entreprise

“Je voudrais pouvoir tirer tout de suite sur la ficelle sans réfléchir pour régler l'injustice. Le mieux ce serait une bombe lacrymo du droit.”

- G.

“Moi je voudrais voir d'immenses affiches: “une femme peut être présidente, une femme peut être avocate.”

- H., femme au foyer (H., housewife)

Extraits choisis des entretiens. © Geoffrey Dorne & amurabi

● À la rencontre des femmes

Avec Geoffrey Dorne, nous avons mené une quinzaine d'entretiens individuels avec des femmes bénéficiaires d'accompagnement, de 14 à 75 ans en France et en Espagne (dont nous garantissons l'anonymat) et de professionnels de l'action sociale en faveur des femmes.

Sans reprendre ici l'ensemble du guide d'entretien, l'une des questions posées était celle de la « baguette magique » : « et si vous pouviez tout changer, tout faire sans considération de budget ou de faisabilité, que feriez-vous pour donner les moyens aux femmes d'exercer pleinement leurs droits au quotidien ? »

● Idéation

Nous avons analysé l'ensemble des données récoltées lors de nos recherches et des interviews pour identifier plus précisément la problématique que nous étions en mesure de traiter : *« les femmes ne se sentent pas suffisamment indépendantes ni égales des hommes, nous allons créer un objet qui leur permette de prendre pleinement conscience et d'exercer leur indépendance immédiatement ».*



© Geoffrey Dorne & amurabi

Ensuite, place à l'idéation ! À ce stade, le but était d'identifier autant de solutions possibles, sans aucune limite, dans un laps de temps court. Certaines de nos idées se ressemblaient, d'autres pas. Après plusieurs rounds d'idéation, nous avons identifié 10 solutions potentielles :

- « **Radio Egalité** » : podcast audio contenant des citations de femmes inspirantes, des discours forts, des répliques de film...
- « **Belle et forte** » : un poudrier dont le miroir porte une inscription « regarde-toi comme tu es forte, tu as les mêmes droits que les hommes ! » avec à l'intérieur des numéros d'urgence
- « **Lacrymo du droit** » : un boîtier dont on peut pousser le bouton, pour obtenir des informations de premier secours (numéros d'urgence, centres d'accueil...)
- « **Droit sur moi** » : une broche constituée d'un Arduino Lilypad qui téléphone automatiquement à des numéros d'urgence, des associations ou à des contacts de proches rentrés par l'utilisateur
- « **Mes droits, mes cartes en main** » : jeu de cartes comprenant des cartes à conserver (quels droits, comment), des cartes à partager (femmes inspirantes, citations, « les premières » présidentes, astronautes...), des cartes à opposer en cas de problème (« tu n'as pas le droit de »)

- « **Le droit se tape l'affiche** » : citations inspirantes issues des grands principes de la DUDH affichées en grand format dans le métro, la rue, les supermarchés...
- « **Plan A** » : carte pliable tenant dans une poche ou un sac à main pour s'orienter en matière d'égalité des droits (principes, associations, outils...)
- « **Foulard de l'égalité** » : foulard imprimé avec des faits historiques, des citations et des actions à mener (premier pas possible)
- « **Mon Capital Droit** » : portefeuille à déplier contenant carte bleue, miroir « t'es forte », numéros d'urgence, citations, photos de femmes inspirantes et photos d'ami(e)s proches
- « **Tamponnés égaux** » : tampons encres motivants avec des citations inspirantes, à tamponner chez soi, sur son bras, sur des vêtements, sur quelqu'un d'autre...



Mes droits, mes cartes en main
© Geoffrey Dorne & amurabi

Le résultat ?

Difficile de choisir ! Nous avons mis en regard l'impact de ces solutions sur la base de trois critères principaux – donner confiance, permettre l'action, tout de suite – avec la faisabilité (temps et coût).

Sur cette base, quatre idées ressortaient : Radio Egalité, Mes droits, mes cartes en main, Plan A et Mon Capital Droit.

Finalement, « Mes droits, mes cartes en main » nous a semblé le projet le plus complet et celui portant le plus à l'action, sur l'instant mais aussi à moyen terme.

Voici la réalisation.



b. Le design du Droit, pour lui redonner droit de Cité ?



© Studio Philippe Apeloig, David Paquin, Simon Bouchard, SNCF

À l'occasion des 70 ans de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, adoptée à Paris par l'Assemblée générale des Nations unies le 10 décembre 1948, SNCF Gares et Connexion, en partenariat avec Human Rights Watch, Amnesty International et la Fondation Lilian Thuram, a souhaité donner à voir aux 10 millions de visiteurs quotidiens des gares de France ce texte fondateur, « patrimoine de paix et de droits ».

Partant du constat que les gares sont un « espace public qui accueille tout le monde », et agrègent des flux de visiteurs d'une incroyable diversité, ce projet a consisté à amener aux citoyens les 30 articles de la DUDH, typographiée par Philippe Apeloig.

