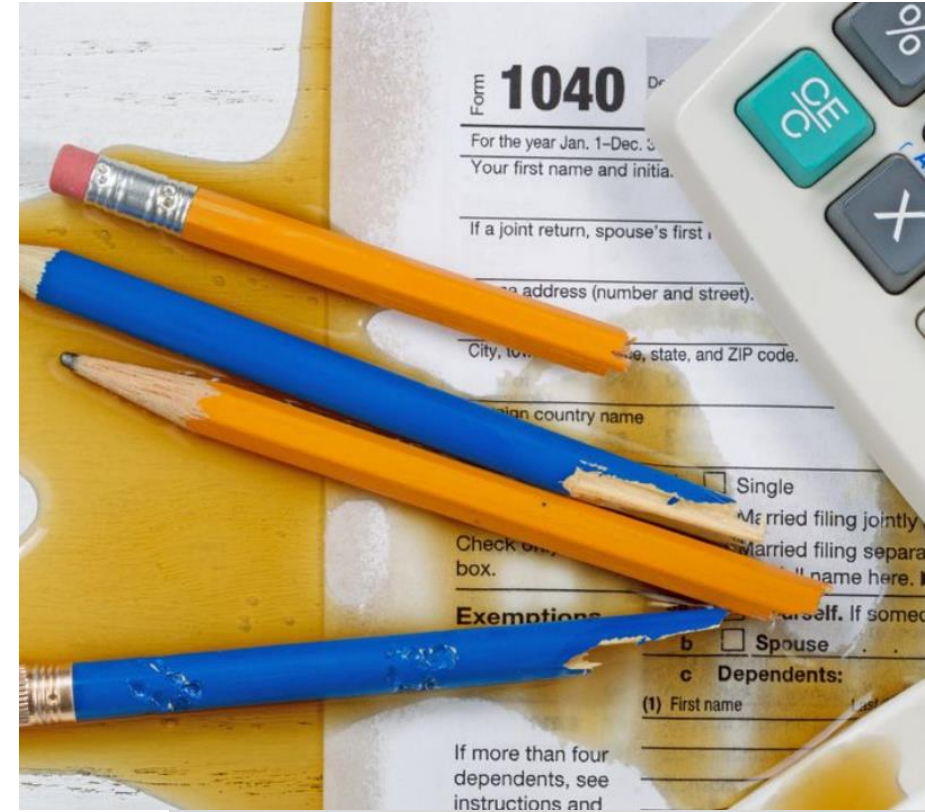


Lutter contre la fraude fiscale et sociale, *l'éclairage des sciences comportementales*

Rapport d'idées

Mars 2025



Innovation / Sciences comportementales

Sommaire



1. La fraude fiscale et sociale en France : chiffres et enjeux
2. Comprendre les motivations derrière la fraude
3. Pistes d'interventions issues des sciences comportementales pour réduire la fraude
 - I. Interventions ciblant le consentement à l'impôt, l'équité et la confiance dans l'administration fiscale
 - II. Interventions ciblant la complexité du système fiscal
 - III. Interventions basées sur les connaissances en psychologie sociale
 - IV. Interventions basées sur la dissuasion
4. Conclusions
5. Pour aller plus loin

La fraude fiscale et sociale en France : chiffres et enjeux



Qu'est ce que la fraude ?

La fraude est une irrégularité ou une omission commise de manière intentionnelle au détriment des finances publiques, à la fois dans les recettes publiques – impôts, taxes, cotisations et contributions – et dans les prestations sociales de toute nature – assurances, allocations et aides sociales. De par sa nature intentionnelle, la fraude est caractérisée par une volonté de contournement et se distingue ainsi de l'erreur, qui est involontaire. La fraude est mesurée par des enquêtes et fait l'objet de mesures spécifiques : recherches, recouvrement des indus frauduleux, sanctions administratives et pénales.

Il existe de très nombreuses manières de se soustraire à ses obligations fiscales. Par exemple, le fait de décocher la case concernant la possession d'un téléviseur pour ne pas payer la contribution à l'audiovisuel public, ne pas déclarer une activité commerciale pour un étudiant donnant des cours particuliers à domicile, les fraudes à la TVA ou les montages financiers d'évasion vers les paradis fiscaux.

Les dix grandes catégories de comportements frauduleux	
Fraudes à l'état civil	Le fraudeur dissimule son identité, la composition réelle de sa famille, sa véritable nationalité, ses liens de parenté ou sa situation maritale.
Fraudes à la résidence	La résidence déclarée en France ou à l'étranger est fictive.
Fraudes au logement	Les bailleurs ou les locataires dissimulent la réalité de la situation du logement.
Falsifications de justificatif de droits ou obtention frauduleuse de droits	Le fraudeur présente ou se fait délivrer des attestations falsifiées, prêtées ou volées.
Fraudes à l'activité	L'activité économique est dissimulée ou sous-estimée et les règles de déclaration non respectées.
Fraudes des professionnels de santé	Les règles de facturation de l'assurance maladie ne sont pas respectées, que l'activité médicale soit réelle ou fictive.
Fraudes aux ressources	Les ressources sont surévaluées pour augmenter les droits afférents ou sous-évaluées pour maximiser les allocations et diminuer les impôts.
Fraudes aux marchandises	Le fraudeur élude les impôts directs ou indirects sur les marchandises.
Fraudes économiques	La fraude sur la réalité ou le niveau de l'activité, essentiellement en matière d'impôts directs et indirects.

Source : La Déléation nationale à la lutte contre la fraude / economie.gouv.fr

La fraude fiscale et sociale - Définitions

La fraude fiscale

La fraude fiscale est définie comme une tentative délibérée d'échapper au paiement d'impôts par des moyens illégaux. Elle se caractérise par l'omission ou la falsification volontaire d'informations dans une déclaration d'impôts, afin de réduire ou de supprimer les sommes dues à l'administration fiscale. Elle se distingue ainsi de l'optimisation fiscale, visant à utiliser des dispositifs légaux pour réduire ses impôts. Si la fraude fiscale revêt de nombreuses formes, les cas les plus courants sont les suivants¹ :

- L'omission volontaire de déclaration dans les délais prévus (fausse domiciliation à l'étranger ; exercice d'une activité déguisée, etc),
- La dissimulation volontaire de sommes sujettes à l'impôt,
- L'organisation d'insolvabilité,
- Le délit comptable, i.e. l'absence de tenue d'un livre-journal ou la tenue d'écritures fictives ou inexactes (fausses factures, par exemple).

1. [Fraude fiscale : infractions et sanctions | Entreprendre.Service-Public.fr](#)

La fraude sociale

La fraude sociale est définie comme l'ensemble des actions illégales intentionnelles visant à se soustraire aux cotisations sociales ou à bénéficier indûment de prestations sociales.

→ La fraude aux cotisations sociales

Les employeurs et les travailleurs indépendants peuvent chercher à ne pas déclarer ou à minorer les salaires ou les revenus pour éviter le paiement des cotisations.

→ La fraude aux prestations sociales

La fraude aux prestations sociales se décline dans l'ensemble des branches de la sécurité sociale.

- Sur les **prestations maladie**, les assurés peuvent se faire délivrer un arrêt de travail « fictif » et continuer à travailler par ailleurs. Les professionnels de santé, les établissements de santé et les transporteurs de malades, peuvent surfacturer certains actes.
- Sur les **prestations vieillesse**, les retraités et les bénéficiaires de pensions de réversion peuvent omettre de déclarer la totalité de leurs revenus pour percevoir le maximum de prestation.
- Sur les **prestations familiales**, les pratiques frauduleuses peuvent également prendre différentes formes : sous-déclaration des revenus pour percevoir les minima sociaux, déclaration de conditions de vie familiales qui n'existent pas ou omission délibérée de mise à jour de la situation (parent isolé, nombres d'enfants à charges, garde d'enfants à domicile, qualités du logement occupé, réalité de la résidence en France...).

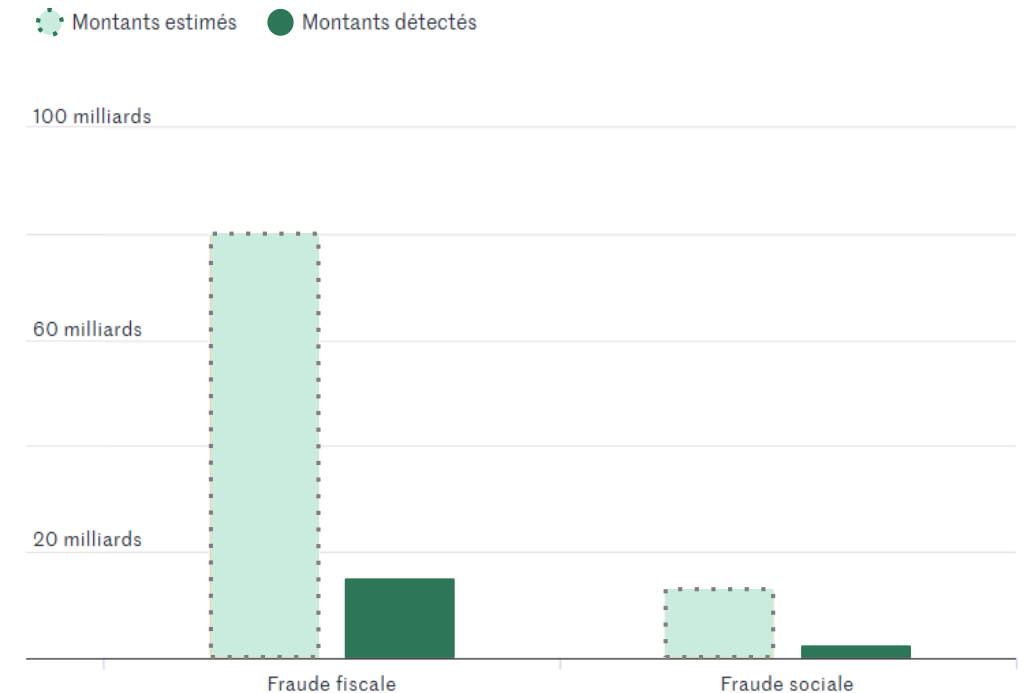
Fraude fiscale et sociale : quels enjeux ?