Selon Patrick Ropert, PDG de SNCF Gares & Connexion à l'époque, ce projet « n'a rien d'accessoire », à l'heure où les valeurs portées par ce texte semblent sans cesse contestées. Ce projet a été pensé avant tout comme un rappel utile et nécessaire aux 10 millions de citoyens qui arpentent les gares du réseau au quotidien, qu'ils soient citoyens français, citoyens européens ou citoyens du monde ; étudiants, actifs ou touristes. **Un moyen pour la société civile de se réapproprier la Déclaration et ses valeurs.**



© Studio Philippe Apeloig, David Paquin, Simon Bouchard, SNCF

S'il n'y a pas eu d'étude d'impact, les micros-trottoirs réalisés par la SNCF fournissent un éclairage sur la relation entre les citoyens et ce «grand texte fondateur». À la question, «qu'est-ce que c'est?» les réponses suivantes:

«– Je n'en sais rien (...)

– C'est une espèce de fondement, quelque chose sur lequel il faudrait revenir (...)

– C'est une grande chose parce que tout le monde, maintenant, toujours, doit le respecter (...)

– C'est un grand mot (...)

– C'est un texte fondamental qui, malheureusement, aujourd'hui, n'a que peu de valeur juridique en France (...)

– Un texte fondateur qui a quand même permis de poser les fondements de la démocratie (...)

– Un texte fondamental que tout le monde devrait connaître (...)

– Un texte fondamental, auquel toutes les sociétés devraient s'adapter normalement (...)

– Ouh la, vaste question. Je pense que c'est la prise de conscience de l'humanité pour la liberté des autres (...)

– Je ne vois pas bien ce que c'est (...)

– C'est les droits fondamentaux des individus. Elle a été signée par un bon nombre de pays (...)

– C'est quelque chose d'abord de très important, de fondamental, ça gère les droits de l'homme et la protection des plus faibles au niveau mondial (...)

– C'est un principe d'un certain nombre de droits dont tout le monde devrait disposer en fait (...)

– C'est tous les droits qu'on a quand on est un être humain (...)

– Elle défend les droits de l'homme, de tous les hommes sur cette terre...»

Si la date ou le lieu de signature ne sont globalement pas connus, l'essence de la DUDH fait bien partie d'un socle de connaissance commun.

Pour autant, un sondage réalisé à la même date indique que 79 % des Français estiment que les droits de l'Homme ont baissé ou stagné depuis 1948. [Lien](#)

83 % des personnes interrogées ont déjà entendu parler de la DUDH, mais moins d'un tiers déclare voir précisément ce dont il s'agit. 56 % n'ont pas lu cette Déclaration, mais 67 % souhaiteraient « la lire ou la relire ».

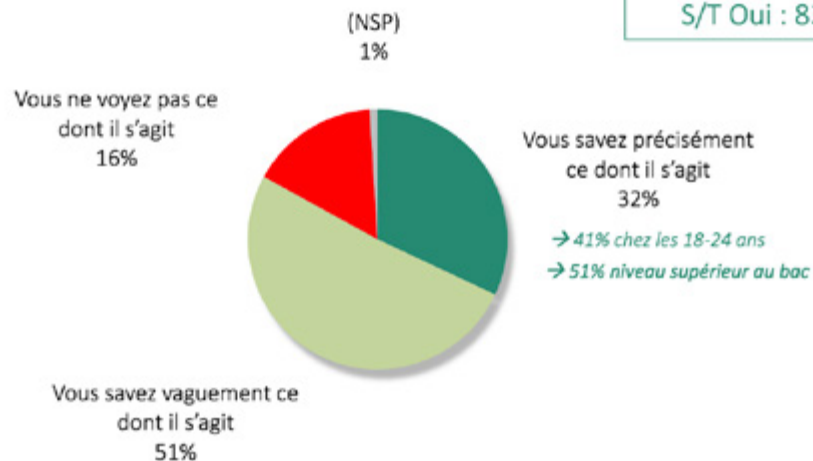
Justement, sur la lecture et la connaissance « vague ou précise », il aurait été intéressant de comparer l'engagement et la compréhension du texte brut par rapport à celle typographiée par Philippe Apeloig.

Ce travail de mesure de l'impact de différents projets est en cours avec les chercheuses Arianna Rossi (Université de Bologne et de Louvain), Rossana Ducato (Louvain) et Katri Nousiainen (Visiting resercher Berkeley, Hanken School of Economics).

Déclaration universelle des droits de l'homme : un texte connu mais rarement de manière précise



Avez-vous déjà entendu parler de la Déclaration universelle des droits de l'homme de 1948 ?



c. Travaux du studio expérimental de l'ENSCI « nul n'est sensé ignorer la loi »

Depuis octobre 2018, la Chaire IP Ena – Ensci, l'Ensci-Les Ateliers et l'association Open Law sont partenaires d'un « studio expérimental », « nul n'est sensé ignorer la loi ». Mené par Joachim Savin et Apolline Le Gall, ce studio a vocation à explorer la mobilisation du design pour penser le droit, ses rapports avec les citoyens et les professionnels du droit.

La création du studio est partie du constat que le droit est à la fois partout dans notre société tout en étant difficilement perceptible, lisible et compréhensible.

« Des Tables de la Loi de Moïse, aux sites internet de publication des lois (service-public.fr, legifrance.fr, le Journal Officiel, en ligne depuis 2004), en passant par les hérauts qui crient la loi avec leurs trompettes, ou les journaux muraux du député Pierre-Antoine Antonelle, élu premier Maire d'Arles en 1790, comment faire pour que la loi soit sue et comprise de tous ? » Tel est le programme que s'est donné le studio pour ses 8 élèves sur une période d'environ 6 mois.