Les fraudes fiscale et sociale coûtent à l'économie des milliards d'euros chaque année. Si le montant des fraudes fiscale et sociale détectées atteignent **7 milliards d'euros en 2022**, selon les [résultats 2022 de la lutte contre la fraude aux finances publiques](#), la majorité des fraudes n'est cependant pas détectée. Pour connaître le montant réel des fraudes, il faut donc extrapoler sur le montant effectivement recouvré chaque année par l'administration.

De plus, ces montants sont inégalement répartis entre les fraudes sociales et fiscales. En France, la **fraude fiscale** arrive ainsi loin devant la fraude aux prestations sociales parmi les manques à gagner pour le budget de l'État (selon le [bilan du plan de lutte contre les fraudes sociales et fiscales, 2024](#)). **Le montant de cet échappement à l'impôt est estimé entre 60 et 100 milliards d'euros par an, soit plus de cinq fois le montant correspondant à la fraude sociale**, et les montants détectés atteignent les 15,2 milliards d'euros.

Concernant la **fraude sociale**, le Haut Conseil au financement de la protection sociale (HCFiPS) estime à [13 milliards d'euros](#) le manque à gagner pour l'État. Cette évaluation reste complexe du fait de la multiplicité d'acteurs et organismes publics concernés. Au sein de ce montant, un tiers (34%) de la fraude évaluée proviendrait des assurés sociaux et plus de la moitié proviendrait des entreprises et travailleurs indépendants. Parmi ces montants, 2 milliards de fraudes sociales ont été détectés et seulement 80 millions d'euros ont été recouvrés.

L'introduction du prélèvement à la source limite les possibilités de fraude pour les revenus salariaux ou de remplacement (pensions de retraite ou indemnités de chômage). Cependant, la possibilité de prélever l'impôt à la source sur les autres formes de revenus, tels que les revenus du capital (contrats obligataires, portefeuille d'actions), les revenus des indépendants ou les revenus fonciers est actuellement moins développée.



Montants de la fraude fiscale et sociale détectée et estimée, en 2022
Sources : Ministère de l'économie et des finances, HCFiPS, Le Monde

Les sciences comportementales au service de la lutte contre la fraude fiscale et sociale

La répression et le contrôle sont les approches classiques pour lutter contre la fraude. L'État renforce les effectifs de lutte contre la fraude, déploie de nouveaux outils et durcit les sanctions, avec d'ici 2027 (selon le [bilan du plan de lutte contre les fraudes sociales, fiscales et douanières, 2024](#)) :

- 1500 agents supplémentaires sur la lutte contre la fraude fiscale
- 1000 agents supplémentaires sur la lutte contre la fraude sociale
- Plus d'un milliard d'euros supplémentaires alloués à la modernisation des outils numériques de détection et de lutte contre les fraudes.

Ces mécanismes traditionnels de lutte contre la fraude reposent toutefois sur un certain nombre d'hypothèses concernant le comportement humain. Elles tendent à supposer, par exemple, que les individus décident de commettre ou non des fraudes en considérant uniquement les avantages financiers et risques légaux avant d'agir. Or, les connaissances issues des sciences du comportement révèlent de plus en plus les limites de ces hypothèses. La grande majorité des personnes ne commettent pas de fraude en raison de la norme sociale forte qui condamne ces actes de fraude, et d'un sens partagé de morale, de justice et d'équité (Alm, 2011). La lutte contre la fraude pourrait ainsi être enrichie d'un volet comportemental pour gagner en efficacité.

Il est par ailleurs intéressant de retracer le parcours de paiement des taxes ou de perception des aides publiques pour analyser le système dans son ensemble du point de vue de l'utilisateur. Cette perspective permet d'appréhender les mécanismes de décision qui sous-tendent le paiement de l'impôt et d'identifier ainsi les potentielles étapes au cours desquelles un individu pourrait être tenté de commettre une fraude.

En étudiant les réactions individuelles et collectives face à un environnement de choix ou une incitation fiscale, les sciences comportementales apportent une compréhension plus nuancée du comportement humain et participent ainsi à concevoir des interventions plus adaptées et efficaces pour lutter contre la fraude. Par exemple, la simplification des processus et des démarches constitue un axe d'intervention efficace pour améliorer l'adhésion à des démarches administratives parfois complexes du point de vue de l'utilisateur. Peu coûteuses et simples à mettre en œuvre pour certaines, ces interventions peuvent être introduites parallèlement à d'autres méthodes plus traditionnelles employées par les organismes publics.

Les sciences comportementales sont fondamentales pour comprendre les comportements de fraude et les mécanismes de la prise de décisions des fraudeurs, pour concevoir des politiques et des interventions plus efficaces.



Concevoir des interventions comportementales

Le processus de conception et d'évaluation d'une intervention se déroule en quatre grandes phases clés : comprendre, concevoir, évaluer, et déployer.

1 - COMPRENDRE

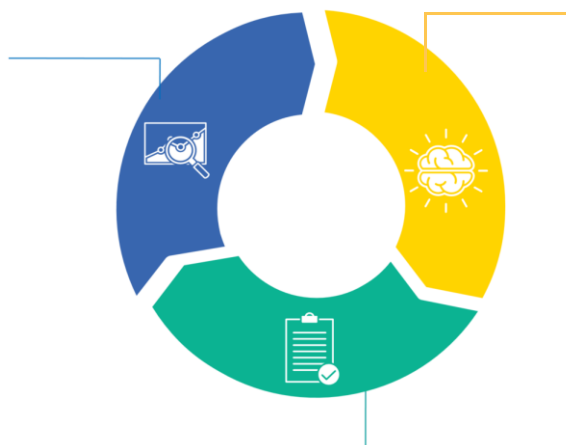
Cette première étape consiste à explorer le contexte et les acteurs concernés, à identifier l'enjeu central et définir des objectifs ciblés. Un examen de la littérature et un benchmark de l'existant permettent de capitaliser sur les expériences passées, tandis que l'analyse des données disponibles, ainsi qu'un travail de terrain et des entretiens, enrichissent la compréhension des dynamiques en jeu.

3- EVALUER

Il est essentiel de tester les solutions lors d'une expérimentation, avant de procéder au déploiement à l'échelle. Cela permet de procéder à une évaluation de leur impact réel sur le terrain et à formuler des recommandations basées sur les résultats obtenus, en vue d'améliorer ou de généraliser les interventions. Afin d'évaluer l'effet d'une intervention, il est important de comparer l'indicateur mesuré sur le territoire bénéficiant de l'intervention avec un autre territoire similaire ne bénéficiant pas de l'intervention. Si on mesure simplement l'évolution de l'indicateur au cours du temps, il est possible que d'autres paramètres entrent en jeu et biaisent l'interprétation des résultats.

2 - CONCEVOIR

Une fois les enjeux bien compris, la phase de conception commence par la co-construction de pistes d'action avec les parties prenantes. Il s'agit ici de proposer un éventail de solutions possibles et de questionner leur faisabilité en termes de public cible, de lieu, ou de budget. Il est aussi important d'estimer l'impact attendu des différentes pistes et, le cas échéant, de s'assurer de leur acceptabilité, tant sur le plan éthique que social. Une fois les solutions retenues, il faut les développer en mobilisant les expertises nécessaires pour leur prototypage, qu'il s'agisse de graphistes, de développeurs ou de designers.



4 - DÉPLOYER

L'étape de déploiement consiste à mettre en œuvre à grande échelle les solutions validées. Il est important d'assurer un suivi continu pour garantir la bonne exécution des actions, et mesurer l'impact final de l'intervention.

Objectifs et méthode de cette note



Cette revue de littérature explore les comportements de fraude des contribuables et identifie les facteurs clés influençant les décisions de fraude. Cet éclairage des sciences comportementales identifie ainsi les motivations derrière la fraude et émet des propositions de leviers pour y répondre.

Il s'appuie sur une recherche approfondie de la littérature scientifique et technique, intégrant de nombreuses études et interventions comportementales pour objectiver les freins et mettre en évidence des leviers prometteurs. Au total, **76** documents ont été utilisés pour garantir une base solide et fondée sur des preuves.

Il est important de souligner que ce domaine de recherche repose principalement sur des études en ligne, dont les cadres expérimentaux ne sont pas toujours répliquables dans des conditions réelles, ou sur des interventions menées dans d'autres pays, dont les systèmes fiscaux ne sont pas toujours comparables à celui de la France. Toutes les propositions d'interventions de ce rapport n'ont pas été testées dans le contexte français, et devraient être expérimentées à petite échelle avant d'être éventuellement déployées.

Par ailleurs, les études causales rigoureuses en situation réelle permettant d'évaluer avec précision l'impact d'interventions sur des déclarations fiscales réelles restent rares. Des revues systématiques, comme celle de Rashidian (2012) sur l'efficacité des interventions contre la fraude dans le secteur de la santé ont mis en évidence la faible robustesse de ce champ d'étude et son manque de rigueur scientifique dans l'évaluation des stratégies actuelles de prévention, de détection et de réponse à la fraude. L'élaboration des politiques publiques de lutte contre la fraude doit se baser sur des études plus robustes afin d'optimiser les efforts de lutte contre la fraude et d'assurer une allocation efficace des ressources.

Mise en garde : un niveau d'exploration différent entre les fraudes fiscale et sociale

Les recherches expérimentales sur la fraude sociale restent limitées par rapport à celle sur la fraude fiscale. La plupart des études existantes s'appuient sur des cadres expérimentaux mieux adaptés à l'analyse des comportements des contribuables à l'imposition que de ceux des bénéficiaires de prestations sociales.

Certaines conclusions générales sur la fraude reposent donc sur des études menées en particulier sur la fraude fiscale. Il n'est pas certain que la fraude fiscale et la fraude sociale soient entraînées par les mêmes mécanismes psychologiques et économiques. De plus, les populations concernées diffèrent : les fraudeurs fiscaux sont généralement des contribuables cherchant à minimiser leurs prélèvements, tandis que les fraudeurs sociaux sont des individus tentant d'obtenir des prestations indues. Ce manque de données spécifiques invite à la prudence dans la transposition des résultats d'un domaine à l'autre et souligne la nécessité de recherches approfondies sur la fraude sociale.

Comprendre les motivations derrière la fraude



Introduction méthodologique : Comment étudier la fraude en laboratoire ?

L'étude empirique de la fraude fiscale se heurte aux difficultés d'observation propres à toutes les activités illégales : elles sont par nature délibérément dissimulées et donc difficilement observables. Les expériences en laboratoire permettent d'observer dans des situations simulées les décisions de fraude qui sont prises selon différents contextes.

Le "jeu de la fraude fiscale"

Le protocole du « jeu de fraude fiscale » a servi de base à un très grand nombre d'études empiriques sur la fraude.

Ce jeu revient en pratique à verser un montant aux participants, à leur annoncer le taux de taxation qui s'applique à ce revenu, puis à leur demander quelle part de leur revenu ils souhaitent déclarer – part sur laquelle ils devront payer l'impôt annoncé. La référence à un exercice de simulation fiscale est souvent explicite, afin d'activer les déterminants du comportement spécifiques à cette décision. A l'issue de l'expérience, les participants gardent le montant monétaire qui correspond au résultat de leurs décisions, afin de motiver des décisions honnêtes et les plus fidèles à la réalité.

Ce protocole permet non seulement de relier les caractéristiques individuelles des participants à leurs décisions de fraude, mais aussi de faire varier l'environnement dans lequel les décisions sont prises : taux de taxe, probabilité de contrôle, montant des amendes, information disponible sur le comportement de fraude des autres participants... Une méta-analyse de 70 articles (Alm, 2021) qui utilisent des expériences en laboratoire pour examiner le comportement des particuliers en matière d'évasion fiscale montrent l'effet dissuasif des outils traditionnels de la politique fiscale. Ainsi, la présence d'un mécanisme de détection (contrôle fiscal) et ou la sévérité des amendes diminuent la fraude.

Les avantages méthodologiques des expériences en laboratoire sont acquis au prix d'un environnement fortement déconnecté de la réalité économique que l'on cherche à étudier et soulèvent la question évidente de ce que nous apprennent réellement les décisions de fraude fiscale observées dans le cadre d'un tel jeu expérimental sur les décisions de fraude effectives des contribuables en dehors du laboratoire.



De l'erreur à la fraude : considérer l'ensemble des déclarations inexactes

En réalisant une déclaration de revenus inexacte, il est possible qu'un contribuable touche à tort un trop-perçu de prestations sociales, ou ne contribue pas aux taxes et impositions à la hauteur de ses revenus réels, générant ainsi un manque à gagner financier pour l'Etat. Dans de nombreux cas, les erreurs dans les déclarations fiscales sont involontaires et découlent d'une mauvaise compréhension des règles, d'une négligence ou d'une complexité administrative excessive. Ces déclarations inexactes non intentionnelles peuvent concerner aussi bien les particuliers que les entreprises et sont souvent difficiles à distinguer des fraudes avérées.

Ce comportement de déclaration inexacte peut être involontaire - on parlera d'erreur -, ou intentionnel - on parlera de fraude. Aborder cet enjeu sous l'angle du comportement, qu'il soit intentionnel ou non, permet d'étudier l'environnement décisionnel de l'ensemble des contribuables, pour lever les éventuels freins à une déclaration juste des revenus.

Le recours aux sciences comportementales permet ainsi d'en comprendre les causes du point de vue individuel (rôle du stress ou des émotions, morale fiscale), mais également systémique, pour comprendre dans quel mesure un environnement décisionnel peut, dans la conception des interfaces ou des réglementations, conduire à une augmentation des erreurs et des fraudes.



Un préalable : le consentement à l'impôt



La mesure du consentement à l'impôt dépend largement de la manière de l'étudier. Dans une enquête menée en 2021 sur le consentement à l'impôt en France (Boyer, 2023), 75,2 % des Français estiment que le niveau général des impôts est trop élevé en France et 63,5 % estiment devoir payer personnellement un niveau d'impôts trop élevé. Cependant, 80 % des répondants sont d'accord avec l'affirmation « Payer ses impôts est un acte citoyen ». Une large fraction de la population s'acquitte par principe de son devoir fiscal sans pour autant adhérer pleinement au système actuel.

Les déterminants du consentement à l'impôt ne peuvent pas être directement liés à la fraude fiscale, car les analyses ne fournissent pas d'informations sur le comportement fiscal réel des répondants. Cependant, des études montrent qu'un **plus grand consentement à l'impôt chez les citoyens diminuerait la fraude fiscale** (OECD, 2019).

Les études sur les déterminants du consentement à l'impôt ne permettent pas de dire si agir sur ces déterminants pourrait faire évoluer le consentement à l'impôt (absence d'analyse causale). Autrement dit, on peut observer des liens entre certaines variables et le consentement à l'impôt, mais on ne sait pas si modifier ces variables ferait évoluer le consentement à l'impôt.

Il pourrait être intéressant de tester des interventions agissant sur le consentement à l'impôt. Par exemple, en informant sur l'utilisation de l'argent public, ou sur le positionnement des personnes dans la distribution des revenus pour tester l'influence sur leur perception en termes d'équité.

Les déterminants du consentement à l'impôt

La connaissance du système fiscal, la confiance dans les institutions, et la perception d'une bonne utilisation de l'argent public sont fortement corrélées au consentement à l'impôt.

- **L'acceptation de l'impôt va de pair avec la perception que l'argent public est bien utilisé.** L'utilisation et le fléchage des recettes fiscales sont prépondérants dans l'acceptabilité des prélèvements et des dépenses publiques qui y sont associées. En rendant visible le lien direct entre leurs contributions et les bénéfices collectifs qui en découlent, on peut instaurer une relation de confiance entre les contribuables et les institutions. Plus précisément, deux facteurs apparaissent particulièrement importants pour expliquer pourquoi l'introduction d'un nouvel impôt suscite une contestation dans certains cas et pas dans d'autres : la concentration des coûts et la concentration des bénéfices. Plus un impôt repose sur une catégorie bien identifiée de la population et plus ses bénéfices sont diffus, plus il est susceptible d'être contesté (Martin et Gabay, 2018).
- La question de la **justice fiscale** joue aussi un rôle important : la perception d'une « juste » redistribution et d'une « juste » contribution des différents niveaux de revenus influent sur le consentement à l'impôt. En France, une érosion de l'adhésion des contribuables à l'impôt pourrait résulter de l'impression croissante chez certaines catégories de la population de ne pas profiter pleinement des services publics, en particulier dans les territoires les plus reculés (Boyer, 2023). Dans un contexte de montée des inégalités de revenus et de patrimoines, de nombreux intellectuels, économistes ou responsables politiques appellent à une fiscalité davantage redistributive au nom de la justice fiscale (Piketty, 2013).
- Concernant les **facteurs socioéconomiques**, l'âge, le niveau d'éducation et une croyance religieuse étaient positivement corrélés à une plus grande acceptation de l'impôt. Concernant les facteurs institutionnels, une plus grande confiance dans l'État et de meilleurs rapports avec l'administration fiscale semblent renforcer le consentement. Enfin, concernant les facteurs « d'opinion », une corrélation positive semble exister avec une préférence pour la redistribution des richesses et pour la démocratie (OECD, 2019).

Modèles comportementaux de la fraude

Le « triangle de la fraude »

La plupart des personnes qui commettent des fraudes sont des primo-délinquants sans antécédents criminels. Le modèle du « triangle de la fraude » (« fraud triangle », développé par Donald Cressey en 1950) est un modèle couramment utilisé pour expliquer pourquoi un individu peut commettre une fraude. Il décrit trois éléments clés qui contribuent à la décision d'un individu de commettre un acte frauduleux : l'opportunité, l'incitation et la rationalisation.