J'ai pu assister au rendu intermédiaire du Studio, en novembre 2018. Chacun des 8 projets s'attaque, sous des angles différents, au fossé entre droit et citoyens :

Objet-lien Juliette Printems
La zone blanche Marion Humez
Le parcours d'une plainte Anne-Cécile Cochet
Le piratage c'est du vol ? Alexis Jull
Un statut juridique pour les marteaux ? Noémie Chataigner
Comparative democracies Marie-Lorraine Chiriapol
L'iceberg juridique Elise Goutaguy
Les justes *r Victor Lorement
Notice me Anais Bourcier
STUDIO EXPÉRIMENTAL.
Nul n'est censé ignorer la loi.

© Studio expérimental ENSCI

justice restauratrice, personnalité juridique des robots, « l'iceberg juridique » du viol, apprentissage de la culture démocratique, parcours d'une plainte, maltraitance médicale....

À titre personnel, l'iceberg juridique m'impressionne par la justesse de sa forme qui a parfaitement capté la mécanique juridique (le texte qui définit le viol est très court – 30 mots – pour autant chaque mot, voire chaque virgule renvoie à d'autres articles, des notions jurisprudentielles qui doivent être comprises à la lumière de débats parlementaires...) et par la rigueur de la méthode de recherche.

Comparative Democracies m'intéresse pour son potentiel d'engagement, grâce au digital, des lycéens et futurs électeurs. C'est un public à la fois exigeant et « zappeur » selon mon expérience des formations d'éducation à la citoyenneté délivrées à des élèves de 4^e et 3^e.

Marie-Lorraine Chiriapol définit son projet ainsi :

« Si le numérique transforme notre expérience de la démocratie dans ses processus, il peut également devenir un outil dans sa compréhension. »

Comparative democracies est une plateforme pédagogique autour de la démocratie destinée aux lycéens, futurs citoyens et électeurs.

L'idée est de rendre la donnée juridique plus intelligible par sa visualisation et de susciter la curiosité de l'utilisateur par l'interaction homme-machine pour développer sa connaissance.»

L'une des forces de ce projet me semble résider dans les outils développés pour permettre à chacun de s'appropriier les concepts: «choisis qui peut être électeur» – tout en insérant de façon fluide et légère des informations contextuelles précises :

CHOISIS QUI PEUT ÊTRE ÉLECTEUR

Choisis le niveau d'éducation des électeurs :



études et carrière
indifférentes



études et carrière
spécialisées
suivant



Faire preuve de certaines capacités intellectuelles ou être détenteur de certains diplômes peut également être un critère de sélection. On appelle cela le suffrage capacitaire.

Il a par exemple été utilisé aux États-Unis pour écarter les personnes qui ne savaient ni lire ni écrire. Cela visait à empêcher les populations noires et descendantes d'esclaves de voter.

© Comparative democracies

La plateforme fournit aussi un kit à télécharger pour créer «son propre schéma démocratique».

télécharger le kit

comparative democracies

Poursuis l'aventure et réalise ton propre schéma démocratique. Découpe les encadrés et n'hésite pas à les compléter afin de dessiner ton propre schéma.

Kit*

1/2

comparative democracies

Poursuis l'aventure et réalise ton propre schéma démocratique. Découpe les encadrés et n'hésite pas à les compléter afin de dessiner ton propre schéma.

Kit*

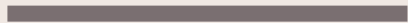
2/2

© Comparative democracies

L'objectif du studio était l'exploration, pas la mesure d'un éventuel impact de ces projets étudiants. Cela étant, le studio a manifestement suscité des vocations parmi les designers. Marie-Lorraine Chiriapopol est devenue en novembre 2019 l'une des premières « legal designers » exerçant dans une direction juridique en France. Ubisoft a en effet créé ce poste, ainsi qu'un poste de développeur dédié à la direction juridique, sous l'impulsion de Cécile Russeil, directrice juridique, et Geoffrey Delcroix, senior innovation manager, avec une ambition forte : produire essentiellement des contrats et processus juridiques « legal designés » sous un an environ.



Conclusion





© Grand Palais

Lorsque j'ai commencé à écrire, il y a plus d'un an, j'espérais pouvoir explorer la création d'objets et d'expériences susceptibles de résorber le fossé entre citoyens et droit.

A l'occasion de l'exposition « Artistes & Robots » au Grand Palais au printemps 2018, j'avais fait l'expérience de la « chambre noire digitale » de Raquel Kogan (Reflexão #2, 2005), une installation interactive où un jeu de projection, miroirs et logiciels customisés projette sur les visiteurs une suite binaire.

Après un selfie, je m'étais demandée si cette forme vaguement humaine recouverte de zéros et de uns verts sur fond noir était mon « moi digital ». Quelques mois plus tard, la découverte du sublime travail de Philippe Apeloig sur la DUDH me donne envie de projeter l'article 1, « Tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits » dans une chambre noire similaire. Que se passerait-il si sur notre peau, sur notre corps, étaient projetés ces mots ? Est-ce que cela nous rendrait « plus égaux », plus aptes à agir au quotidien, plus conscients de nos droits ? Que ferait-on en sortant de cet espace ? Pour nous-mêmes ? Pour les autres ?

Dans le même esprit, j'avais envie de créer et faire créer des objets représentant cet article essentiel. L'égalité, quelle forme ça a ? Est-ce que c'est doux, rond, est-ce que ça pique, est-ce qu'on peut la mettre dans notre poche, est-ce que ça nous expose à la figure ?