En effet, de nombreuses études suggèrent que la fraude est plus susceptible de se produire lorsqu'une personne a envie ou besoin de commettre une fraude, que des contrôles ou une surveillance insuffisants lui donnent l'occasion de le faire et qu'elle peut rationaliser son comportement. Une revue de 33 études scientifiques (Homer, 2020) sur le « triangle de la fraude » a montré que ce modèle est largement validé à travers divers sujets, secteurs et pays pour expliquer les délits financiers. Ce cadre a été formellement adopté par la profession d'auditeur financier qui cherchent à comprendre et à gérer les risques de fraude.

Le « diamant de la fraude »

Le modèle du « diamant de la fraude » (« fraud diamond », développé par Wolfe et Hermanson en 2004) étend le modèle du « triangle de la fraude » en ajoutant le paramètre des capacités à commettre une fraude, qui peuvent se matérialiser par les compétences individuelles, la connaissance des institutions, ou la compréhension des failles du système.

Incitation / motivation :

"J'ai envie ou besoin de commettre une fraude."

Éléments qui poussent une personne à commettre une fraude.

- Pression financière ressentie
- Désir de gain monétaire

Capacité :

"Je possède les capacités nécessaires pour frauder. J'ai reconnu cette opportunité de fraude et je peux la concrétiser."

- Connaissance des institutions
- Compréhension des failles du système

Opportunité :

"Il existe une faiblesse dans le système que je (ou un quelqu'un d'autre) pourrait exploiter."

Éléments qui font apparaître la fraude comme possible, avec de faibles risques de pénalités.

- Caractéristiques du système fraudé

Rationalisation :

"Je me suis convaincu que ce comportement frauduleux valait la peine de prendre des risques."

Justification d'une personne pour commettre une fraude.

- Croyance que violer des règles est acceptable



Les difficultés de la modélisation de la fraude



De l'économie du crime aux modélisations des décisions de fraude

L'analyse économique des décisions de fraude fiscale prend ses racines dans ce que l'on appelle l'économie du crime, développée à la fin des années 1960 par Gary Becker, qui constitue à étudier les comportements et décisions menant à une activité illégale. Selon cette approche, la décision de commettre un crime serait prise de manière rationnelle en évaluant les avantages (gains potentiels) et les risques (probabilité d'être pris et sanctions possibles).

Ce cadre de réflexion a ensuite été appliqué aux décisions de fraude (Allingham, 1972) : les contribuables se trouveraient ainsi dans une situation analogue d'analyse des coûts et bénéfices de frauder lorsqu'ils complètent leur déclaration de revenus et doivent décider quelle part de leur revenu pourrait être dissimulée aux autorités fiscales.



Irrationalité de la fraude

Ce précédent modèle souligne un des enjeux du contrôle de la fraude : la probabilité objective de subir un contrôle, comme la sanction encourue en cas de contrôle, est tellement faible dans la plupart des économies développées que les bénéfices de la fraude devraient dominer largement l'arbitrage coût-bénéfice des contribuables.

Le calcul coût-bénéfice auquel est supposé se livrer le contribuable « rationnel » conduit à un paradoxe : contrairement à une idée largement répandue, les bénéfices de la fraude fiscale sont tellement élevés, et le risque de sanction tellement faible, que la fraude fiscale semble finalement étonnamment limitée dans l'ensemble des économies développées et devrait atteindre des montants plus élevés que ceux qui sont constatés.



Existe-t-il une « morale » fiscale ?

Ce « mystère de la fraude fiscale » conduit donc à remettre en cause l'idée que les décisions de fraude se résumeraient à un arbitrage rationnel entre les avantages et les risques de la fraude.

Afin de l'expliquer, l'économie comportementale a introduit l'idée qu'il existait une « morale fiscale », une disposition intrinsèque à s'acquitter de ses obligations fiscales. Cette "morale fiscale" conduirait certaines personnes à se comporter de manière honnête et d'autres à choisir de dissimuler une partie de leurs revenus.

Cependant, comme pour la majorité des décisions, la fraude fiscale ne saurait se réduire à une grille d'analyse reposant sur la simple moralité des contribuables. De nombreuses expériences en psychologie font apparaître qu'une même personne peut être amenée à se comporter d'une manière soit conforme, soit contraire à la morale suivant le contexte dans lequel cette décision est prise.

Les facteurs psychologiques et sociaux

Équité et normes sociales

L'équité et les normes sociales sont deux concepts clés de sciences comportementales qui régissent la manière dont nous nous comportons et interagissons avec les autres. Les normes sociales sont des règles implicites ou explicites qui régissent les comportements acceptables dans un groupe. L'équité est souvent liée à des jugements sur ce qui est juste ou injuste. Ces concepts sont primordiaux dans les questions de fraudes financières. Les perceptions d'injustice ou d'inéquité dans la répartition des impôts peuvent motiver des comportements de fraude, tandis que des systèmes perçus comme équitables tendent à réduire le passage à l'acte. Les normes sociales influencent également la perception de conformité d'autrui et peuvent inciter à frauder (« si les autres le font, pourquoi pas moi ? »). Par exemple, le jeu de l'ultimatum (voir encadré) démontre que, dans certains contextes, les gens se soucient beaucoup plus de l'équité entre les participants que de la maximisation de leurs propres gains financiers.

Caractéristiques sociodémographiques

La diversité des expériences de fraude fiscale existantes permet également de mesurer le lien entre les décisions de fraude et les caractéristiques sociodémographiques des participants. Cela permet de montrer que la fraude fiscale est plus fréquente chez les hommes que chez les femmes, chez les personnes les plus jeunes, avec un haut revenu, et ayant peu confiance dans les actions du gouvernement (Hofmann, 2017). Le pouvoir explicatif des caractéristiques sociodémographiques reste cependant très limité : l'âge, le genre, le niveau de revenu expliquent certes une partie de l'hétérogénéité des comportements de fraude, mais une partie infime et qui est loin d'être suffisante pour en isoler les déterminants.

Pour tenter de mieux comprendre ce qui détermine la décision de frauder, des chercheurs ont combiné des expériences sur la fraude en laboratoire avec des questionnaires sur les caractéristiques de personnalité liées à l'adoption de comportements moraux, mesurant des traits comme la propension à se soumettre à une norme, à ressentir honte, culpabilité, et empathie. Les résultats montrent que bien qu'on observe certaines relations entre des traits de personnalité et la fraude, il est impossible de définir un profil type du fraudeur. En effet, l'ensemble des caractéristiques individuelles expliquent moins de 20 % des décisions de fraude observées.



Le jeu de l'ultimatum

Le jeu de l'ultimatum (Hoffman, 1996 ; Forsythe, 1994 ; Hoffman, 1994) est une expérience dans laquelle deux personnes se partagent une somme d'argent donnée (par exemple, 100€) lors d'une interaction anonyme unique. L'un des deux joueurs, "le proposant", fait une offre sur la manière de partager l'argent, tandis que le second joueur, "le destinataire", doit choisir d'accepter ou de rejeter cette proposition. Si le destinataire rejette l'offre, les deux joueurs ne reçoivent rien. Si le destinataire accepte l'offre, ils reçoivent tous deux les montants de partage proposés. La théorie économique standard prédit que l'auteur de la proposition offrira un partage très inégal (parce qu'il s'agit d'un jeu anonyme et unique) et que le destinataire acceptera toujours l'offre, puisque quel que soit le partage proposé, il sera mieux loti que s'il la rejette (il ne recevrait alors rien). Il est toutefois intéressant de noter que la majorité des offres portent sur un partage à peu près égal et que de nombreuses offres inégales sont rejetées. Cela suggère que les gens se soucient d'autre chose que de maximiser leur propre gain financier et qu'ils sont influencés par les normes sociales et les concepts d'équité. Cependant, ces recherches sur le jeu de l'ultimatum ont été principalement menées auprès de populations occidentales, éduquées, industrialisées, riches et démocratiques (acronyme "WEIRD" en anglais), et pourraient ne pas être généralisables à d'autres cultures (Bina, 2024).

L'influence du contexte sur les décisions fiscales

Certaines caractéristiques sociodémographiques, telles que l'âge ou le sexe, ou des traits de personnalité, expliquent une petite part de la fraude observée en laboratoire. Mais la moralité intrinsèque n'est pas toujours décisive dans l'adoption de comportements moraux. Une explication fréquente est que la personnalité influence l'intention de frauder, mais que le passage à l'acte dépend surtout du contexte. Des études en psychologie sociale montrent qu'une même personne peut être amenée à prendre des décisions très différentes suivant le contexte dans lequel cette décision est prise.

La banalité du bien : l'influence du contexte sur les décisions fiscales

Un vaste ensemble de recherches en psychologie sociale montre qu'une même personne peut, suivant le contexte, être amenée à prendre des décisions qui servent ou desservent le bien commun. Une expérience célèbre (Isen, 1972) s'intéresse par exemple au comportement de l'utilisateur d'une cabine téléphonique, confronté lorsqu'il en sort à un passant (complice de l'expérience) qui trébuche et répand devant lui les documents qu'il portait. De nombreuses expériences qui utilisent ce scénario montrent qu'**une même personne adoptera des attitudes totalement différentes suivant le contexte**. Par exemple, dans une variation de cette expérience, une pièce de monnaie a été déposée dans la cabine avant que la personne dont on étudie le comportement n'y entre. Le simple fait d'être exposé à cette bonne surprise fait passer la proportion de gens qui décident d'aider le passant malchanceux de 4 % à 87,5 %.

Ainsi, faire appel à la moralité des contribuables, leur rappeler les conséquences sociétales de la fraude fiscale et invoquer leur sens des responsabilités peut n'être que de peu d'effet sur une décision qui, pour une large frange de la population, est susceptible de basculer vers des comportements de fraude pour des raisons externes, tel qu'un contexte propice à la fraude.

Selon ce courant de recherche, une manière simple d'encourager l'adoption de comportements moraux – aider les autres, faire preuve de civisme ou payer ses impôts – ne recourt ni à la persuasion, qui consiste à modifier les attitudes pour modifier les comportements, ni à des menaces ou à des récompenses externes, qui correspondent aux outils traditionnels de l'intervention publique en économie, mais peut simplement consister à introduire des comportements ou actions préliminaires, comme faire une déclaration d'honnêteté ou apposer une signature au début d'un formulaire, pour modifier les attitudes et les comportements ultérieurs pour la suite de la déclaration.



Pistes d'interventions issues des sciences comportementales pour réduire la fraude



1.

Interventions ciblant le consentement à l'impôt, l'équité et la confiance dans l'administration fiscale

La perception de l'équité (si l'administration fiscale est perçue comme juste) renforce la confiance des contribuables, qui se sentent alors plus enclins à se conformer volontairement.



Éducation à l'impôt



Les études montrent que la connaissance du système fiscal joue un rôle clé dans l'adhésion des contribuables au système d'imposition. Un contribuable qui connaît mal le système fiscal ou qui ne comprend pas les mécanismes en jeu a plus de chance d'être critique vis-à-vis de l'impôt et à percevoir la fiscalité comme injuste. Aux États-Unis, par exemple, une expérience a montré que l'adhésion à une imposition progressive augmentait significativement après avoir reçu des explications sur le principe de la progressivité de l'impôt et les intérêts de la redistribution (Stantcheva, 2021).

Or, une enquête menée en France (Boyer, 2023) a révélé une connaissance limitée du système fiscal parmi les citoyens. Ce déficit d'information contribue à la défiance et peut favoriser des comportements de fraude. Ainsi, sensibiliser et former les citoyens sur l'importance des impôts en les reconnectant aux services publics qu'ils financent, en illustrant clairement comment leurs contributions soutiennent l'éducation, la santé, les infrastructures et la sécurité permettrait de renforcer leur consentement à l'impôt.

Si des efforts existent déjà en matière de pédagogie fiscale, l'enjeu est désormais d'améliorer leur diffusion et de les intégrer aux moments et espaces clés où le risque de fraude est le plus élevé, par exemple sur le site des impôts, lorsque le contribuable déclare ses revenus. Des encadrés pédagogiques, de courtes vidéos explicatives ou une infographie montrant la répartition du budget de l'État pourraient y être intégrés directement, afin de donner l'information pertinente au moment où elle est la plus susceptible d'avoir un impact. Des exemples de projets financés, ainsi qu'une distinction des impôts locaux pourraient également rendre l'information plus concrète pour les citoyens. Par exemple, le paiement de la taxe foncière pourrait être illustré avec les infrastructures locales financées (écoles, routes, transports publics).



Extrait de la page "Comment sont utilisés mes impôts ?" sur le site economie.gouv.fr
[Comment sont utilisés mes impôts ? | Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie et Ministère chargé du Budget et des Comptes publics](https://economie.gouv.fr/Comment-sont-utilises-mes-impots)

Adhésion au processus d'imposition

Encourager l'adhésion des contribuables au processus d'imposition passe en partie par une plus grande transparence sur l'utilisation des impôts et une implication active dans les décisions concernant l'utilisation des fonds publics. Cette implication peut se faire à différentes échelles, au niveau national comme au niveau local. Offrir aux citoyens la possibilité de participer à des consultations ou à des votes sur les priorités budgétaires, par exemple, renforce leur sentiment d'appartenance et leur perception de justice fiscale. Cette approche participative favorise non seulement une meilleure compréhension des enjeux fiscaux, mais contribue également à réduire le sentiment de contrainte ou d'injustice, deux facteurs souvent associés à la fraude fiscale. Ainsi, en transformant l'impôt en un acte de collaboration plutôt qu'en une obligation subie, les comportements frauduleux peuvent être significativement limités.

Une expérience (Alm, 1993) a testé l'effet d'un vote organisé préalablement à une déclaration fictive d'imposition, afin de choisir l'association caritative à laquelle sont reversés les fonds collectés par l'imposition de l'expérience. En comparaison à une situation où l'utilisation des fonds est décidée de manière arbitraire, sans consultation des contribuables, la fraude fiscale diminue fortement lorsque les participants à l'expérience pouvaient choisir la manière dont étaient utilisés les fonds.

Ainsi, permettre aux contribuables de s'exprimer sur la manière dont leurs impôts devraient être dépensés accroît le respect des obligations fiscales, en améliorant l'attitude générale à l'égard de la fiscalité. Offrir une voix aux contribuables reconnecte les paiements d'impôts aux services publics reçus en retour, diminue le sentiment général anti-impôt et maintient la satisfaction vis-à-vis des paiements d'impôts.

Toutefois, il est essentiel de garantir que les avis recueillis soient effectivement pris en considération et respectés dans les décisions finales. Si les contribuables estiment que leurs préférences sont négligées après avoir été sollicitées, cela pourrait provoquer un effet rebond, accroissant la défiance et le sentiment d'être consultés uniquement pour la forme, ce qui pourrait augmenter la fraude fiscale.



Engager les contribuables dans le processus d'imposition

Deux expériences (Lamberton, 2014) montrent que donner la possibilité aux contribuables de s'exprimer sur les priorités de dépenses gouvernementales augmente la conformité fiscale.

Dans un premier temps, un environnement de laboratoire simule un système de « taxe de laboratoire ». Dans cette expérience, permettre à un groupe de traitement d'exprimer des préférences sur les priorités de dépenses fiscales entraîne une augmentation de 16 % de la conformité fiscale.

Une étude en ligne de suivi a ensuite testé cette approche avec une simulation du paiement des impôts fédéraux aux États-Unis. Dans ce cadre, autoriser les contribuables à signaler leurs préférences sur la répartition des dépenses publiques a entraîné une réduction de 15 % du taux déclaré d'utilisation d'une échappatoire fiscale.

Perception d'équité et confiance envers l'administration



Travailler à installer un sentiment d'équité et une relation de confiance avec l'administration fiscale jouent un rôle central dans la lutte contre la fraude. Une méta-analyse de 33 articles a montré que l'amélioration de la qualité du service et l'augmentation de la confiance des citoyens sont deux instruments efficaces pour lutter contre l'évasion fiscale (Nurkholis, 2020). Une administration plus humaine, accessible et compréhensive peut inciter à une meilleure conformité en réduisant les sentiments d'injustice ou de frustration. Par ailleurs, la confiance entre les citoyens et l'administration est essentielle : des décisions ou des pratiques perçues comme injustes ou arbitraires peuvent éroder la confiance des contribuables, les poussant à justifier des comportements frauduleux. En revanche, une administration qui démontre équité, transparence et respect dans ses interactions avec les contribuables renforce leur engagement et leur volonté de respecter leurs obligations fiscales.

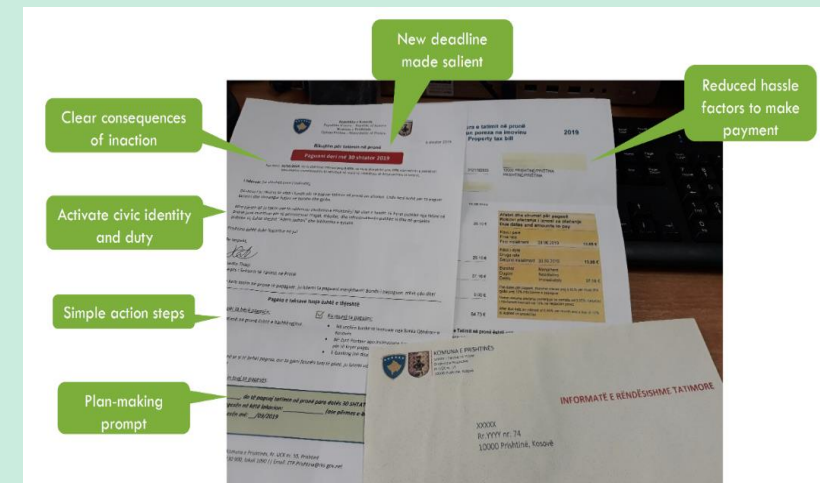
L'efficacité publique (ou la productivité des dépenses publiques), en renforçant la confiance dans les institutions, est un autre facteur déterminant de la volonté de payer ses impôts. Une étude comparant l'efficacité publique de 18 pays d'Amérique Latine (Castañeda-Rodríguez, 2014) montre cependant que l'efficacité publique doit augmenter de manière significative avant que son effet sur la conformité fiscale des contribuables ne devienne positif.

D'autres études montrent que le renforcement de la responsabilité civique et l'amélioration de la qualité institutionnelle et politique pourraient s'avérer particulièrement bénéfiques pour améliorer le respect des obligations fiscales (Barile, 2024).

Activer l'identité civique dans un courrier de rappel d'imposition

Une campagne de communication a été menée à Pristina, la capitale du Kosovo, visant à inciter les particuliers à s'acquitter de leurs obligations fiscales dans les délais impartis (ideas42, 2021). La lettre s'appuyait notamment sur la stimulation du devoir civique et de l'identité (« Votre soutien permet à Pristina de continuer à financer les projets publics nécessaires à son développement et à sa croissance. Notre ville compte sur vous ! »), ainsi que d'autres leviers comportementaux.