Mais ces 18 derniers mois, j'ai aussi créé une agence d'innovation juridique par le design (Amurabi), délivré une quinzaine de projets de design de contrats, de programme de conformité, de processus et d'interfaces juridiques pour des groupes tels que Google, Airbus, Renault, EDF, Shiseido, Moët Hennessy, Geodis, CGI, Servier, Orange, Somfy..., créé des emplois, conçu et réalisé deux expositions lors de Paris Design Week, participé au Legal Design Summit à Helsinki, écrit une dizaine d'articles, «appris» la vie d'entrepreneure et créé le premier design de conclusions dans un contentieux majeur, déposé en décembre 2019 par deux éminents cabinets d'avocats américains devant une juridiction française.

Alors, ces questions sont restées des questions.
Pour l'instant.

La générosité, le talent et l'engagement des designers avec lesquels j'ai la chance de travailler m'ont donné envie de leur donner la parole, en guise de conclusion. Je pense en effet que les designers devraient s'emparer du sujet de l'accessibilité du droit, au-delà des projets que je peux mener avec une équipe encore réduite. Il s'agit donc d'un appel à tous les designers qui souhaiteraient faire progresser l'actionnabilité du droit.

En quoi les projets de legal design vous intéressent par rapport à votre pratique ?

Mai Anne Benedic — *Je suis fascinée depuis un moment par l'idée de « design ontologique » – c'est-à-dire l'impact du design sur l'être. Chaque chose que nous formons nous forme en retour. Parce qu'il est toujours porteur de sens, le design agit sur la culture et les paradigmes. Il permet aussi de dire ce qui n'est pas dit sans alourdir, en s'adressant aux sens et à l'intuition. Cette puissance transformatrice du design s'exprime pour moi tout particulièrement dans le legal design, qui s'attache à rendre la complexité accessible au service de l'humain. Je suis convaincue qu'il a un rôle important à jouer en cette époque de changements accélérés.*

Geoffrey Dorne — *Les projets de legal design sont dans la continuité d'un design centré sur les usages et la compréhension par le design graphique et certains défis contemporains. Ces aspects font office de projets phares pour éclairer, dans mon travail, de nouvelles perspectives.*

Juliette Nier — *Le droit est un domaine nouveau et inhabituel pour moi. J'envisage ces collaborations nouvelles*

comme un moyen de mieux ancrer le design dans la société et dans des usages plus concrets, et plus quotidiens. Aussi, j'ai l'impression qu'il y a une vraie demande, un vrai besoin « formel » de penser les textes et autres supports juridiques.

Alexandra Ponzio-Rossignol — *Le legal design permet de revenir à l'essence même du design graphique à savoir imaginer, penser, créer un objet de communication accessible à tous, il ne s'agit pas de faire quelque chose d'esthétique il faut donner du sens sur des supports souvent complexes c'est un véritable challenge ! Je dois recentrer mon travail sur le fond grâce à la forme à chaque fois.*

Par rapport au(x) projet(s) de legal design que vous avez réalisé(s), quelle serait votre propre définition du legal design ?

MA.B — *Le design consiste pour moi à penser la relation entre fond et forme – par continuité, ou par contraste. De ces mariages et décalages naît le sens. Sur le terrain juridique, le legal design cherche le meilleur ton, celui qui véhiculera le message de la manière la plus claire et engageante possible, afin d'en permettre l'appropriation. Un legal design réussi, c'est une communication facilitée dans un domaine qui, aujourd'hui, inspire souvent la méfiance. Et en définitive, un droit remplissant mieux sa fonction au sein de la Cité.*

G.D — *D'une façon très maladroite « le legal design est une approche du droit par et avec le design pour délivrer un contenu plus juste, plus clair, plus sincère »*

J.N — *Pour le moment je le décris très simplement quand on me pose la question : utiliser le design pour rendre plus accessible et plus compréhensibles les documents juridiques.*

A.P-R — *Pour moi le Legal Design c'est : se servir du design graphique pour rendre accessible et compréhensible le droit.*

Le droit est une matière complexe, souvent aride et jargonneuse. Comment appréhendez-vous cette complexité dans votre travail et quels outils/méthodes de design utilisez-vous pour la rendre accessible aux utilisateurs ?

MA.B — *La complexité est mon quotidien. J'aime l'ordonner, lui donner corps, la distiller pour en extraire l'essence. Plus une matière est dense et sensible, plus le rôle du design est fondamental : c'est ce qui rend pour moi le legal design si stimulant, notamment en contentieux. Concrètement, j'aime allier une approche analytique et théorique passant par l'écrit, à une démarche sensible où l'intuition prime. Observer son ressenti face à la création en ajustant progressivement est une bonne manière d'atteindre la justesse. Il faut être soi-même touché pour toucher les autres.*

G.D — *Je m'entoure de professionnels afin qu'ils créent un cadre de compréhension pour moi, qu'ils puissent me transférer une partie de leur savoir de façon pédagogique, et conserver l'autre partie qui m'échappe pour créer un lien de grande confiance.*

J.N — *Le droit me paraît une discipline très logique, très articulée, et très structurée. Par la forme, la couleur, la typographie que sont mes outils quotidiens, l'enjeu du legal design, me semble-t-il, est de faire émerger cette structure, cette logique et ces liens de manière formelle : les faire transparaître pour que l'utilisateur sente dès le premier coup d'œil cette « logique » propre au droit.*

A.P-R — *Je ne suis jamais seule, je travaille avec des professionnelles du droit pour comprendre l'articulation du document, pour saisir le sens afin de pouvoir trouver LA bonne solution graphique. Il suffit ensuite pour moi de faire les liens entre le sens et l'aspect visuel grâce aux formes, couleurs, typographies...*

Designer le droit vous donne-t-il une occasion de résoudre des problèmes, difficultés techniques de design auxquelles vous n'êtes habituellement pas confronté ?