Sur 4000 contribuables ciblés de manière aléatoire pour recevoir ce courrier, le taux de paiement à temps a augmenté de 15,8 % dans la population générale et plus spécifiquement de 59,2 % parmi les citoyens qui n'avaient pas payé leurs impôts fonciers l'année précédente. Malgré un grand nombre d'adresses incorrectes dans le groupe de traitement limitant l'impact, l'intervention a prouvé l'efficacité de l'appel à l'identité civique pour améliorer la conformité fiscale.



Personnaliser les communications

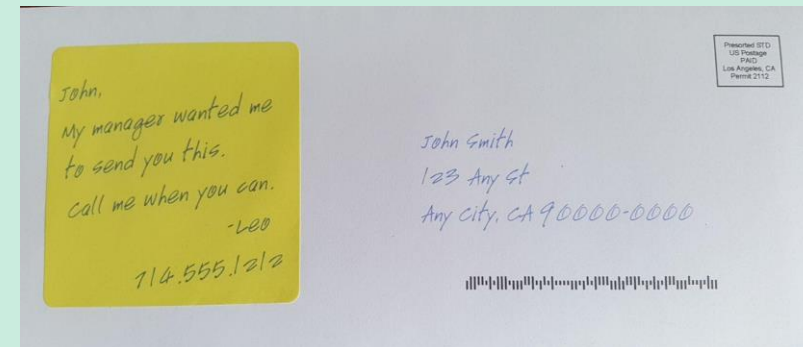
La plupart des communications relatives aux impôts et aux prestations sociales sont envoyées en masse et sous une forme assez générique. Cependant, les individus sont plus susceptibles d'agir sur un message personnalisé, qui leur semble pertinent pour eux. Les nouvelles technologies facilitent la personnalisation des messages à moindre coût. L'un des moyens simples de rendre un message plus personnel est de l'adresser spécifiquement à son destinataire, en ajoutant son nom et son prénom, ce qui n'est pas fait systématiquement. L'impact d'une police manuscrite pour l'écriture des noms du destinataire et/ou de l'expéditeur pourrait également être testé. Le langage peut être rendu plus personnel de plusieurs autres manières, par exemple en ajoutant directement dans le mail de rappel des informations sur le montant des impôts à payer, ou bien sur les obligations fiscales du destinataire (« Monsieur X, vous nous devez 1250€ pour vos propriétés à Meudon et Villefranche »).

En plus de personnaliser les messages en fonction des individus, il peut être utile d'examiner si les gens sont plus susceptibles de répondre aux messages des organismes publics lorsqu'ils sont rédigés par une personne nommée, plutôt que directement par l'administration. Mettre en évidence les coordonnées que l'utilisateur peut utiliser pour contacter un agent de l'administration peut être plus efficace que de l'orienter vers une ligne d'assistance générale, de même que l'utilisation de pronoms personnels tels que « je » et « nous » au lieu de références organisationnelles plus génériques.



Une étude inspirante sur l'écriture manuscrite

Une expérience menée aux États-Unis a testé l'impact de notes format Post-it et de l'écriture manuscrite sur la probabilité que les personnes répondent à une enquête. L'enquête accompagnée d'une note Post-it manuscrite demandant de répondre a reçu un taux de réponse de 76 %, contre 36 % pour ceux qui n'ont reçu que l'enquête et la page de couverture, sans note Post-it. De plus, ceux qui répondaient à la note Post-it manuscrite ont renvoyé l'enquête plus rapidement et avec des réponses plus détaillées. Lorsque l'expérimentateur a ajouté ses initiales et un « merci », les taux de réponse ont encore augmenté.



2.

Interventions ciblant la complexité du système fiscal

La complexité administrative peut conduire certains contribuables à la non-conformité par erreur. Simplifier les processus et utiliser un langage clair aide à réduire les erreurs involontaires et à encourager la conformité.



Simplifier les démarches

Un enseignement fondamental des sciences comportementales est que, pour inciter une personne à accomplir une action, il est primordial de lui en faciliter la réalisation. Afin que les individus paient leurs impôts (en temps et en heure et de manière honnête), il faut rendre les processus administratifs clairs, simples et transparents. Supprimer les frictions inutiles, comme des étapes répétitives ou des formulaires complexes, limite les erreurs, facilite la conformité et encourage les individus à suivre les règles. Cependant, le système fiscal est intrinsèquement complexe, car il reflète la diversité des processus et des situations. Toute simplification ne doit pas être menée au détriment de l'équité ou de l'efficacité, et viser uniquement à simplifier sans tenir compte des spécificités, ce qui pourrait entraîner des résultats contre-productifs.

De plus en plus d'éléments démontrent qu'il est possible d'encourager les individus à modifier leur comportement par le biais de simplifications souvent relativement faciles à mettre en oeuvre. Par exemple, le simple fait d'inclure les étapes explicites que les gens doivent suivre pour adopter un comportement rend ce comportement plus probable. Une étude classique (Leventhal, 1965) a montré que l'un des principaux facteurs influençant l'acceptation par les étudiants d'une injection antitétanique était le fait de recevoir un plan d'action détaillé, avec une carte sur laquelle était indiqué l'itinéraire à suivre pour se rendre à la clinique. Une expérience en conditions réelles menée en Belgique par De Neve (2021) a montré que la simplification de la communication de l'administration fiscale augmente considérablement le respect des règles par les citoyens, pour un coût modeste.

Les services étant maintenant majoritairement en ligne, il est plus facile pour les administrations d'aider les personnes à se conformer à des processus souvent complexes en pré-remplissant les formulaires avec des informations connues. Une étude comparative des administrations fiscales de 13 pays (OECD, 2009) a révélé que les administrations les plus performantes pré-remplissent tous les champs des formulaires fiscaux des particuliers avec des informations connues par l'administration, aidant ainsi les contribuables à améliorer l'exactitude de leurs déclarations, et réduisant les taux d'erreur dans les déclarations fiscales de ces pays.



Une intervention sur la simplification d'instructions en Indonésie

La longueur et la complexité du manuel d'instructions officiel de la Direction générale des impôts en Indonésie constituent un obstacle potentiel pour remplir correctement un des formulaires d'imposition. Ce manuel d'instructions compte 68 pages et se concentre sur les réglementations fiscales. Une intervention menée par le Behavioural Insights Team (2018) a pris la forme d'un dépliant de deux pages répondant aux questions fréquemment posées par les contribuables au sujet du formulaire d'imposition. 1 502 participants ont été assignés de manière aléatoire à recevoir soit le nouveau dépliant (groupe de traitement), soit des extraits du manuel d'instruction existant (groupe de contrôle). Le dépliant a permis d'améliorer la précision globale de 8 %. Si la fatigue mentale liée à la lecture d'un manuel complet de 68 pages dans la vie réelle (au lieu d'extraits pertinents dans des conditions de test) incite les contribuables à commettre des erreurs ou à abandonner, le dépliant pourrait s'avérer plus efficace.

Simplifier et mettre en valeur les messages clés

Les formulaires et les processus administratifs n'indiquent pas toujours clairement les actions requises et les informations importantes. Il est parfois nécessaire d'inclure toute la gamme des éventualités dans les documents officiels, ce qui noie les informations les plus pertinentes. Pour réduire les erreurs et augmenter les taux de réponses et de passage à l'action, il est important de simplifier les formulaires et le langage employé, mettre l'accent sur les messages clés et d'indiquer clairement les actions à entreprendre.

Ancienne notice

NOTICE POUR
REEMPLIR LA
DÉCLARATION

INDICATIONS GÉNÉRALES

La déclaration de contrat de prêt doit être souscrite soit par l'intermédiaire qui intervient dans la conclusion du contrat ou la rédaction de l'acte, soit, en l'absence d'intermédiaire, par le débiteur pour chaque contrat de prêt d'un montant en principal

REMARQUE: Les renseignements concernant les bons de caisse, de capitalisation et titres assimilés doivent être portés sur la déclaration IFU n° 2561.

Pluralité de contrats au nom d'un même débiteur ou créancier dont le montant unitaire n'excède pas le seuil de 5000€ Lorsque plusieurs contrats de prêts d'un montant unitaire inférieur à 5000€ sont conclus au cours d'une année au nom d'un même débiteur ou d'un même créancier et que leur total dépasse 5000€, tous les contrats ainsi conclus doivent être déclarés. Dans cette situation, la déclaration n° 2092 est souscrite, suivant le cas, par le débiteur ou le créancier ou par son délégué financier.

Notice pour remplir la déclaration de contrat de prêt
n° 2062

Dans quels cas faut-il faire une déclaration ?

Un contrat de prêt de somme d'argent est un acte, écrit ou oral, par lequel une personne physique ou morale met un certain montant à la disposition d'une autre personne qui s'engage à la restituer selon les modalités prévues.

La déclaration doit être souscrite pour tout contrat de prêt d'un montant (hors intérêts) supérieur à 5 000 € :

- par le débiteur, en règle générale ;
- toutefois, quand un intermédiaire (personne physique ou morale) intervient dans la conclusion du contrat ou la rédaction de l'acte, c'est à lui de souscrire la déclaration.

Cas particulier : Lorsque plusieurs contrats de prêts d'un montant unitaire inférieur à 5 000 € sont conclus au cours d'une année civile au nom d'un

même débiteur ou d'un même créancier et que leur total dépasse 5 000 €, tous les contrats ainsi conclus doivent être déclarés par le débiteur ou le créancier concerné, en utilisant l'annexe 2062-A.