Note de l'auteur: Mai Anne fait référence au design de conclusions que nous avons réalisé en décembre, une première devant une juridiction française. Tout l'enjeu était de visualiser des faits complexes et l'ensemble du document, de façon imperceptible.

MA.B — *Oui. J'ai récemment été amenée à créer, avec un outil que j'utilise peu, un design devant remplir sa fonction en sourdine. Je suis adepte du design aride et fonctionnel à la « suisse », mais il fallait aller plus loin pour rendre l'intervention imperceptible. C'est un équilibre très intéressant à trouver, qui requiert d'abandonner certains réflexes et rapproche de l'utilisateur – qui reprend ensuite la main sur le document. La fonction première du design s'y exprime d'autant mieux : un design réussi, c'est avant tout une impression de fluidité. Le regard glisse. Le labeur devient invisible pour laisser place à l'évidence.*

G.D — *Oui. Une façon pour moi de mettre en pratique le design graphique dans sa pure logique, dans son élégance, dans son rapport à l'exigence typographique. Bref, de faire un design qui a du sens, qui s'appuie sur le sens et non sur une esthétique arbitraire.*

A.P-R *Nous vivons dans un monde d'image, il est donc fondamental de prendre le temps de faire un gros travail préparatoire de compréhension pour apporter le sens et non l'aspect esthétique.*

J.N — *Parce que le contenu est souvent plus dense et plus complexe, qu'un texte pour un prospectus, ou une affiche, il faut développer un travail préparatoire plus poussé (esquisses, maquettes).*

Note de l'auteur : Par exemple, dans un projet d'accompagnement de la transformation digitale de la Direction Juridique d'Orange, nous avons créé une forme géométrique assez complexe, représentant chacun des 10 nouveaux outils juridiques digitaux. Pour trouver le bon équilibre des proportions tout en véhiculant les messages souhaités, Juliette a développé des maquettes en 3D, pour tester le positionnement des différents rayons.



© amurabi

conclusion

Quel serait le texte de droit, ou le sujet de droit que vous rêveriez de designer ?

MA.B — *Je suis sensible à la collapsologie et à la recherche de nouveaux récits civilisationnels. Les défis qui s'imposent à nous aujourd'hui requièrent autant de résilience individuelle que collective, rendant primordiale la redéfinition des règles du vivre ensemble. Un manifeste pour la protection du vivant ?*

G.D — *La future constitution ?*

J.N — *Pour sa densité (aussi pour pouvoir imaginer l'objet): le code civil.*

A.P-R — *Le code hammurabi*

**Si le droit était un objet,
à quoi ressemblerait-il ?**

MA.B — *Un totem. Comme le définit le Larousse :
« animal ou végétal considéré comme l'ancêtre et /
ou le protecteur d'une collectivité ou d'un individu ».*

G.D — *Une page au format A4. Elle offre un cadre,
un standard, mais laisse la liberté de se l'approprier !*

J.N — *Un genre de rubikskub, un objet très « carré »
qui s'articule dans tout les sens.*

A.P-R — *Un casse-tête, très compliqué à première vue
mais avec de la patience il devient possible et on finit
par le comprendre.*

Bibliographie

Alain Bénabent, «*Droit des Obligations*», LGDJ, 17e édition, 2017

Alain Supiot, *la contractualisation de la société*, Conférence du 22 février 2000, https://www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/la_contractualisation_de_la_societe.878

Andy Polaine, *Service Design, From Insight to Implementation*, Paperback, 2013

Ayres, I., and A. Schwartz. 2014. “The No-Reading Problem in Consumer Contract Law.” *Stanford Law Review*. http://heinonline.org/hol-cgi-bin/get_pdf.cgi?handle=hein.journals/stfr66§ion=18.

Barker, Anna. 2018. “Improving Online Disclosures with Behavioural Insights.” OECD Digital Economy Papers. <https://doi.org/10.1787/39026ff4-en>.

Barton, T.D., Haapio, H, Hazard, J. G., & Passera, S. 2019. *Successful Contracts: Integrating Design and Technology*. In Corrales, M., Fenwick, M. & Haapio, H. (Eds.) *Legal Tech, Smart Contracts and Blockchain*. Springer.

Becher, Shmuel I., and Esther Unger-Aviram. 2009. “The Law of Standard Form Contracts: Misguided Intuitions and Suggestions for Reconstruction.” *DePaul Bus. & Comm. LJ* 8: 199.

Belley Jean-Guy. *Une typologie sociojuridique du contrat*. In: *Sociologie du travail*, 38 année n° 4, Octobre-décembre 1996.

Contrats et pratiques contractuelles. Approches pluridisciplinaires. pp. 465-486

Ben-Shahar, O., & Schneider, C. E. 2014. *More Than You Wanted to Know. The Failure of Mandated Disclosure*. Princeton: Princeton University Press.

Ben-Shahar, Omri, and Adam Chilton. 2016. “Simplification of Privacy Disclosures: An Experimental Test.” *The Journal of Legal Studies* 45 (S2): S41—67.

Bill Moggridge “*Designing interactions*”, 2013

Botes, Marietjie. 2017. “Using Comics to Communicate Legal Contract Cancellation.” *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship* 7.

Buchanan, Richard. 2001. “Human Dignity and Human Rights: Thoughts on the Principles of Human-Centered Design.” *Design Issues* 17 (3): 302–7.

Colloque Université de Fribourg, «*Le contrat dans tous ses états*», 18.09.2008 <http://www.unifr.ch/news/fr/3748>

Curtotti, M., Haapio, H, Passera, S. 2015. *Interdisciplinary Cooperation in Legal Design and Communication*. In: Schweighofer E. et al. (Eds.) *Co-operation. Proceedings of the 18th International Legal Informatics Symposium IRIS 2015*. Österreichische Computer Gesellschaft, pp. 455–462.

Danish Competition and Consumer Authority. 2018. “Improving the Effectiveness of Terms and Conditions in Online Trade.” *Competitive Markets and Consumer Welfare*, June. <https://www.kfst.dk/publikationer/kfst/2018/20180621-improving-the-effectiveness-of-terms-and-conditions-in-online-trade/>.

Don Norman “*The design of everyday things*”, MIT Press, 2013
Ducato, Rossana. 2018. “House of Terms: Fixing the Information Paradigm with Legal Design.” Poster presentation at BILETA Conference 2018 “Digital Futures: places and people, technology and data”, University of Aberdeen, 10–11 April 2018. <https://ssrn.com/abstract=3156922>

Elshout, M., Elsen, M., Leenheer, J., Loos, M., & Luzak, J. 2016. *Study on consumers’ attitudes towards Terms and Conditions (T&Cs)*. Final report. European Commission.

Forsström, P-L., Haapio, H., Passera, S. 2017. *FAIR Design Jam: A case-study on co-creating communication about FAIR Data Principles*. In: *Proceedings of the 20th International Legal Informatics Symposium IRIS 2017*.

Frison-Roche, Le Droit de la Compliance, Working Paper, 2016, <http://mafr.fr/fr/article/le-droit-de-la-compliance/> (<http://mafr.fr/fr/article/le-droit-de-la-compliance/>)

Frison-Roche, M.-A., Tracer les cercles du Droit de la Compliance Working Paper, <http://mafr.fr/fr/article/le-bon-usage-de-la-compliance/> (<http://mafr.fr/fr/article/le-bon-usage-de-la-compliance/>)

Haapio, H., Passera, S. 2012. *Reducing Contract Complexity through Visualization: A Multi-level Challenge*. *Proceedings of the 16th International Conference on Information Visualisation, IV2012*, 11–13 July, Montpellier, France

Haapio, H. & Passera, S. (in press). *Contracts as interfaces: Exploring visual representation patterns in contract design*. In M. J. Katz, R.A. Dolin & M. Bommarito (Eds.) *Legal Informatics*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Haapio, H., & Hagan, M. (2016). *Design patterns for contracts*. In E. Schweighofer et al. (Eds.) *Networks. Proceedings of the 19th International Legal Informatics Symposium IRIS 2016* (pp. 381–388): Österreichische Computer Gesellschaft OCG.

Haapio, Helena, and Margaret Hagan. 2016. “*Design Patterns for Contracts*.” *Internationales Rechtsinformatik Symposium IRIS 388* (February): 8. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2747280

Haapio, Helena, Margaret Hagan, Monica Palmirani, and Arianna Rossi. 2018. “*Legal Design Patterns for Privacy*.” In *Data Protection / LegalTech*. *Proceedings of the 21th International Legal Informatics Symposium IRIS*, edited by Erich Schweighofer et al., 445–50. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144250.

Hagan, Margaret. 2013-ongoing. “*Law by Design*”. <http://www.lawbydesign.co/en/home>

Helberger, N. 2013. *Forms matter: Informing consumers effectively (Study commissioned by BEUC)*.

Luth H. 2010. *Behavioural Economics in Consumer Policy. The Economic Analysis of Standard Terms in Consumer Contracts Revisited: Intersentia*

Indie Young. *Mental Models*, Rosenfeld, 2008

Jackson, Dan. 2016. *Human-Centered Legal Tech: Integrating Design in Legal Education*. *Law Teacher* 50 (1): 82–97. <http://www.nulawlab.org/view/human-centered-legal-tech-integrating-design-in-legal-education>

Jacques Grillo. *Form, function & design*, Dover Publications, 1960 http://pmb.ensci.com/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=3911

Jakob Schneider, Adam Lawrence, Markus Edgar Hormess, Marc Stickdorn. *This is service design doing*, 2018

Jean Carbonnier. *Droit Civil*, Puf, 2017

Jean-Claude Marin, Procureur général près la Cour de cassation Colloque «la compliance» Jeudi 6 juillet 2017 (https://www.courdecassation.fr/IMG/Colloqu_compliance_JC_Marin.pdf)

Jean-Guy Bellay. *Max Weber et la théorie du droit des contrats*, *Droit et Société*. 1988. 9 pp. 281-300

Johannes Barmann. *Acta sunt servanda. Considérations sur l'histoire du contrat consensuel*. *Revue internationale de droit comparé*, 1961 13-1 pp. 18-53

Laurent Aynes, *Cahiers du conseil constitutionnel n° 17 (dossier: loi et contrat)* - mars 2005

Luger, Ewa, Stuart Moran, and Tom Rodden. 2013. *Consent for All: Revealing the Hidden Complexity of Terms and Conditions*. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2687–96. CHI '13. New York, NY, USA: ACM.