Remarque : Les renseignements concernant les bons de caisse, de capitalisation et les titres assimilés doivent être portés sur la déclaration IFU n° 06#4.

Où placer les informations importantes ?



Les principes de simplification administrative

- **Aller à l'essentiel** : éviter les informations superflues
- **Organiser avec logique l'information** :
 - Structurer clairement le contenu ;
 - Mettre les informations clés en évidence, en gras et au début du courrier ou de l'e-mail ;
 - Utilisation des images et des couleurs pour aider à capter l'attention sur les informations importantes ou les actions à entreprendre ;
 - Utiliser des listes et cases à cocher lorsqu'il y a plusieurs étapes successives à réaliser pour mieux retenir les étapes à suivre.
- **Utiliser des mots simples** : rendre le langage et les termes utilisés accessibles.

Tous ces éléments contribuent à la « facilité cognitive » : ils aident à simplifier le traitement et la compréhension des informations par les citoyens.

De nombreuses ressources d'aide à la simplification sont disponibles :

- Le guide [Vaincre la phobie administrative grâce aux sciences comportementales](#)
- Les fiches [Simplifier les documents administratifs](#)
- Le [lexique administratif](#)



Accompagner les usagers

Aider les usagers, leur fournir des instructions claires et des ressources suffisantes est essentiel pour limiter les erreurs et prévenir les comportements frauduleux¹. Un manque d'accompagnement peut générer frustration et incompréhension, pouvant conduire à des comportements frauduleux, que ce soit par négligence ou par rationalisation de la fraude.

Pour prévenir ces risques, des outils efficaces doivent être proposés : assistance téléphonique accessible, chatbots performants, FAQ détaillées et instructions personnalisées selon la situation des personnes, intégrées aux démarches administratives. Les instructions pour la collecte des informations nécessaires à la vérification de l'éligibilité ou des droits (notamment dans le cas des aides sociales) doivent être accessibles, compréhensibles et mises à jour régulièrement.

Mais l'accompagnement ne doit pas se limiter aux usagers : les agents publics en charge des impôts, cotisations et prestations sociales doivent être formés et soutenus afin de mieux répondre aux attentes des citoyens et les aider dans leurs démarches. Des agents bien formés et informés sont plus à même d'expliquer clairement les obligations fiscales et sociales, de prévenir les erreurs involontaires et d'encourager la conformité.

L'efficacité de ces mesures peut être évaluée via plusieurs indicateurs : analyse des délais d'attente pour l'assistance, tests d'accessibilité des services, suivi des retours des usagers et des agents, ou encore analyse des tendances en matière de conformité et de détection des fraudes. Bien accompagnés et dotés d'outils adaptés, les agents sont plus efficaces pour prévenir la fraude et garantir une meilleure conformité des démarches des citoyens.



1. [Help and support | Commonwealth Fraud Prevention Centre](#)

Mettre en évidence les aides et recours possibles



Mettre en évidence les aides et recours possibles en cas de difficultés à payer ses impôts peut réduire la fraude fiscale en atténuant les comportements de non-conformité motivés par la détresse financière ou la perception d'injustice. Les sciences comportementales montrent que les individus sont plus enclins à frauder lorsqu'ils se sentent acculés, perçoivent le système comme hostile ou manquent d'alternatives viables. En rendant visibles des solutions telles que des échéanciers de paiement, des réductions ou des plans de rééchelonnement, on réduit l'anxiété liée à l'impossibilité de s'acquitter des impôts, tout en renforçant la perception d'un système fiscal équitable et bienveillant. Ces messages peuvent être personnalisés en fonction des situations et des caractéristiques sociales et économiques (avec des conseils personnalisés, par exemple, pour les petites entreprises, les professions indépendantes, ou les ménages à revenus modestes).

Le HMRC (His Majesty's Revenue and Customs) au Royaume-Uni a utilisé des lettres personnalisées rappelant aux contribuables en difficulté qu'ils pouvaient contacter l'administration pour discuter d'options de paiement, ce qui a entraîné une réduction significative des arriérés (Behavioural Insights Team, 2012).

J'AI DES DIFFICULTÉS POUR PAYER

Si vous avez des difficultés financières provisoires et que vous n'êtes pas en mesure de payer votre impôt à l'échéance, vous pouvez demander, en fonction de votre situation, à bénéficier à titre exceptionnel, d'un délai de paiement.

DÉLAI DE PAIEMENT

Dès réception de votre avis d'impôt (IR, TH, TF), si vous rencontrez des difficultés, vous pouvez demander, à titre exceptionnel, un délai de paiement directement dans votre espace Particulier.

[> Lire la suite](#)

3.

Interventions basées sur les connaissances en psychologie sociale

La morale et les dynamiques inter-individuelles influencent fortement la conformité fiscale et les comportements vis-à-vis de l'impôt. La prise en compte des enseignements de psychologie sociale peut permettre d'élaborer des interventions simples et efficaces



Utiliser la norme sociale

Les normes sociales sont des règles comportementales implicites partagées par les membres d'une société ou d'un groupe donné, qui définissent ce qui est perçu comme un comportement « normal » et approprié pour ce groupe. Les normes sociales sont constituées de ce que nous faisons, de ce que nous pensons que les autres font et de ce que nous pensons que les autres approuvent et attendent de nous. Elles ont une très forte influence sur la manière dont nous réagissons à différentes situations. La plupart des citoyens ne commettent pas de fraude parce qu'ils ont un sens très fort de l'obligation morale, de la justice et de l'équité, qui est partagé par leur entourage. En d'autres termes, il existe une norme sociale forte qui interdit de commettre des actes de fraude.

Nous pouvons utiliser cette connaissance pour informer les gens du bon comportement des autres en utilisant des « normes descriptives » qui décrivent simplement ce que la plupart des gens font. Cette méthode s'est avérée efficace pour encourager le recyclage, la réduction de l'utilisation de l'énergie et de l'eau, ainsi que le respect des obligations fiscales (voir encadré).

Cependant, il est essentiel de les utiliser avec précaution : si un comportement non conforme est trop répandu, insister dessus pourrait avoir l'effet inverse en renforçant la perception que la fraude est courante. Les campagnes donnent parfois involontairement l'impression qu'un comportement problématique est largement répandu, par exemple en affichant dans les cabinets médicaux le nombre de personnes ayant manqué leur rendez-vous au cours de l'année précédente.

Comprendre et changer des normes sociales profondément enracinées prend du temps, mais peut se révéler important car permet d'informer les interventions de changement de comportement qui vont au-delà de l'individu et déclenchent un changement collectif en modifiant les normes sociales et en rendant les crimes moins acceptables. Par exemple, la lutte contre la conduite en état d'ivresse a réduit la fréquence de ce comportement, ce qui l'a rendu en quelques années socialement inacceptable. Ce type de dissuasion crée un cercle vertueux : la criminalité diminue, ce qui renforce l'idée que ces actes sont anormaux, réduisant encore leur occurrence. Ainsi, les efforts peuvent se concentrer sur les récidivistes, tandis que la majorité est dissuadée par la pression sociale et morale.

Utiliser les normes sociales pour encourager le respect des obligations fiscales



En informant les contribuables que « la majorité des citoyens paient leurs impôts », on peut aligner les actions individuelles sur celles de la majorité.

Une communication informant du taux réel (qui doit être perçu comme faible) d'évasion fiscale dans le Minnesota a corrigé la perception erronée des contribuables selon laquelle beaucoup d'autres personnes ne payaient pas leurs impôts, ce qui a contribué à augmenter les taux de respect des obligations fiscales. Ces normes descriptives, qui soulignent ce que fait la majorité, sont d'autant plus efficaces qu'elles peuvent être ciblées sur une population ou un groupe spécifique, ce qui, dans ce cas, a été réalisé en se référant à la zone locale plutôt qu'à la norme nationale. Au Royaume-Uni, une communication basée sur les normes sociales indiquant simplement que 9 personnes sur 10 dans leur zone de résidence ont déjà payé leurs impôts a également entraîné une augmentation substantielle des remboursements d'impôts par rapport à un groupe de contrôle.

D'autres études donnent des résultats plus nuancés. Dans une expérience menée dans le Colorado (Cranor, 2020), un message communiquant sur les normes sociales pour motiver les contribuables en retard à payer leurs impôts n'a pas eu d'effet significatif. De même, dans une expérience de terrain menée en Lettonie sur 3 813 entreprises connues pour sous-déclarer les salaires (Saulitis, 2024), l'envoi de messages communiquant sur les normes sociales a eu des effets à court terme mais sans impact durable.

Inciter à l'honnêteté (à des moments clés)



La plupart des individus se perçoivent comme honnêtes et cherchent à agir en accord avec leurs valeurs morales. Ce principe peut être exploité pour renforcer la conformité fiscale en rappelant aux contribuables leur propre désir d'honnêteté. Cependant, cela n'est pas toujours confirmé expérimentalement : une expérience menée en Belgique par De Neve (2021) a montré que les messages faisant appel à la morale du contribuable n'ont que peu d'effet, voire diminuent le civisme fiscal.