Magali Chaudey. *L'approche contractuelle de la firme*. ENS Lyon, 2011 <http://ses.ens-lyon.fr/articles/1-1-approche-contractuelle-de-la-firme-137671>

Marc Stickdorn & Jakob Schneider. *This is service design thinking*. Jakob Schenider, 2010

Masson, Michael E. J., and Mary Anne Waldron. 1994. *Comprehension of Legal Contracts by Non- Experts: Effectiveness of Plain Language Redrafting*. *Applied Cognitive Psychology* 8 (1): 67–85.

Max Weber, *Sociologie du droit*, Introduction et traduction de Jacques Gros-Claude, PUF, ed. 2013.

Mélanie Plouviez, «*Durkheim et l'histoire du droit contractuel Une relativisation socio-historique de l'autonomie de la volonté*», *Annuaire de l'Institut Michel Villey – Volume 4 - 2012*

Nota La Diega, G. (2016). *Uber law and awareness by design. An empirical study on online platforms and dehumanised negotiations*. *Revue européenne de droit de la consommation/European Journal of Consumer Law*, 2, 383-413.

Obar, Jonathan A., and Anne Oeldorf-Hirsch. 2016. "The Biggest Lie on the Internet: Ignoring the Privacy Policies and Terms of Service Policies of Social Networking Services," August.

P. Ourliac et J. de Malafosse, « Histoire du droit privé », Puf, 1957

Passera S. (2017). *Beyond the wall of contract text — Visualizing contracts to foster understanding and collaboration within and across organizations.* Aalto University School of Science

Passera, P., Pohjonen, S., Koskelainen, K., Anttila, S. (2013). *User-friendly Contracting Tools — A Visual Guide to Facilitate Public Procurement Contracting.* Proceedings of the IACCM Academic Forum on Contract and Commercial Management 2013, 8th October '13, Phoenix, USA

Passera, S (2012). *Enhancing Contract Usability and User Experience Through Visualization — An Experimental Evaluation.* Proceedings of the 16th International Conference on Information Visualisation, IV2012, 11–13 July, Montpellier, France

Passera, S, Kärkkäinen H, Maila, R (2012). *When, how, why prototyping? A practical framework for service development.* In: Proceedings of XXIII ISPIIM Conference, 18–20 June 2012, Barcelona, Spain

Passera, S. (2015). *Beyond the wall of text: How information design can make contracts user-friendly.* In: A. Marcus (Ed.), *Design, User Experience, and Usability: Users and Interactions* (pp. 341–352). Lecture Notes in Computer Science. Cham, Switzerland: Springer International Publishing.

Passera, S. (2015). *Beyond the Wall of Text: How Information Design Can Make Contracts User-Friendly.* In: Marcus, A. (Ed.), *Lecture Notes on Computer Science 9187, Design, User Experience, and Usability: Users and Interactions (Part II)*, pp 341–352, Springer.

Passera, S. (2017). *Beyond the wall of contract text — Visualizing contracts to foster understanding and collaboration within and across organizations.* [Doctoral Thesis]. Aalto University School of Science.

Passera, S. (2017). *Show, Don't Tell! Conceptualizing and Sharing Abstract Knowledge.* In Björklund, T.A., Laakso, M., Kirjavainen, S. & Ekman, K. (Eds.) *Passion-based Co-Creation.* Aalto University.

Passera, S. (2018). *Flowcharts, swimlanes, and timelines — Alternatives to prose in communicating legal-bureaucratic instructions to civil servants.* *Journal of Technical and Business Communication.* Vol. 32, no. 2, pp. 229–272.

Passera, S. (2019). *Technieken van legal information design [Legal information design techniques].* In Timmer, I. *Databeheer en legal tech.* Een inleiding voor het hoger juridisch onderwijs. Boom Juridisch, Amsterdam, pp. 157–162.

Passera, S. (in press) *Flowcharts, swimlanes, and timelines — Alternatives to prose in communicating legal-bureaucratic instructions to civil servants.* *Journal of Business and Technical Communication.*

Passera, S. & Haapio, H. (2019). *Legal Design Thinking. Start with the end user in mind.* In Jayakodi, D. & Ros, M.E. *The Innovation Matrix.* BIS Publishers, Amsterdam.

Passera, S., Haapio H (2011). *Facilitating Collaboration Through Contract Visualization and Modularization.* ECCE '11: Proceedings of the 29th annual conference of the European Association of Cognitive Ergonomics, 26–28 August '11, Rostock, Germany

Passera, S., Haapio H (2011). *User-Centered Contract Design: New Directions in the Quest for Simpler Contracting.* *Proceedings of the 2011 IACCM Academic Symposium on Contract and Commercial Management*, 26th October '11, Tempe, USA

Passera, S., Haapio H. (2013). *Transforming Contracts from Legal Rules to User-centered Communication Tools: a Human-Information Interaction Challenge.* *Communication Design Quarterly*, Vol. 1, Issue 3, April 2013, 38–45. doi: 10.1145/2466489.2466498

Passera, S., Haapio, H (2012). *Innovating Procurement Contracting: Merging Contract Design with Information Design.* Submitted to the Annual Finnish Doctoral Program in Industrial Engineering and Management's Arctic Workshop 2012, November 15–16, 2012, Helsinki.

Passera, S., Haapio, H (2013) *The Quest for Clarity — How Visualization improves the Usability and User Experience of Contracts.* In Huang W & Huang M (eds.) *DVVA 2013: Innovative Approaches of Data Visualization and Visual Analytics*, IGI Global

Passera, S., Haapio, H., Curtotti, M. (2014) *Making The Meaning of Contracts Visible — Automating Contract Visualization*. In: Schweighofer E. et al. (Eds.) *Transparency. Proceedings of the 18th International Legal Informatics Symposium IRIS 2014*. Österreichische Computer Gesellschaft, pp. 443–450.

Passera, S., Haapio, H. & Curtotti, M. (2014). *Making the meaning of contracts visible — Automating contract visualization*. In E. Schweighofer, F. International Legal Informatics Symposium IRIS 2014 (pp. 443–450). Wien, Austria: Österreichische Computer Gesellschaft

Passera, S., Haapio, H., Barton, T.D (2013). *Innovating Contract Practices: Merging Contract Design with Information Design*. Proceedings of the IACCM Academic Forum on Contract and Commercial Management 2013, 8th October '11, Phoenix, USA

Passera, S., Kankaanranta, A., Louhiala-Salminen, L. (2017). *Diagrams in Contracts: Fostering Understanding in Global Business Communication*. IEEE Transactions of Professional Communication. Vol.60, n. 2, DOI: 10.1109/TPC.2017.2656678

Passera, S., Smedlund, A., & Liinasuo, M. (2016). *Exploring contract visualization: Clarification and framing strategies to shape collaborative business relationships*. Journal of Strategic Contracting and Negotiation, 2(1–2), 69– 100. <https://doi.org/10.1177/2055563616669739>

Passera, S., Smedlund, A., Liinasuo, M (2016). *Exploring contract visualization: clarification and framing strategies to shape collaborative business relationships*. Journal of Strategic Contracting and Negotiation. Vol.2, No. 1–2, DOI: 10.1177/2055563616669739

Passera, Stefania, and Helena Haapio. 2013. “*Transforming Contracts from Legal Rules to User-Centered Communication Tools: A Human-Information Interaction Challenge*.” *Communication Design Quarterly*, no. April: 38–45. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2466498>

Passera, Stefania, Kankaanranta, Anne, & Louhiala-Salminen, Leena. 2017. “*Diagrams in Contracts: Fostering Understanding in Global Business Communication*.” *IEEE Transactions of Professional Communication*. Vol.60, n.2, <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/27292/article4.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Proctor, Robert W., M. Athar Ali, and Kim-Phuong L. Vu. 2008.

“*Examining Usability of Web Privacy Policies*.” *International Journal of Human—Computer Interaction* 24 (3): 307–28.

Pruitt et Adlin «*Persona lifecycle*», Morgan Kauffmann Publishers, 2006

Radin, M. J. (2013). *Boilerplate: The fine print, vanishing rights, and the rule of law*. Princeton University Press

Rossi, A., Ducato, R., Haapio, H., & Passera, S. (2019). *When Design Met Law: Design Patterns for Information Transparency*. *Droit de la consommation – Consumentenrecht (DCCR)*, Vol.1/2019, pp. 79–122.

Rossi, A., Ducato, R., Haapio, H., Passera, S. & Palmirani, M. (2019), *Legal Design Patterns: Towards A New Language for Legal Information Design*. In Schweighofer, E., Kummer, F. & Saarenpää, A. (Eds.): *Internet of Things*. Proceedings of the 22nd International Legal Informatics Symposium IRIS 2019. Editions Weblaw, Bern, pp. 517–526.

Salo M, Haapio H & Passera S (2016). *Putting Financial Regulation to Work: Using Simplification and Visualization for Consumer-Friendly Information*. In: Schweighofer E. et al. (eds.), *Networks*. Proceedings of the 19th International Legal Informatics Symposium IRIS 2016. Österreichische Computer Gesellschaft, pp. 399–406.

Serge Tisseron, *Subjectivation et empathie dans les mondes numériques*, Dunod, 2013

Sibony, A.-L., & HELLERINGER, G. (2015). *EU Consumer Protection and Behavioural Sciences: Revolution or Reform?* In A. Alemanno & A.-L. Sibony (Eds.), *Nudge and the Law. A European Perspective* (pp. 209–233): Hart Publishing.

Stoffel-Munck P., Malaurie P., Aynès L., *Droit des obligations*, sept. 2018, Lextenso,

Un contrat nabatéen sur papyrus, *Revue Biblique* (1946 -), Vol. 61, No. 2 (avril 1954), pp. 161-181 (24 pages)

Yannis Bakos, Florencia Marotta-Wurgler and David R. Trossen *Does Anyone Read the Fine Print? Consumer Attention to Standard-Form Contracts*, *The Journal of Legal Studies* Vol. 43, N° 1 (January 2014), pp. 1–35. Published by: The University of Chicago Press for The University of Chicago Law School DOI: 10.1086/674424