La littérature académique suggère également que les individus sont plus susceptibles d'être malhonnêtes s'ils peuvent le faire par omission plutôt que par commission, c'est-à-dire en ne fournissant pas ou en ne mettant pas à jour des informations plutôt qu'en fournissant activement de fausses informations. En effet, le fait de fournir activement de fausses informations rend la malhonnêteté plus évidente et rend plus difficile le maintien de l'image morale de l'individu. Cela peut se matérialiser, par exemple, en demandant à des personnes de remplir une déclaration même lorsqu'ils n'ont pas de revenus à déclarer (pour vérifier que les informations concernant leur situation sont à jour), ou en leur demandant de déclarer que leur situation n'a pas changé lorsque cela a des conséquences sur les prestations qu'ils reçoivent. Ces techniques, qui se rapprochent du *sludge* (l'ajout de frictions dans une démarche afin de décourager un comportement) doit se faire en équilibre avec la simplification des processus.

La théorie de l'engagement en psychologie sociale montre que nos décisions influencent nos comportements futurs : une fois un choix fait, nous avons tendance à agir de manière cohérente avec celui-ci. Appliqué aux comportements de fraude, cet effet peut être mobilisé en demandant aux contribuables de signer un engagement d'honnêteté avant de remplir leur déclaration, plutôt qu'à la fin.

Une expérience sous forme de loterie dans laquelle les participants doivent déclarer librement le montant d'argent remporté à l'issue d'un tirage au sort (Jacquemet, 2020) a démontré que le simple ajout d'un engagement d'honnêteté réduit significativement les fausses déclarations : sans engagement préalable, 79 % des participants déclarent un montant supérieur à la réalité, contre seulement 37 % lorsque la signature précédait la déclaration. Cependant, cet effet concerne principalement les fraudeurs hésitants, tandis que les fraudeurs convaincus restent peu influencés.

Ces études ne permettent pas de savoir combien de temps dure l'augmentation de l'honnêteté. Par exemple, si un formulaire compte plus de 50 pages et que vous signez au début, nous ne savons pas si l'effet dure le temps nécessaire pour remplir le formulaire. L'impact le plus important est susceptible d'être ressenti en plaçant la case de signature juste avant les informations qui nécessitent le plus une déclaration honnête.

Récompenser le comportement souhaité



Dans certaines circonstances, il est possible de motiver les individus à agir en récompensant leurs actions. L'un des moyens d'y parvenir consiste à renforcer positivement un bon comportement, ce qui peut être aussi simple que de dire « merci » en réponse à un comportement souhaité. Par exemple, une lettre de remerciement en réponse à un comportement à valoriser, comme la déclaration ou le paiement de ses impôts avant la date limite. En revanche, des études montrent que les messages de remerciement n'ont aucun effet sur le comportement de conformité à l'impôt. L'administration fiscale et douanière néerlandaise a testé l'efficacité des messages de remerciement avant ou après le remplissage d'une déclaration d'impôts, qui n'a montré aucune différence sur la conformité à l'impôt par rapport aux citoyens n'ayant pas reçu de remerciements (Dutch Tax and Customs Administration, 2024).

Une manière plus explicite de promouvoir les comportements positifs est de recourir à des incitations. Les autorités fiscales utilisent déjà des incitations négatives (pénalités), mais les récompenses positives pourraient également être des moyens efficaces de motiver les bons comportements. L'un des exemples les plus novateurs sont les loteries, qui ont été utilisés dans d'autres parties du monde pour encourager le respect des obligations fiscales (voir encadré).

Comme dans d'autres interventions comportementales, il est cependant important de se méfier de potentiels effets négatifs. Il existe un risque qu'une utilisation excessive des récompenses puisse remplacer les motivations internes sous-jacentes d'un individu (désir de bien faire, de se conformer à la norme...) ou induire de la frustration ou de l'indignation dans un contexte de défiance ou d'inéquité perçue.



L'utilisation des loteries pour augmenter la conformité à la TVA suscite un intérêt croissant parmi les États membres de l'UE. Des pays comme Malte (depuis 1997), la Slovaquie (2013) et le Portugal (2014) ont déjà mis en place ces loteries, tandis que d'autres envisagent de les adopter. Ce système a également une longue histoire en dehors de l'Europe, notamment à Taïwan depuis les années 1950. Ces loteries visent à encourager l'émission de reçus dans les transactions entre entreprises et consommateurs, augmentant ainsi les transactions officielles et permettant de collecter la TVA. Le principe est d'inciter les consommateurs à demander un reçu, qui peut servir de ticket de loterie et leur offrir la chance de gagner un prix. Pour les autorités fiscales, les coûts de la loterie sont compensés par l'augmentation des recettes fiscales et par l'effet de surveillance citoyenne, qui détecte les entreprises ne respectant pas la TVA.

Bien que le concept soit simple, la conception et la mise en place optimale de ces loteries sont souvent plus complexes. L'effet fiscal positif, à savoir la réduction de la fraude à la TVA grâce à la loterie, doit être évalué empiriquement. Des considérations politiques doivent également être prises en compte. Les pays ayant mis en place des loteries soulignent la nécessité d'accompagner la loterie d'une campagne d'information, de maintenir les coûts de participation bas, d'utiliser les données collectées à travers la loterie, et de cibler les secteurs où la fraude à la TVA est plus courante, comme les transactions en espèces. Il a également été mentionné que les grandes entreprises et chaînes de distribution bénéficient moins de ces loteries en termes fiscaux.

4.

Interventions basées sur la dissuasion

Traditionnellement, les administrations fiscales utilisent les contrôles et sanctions pour encourager la conformité des individus. Bien que la probabilité perçue d'un contrôle ait un effet positif, les études montrent que cet effet est limité, en partie car certains contribuables respectueux peuvent réagir négativement à un contrôle.



La dissuasion contre la fraude

La théorie économique classique explique la réduction de la criminalité par la dissuasion : la peur d'être détecté, inculpé et sanctionné pousse les individus à éviter les comportements frauduleux (Abramovaite, 2023). Selon cette théorie, les fraudeurs potentiels sont considérés comme rationnels, pesant les coûts attendus d'un acte (probabilité d'être pris et sévérité de la sanction) face aux bénéfices espérés (cf. partie "[Les difficultés de la modélisation de la fraude](#)"). Cependant, certains criminologues remettent en question ce modèle, en soulignant que la majorité des citoyens ne commettent pas de crimes, non par calcul rationnel, mais parce qu'ils considèrent ces actes moralement inacceptables (Wikström, 2011).

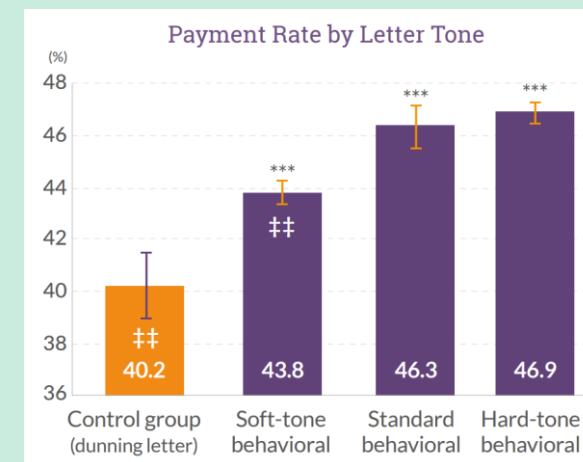
La dissuasion est néanmoins un mécanisme efficace pour prévenir la fraude (Alm, 2023 ; De Neve, 2021), en modifiant les croyances et les perceptions d'une personne quant aux risques et aux avantages perçus de la fraude. Si la dissuasion fonctionne comme prévu, elle est préventive : moins de personnes commettent des délits et la société n'a que rarement à appliquer des sanctions. La dissuasion traditionnelle consiste à rendre la fraude plus risquée ou coûteuse pour un individu, par exemple en augmentant les sanctions ou en intensifiant les efforts pour détecter les fraudeurs. En mesurant les avantages et les inconvénients de commettre une fraude, toute augmentation du coût pour un individu de frauder devrait entraîner une diminution proportionnelle de la fraude. Ce n'est pas toujours le cas, car les risques et les conséquences de la fraude ne sont pas toujours clairs ou perçus comme crédibles.

La dissuasion repose sur deux piliers : la probabilité de détection et la sévérité des sanctions. La recherche montre que la probabilité perçue d'être détecté est plus dissuasive que la gravité des sanctions. Cette constatation souligne l'importance de communiquer activement sur les capacités de détection et de contrôle.



En Pologne, un essai randomisé contrôlé a testé neuf versions de lettres basées sur des leviers comportementaux, sur 149 925 contribuables en retard sur le paiement de leurs impôts ([World Bank](#), 2017). Les messages incluaient différentes tonalités de message : des **tons "doux"** basées sur les normes sociales ("La majorité des citoyens paie ses impôts à temps") et sur les biens publics ("Les impôts financent les écoles"), et des **tons "durs"**, qui mettaient l'accent sur les mesures de dissuasion, notamment les sanctions en cas de non-respect des règles et la présentation du non-paiement comme un choix intentionnel et délibéré.

La lettre la plus efficace contenait un message dissuasif qui décrivait le non-paiement comme un choix intentionnel, et a entraîné une hausse de 20,8 % du nombre de contribuables respectant leurs obligations fiscales. Cette étude montre que la dissuasion par des messages adaptés au contexte peut être un levier efficace pour améliorer le respect des obligations fiscales.



Mettre en avant le risque et l'impact de la fraude

Lorsque l'on est informé des conséquences de la fraude, on est moins susceptible de rationaliser ou de justifier des comportements frauduleux. Le risque peut être accentué en mettant en avant l'utilisation d'informations tierces par les autorités pour confirmer les déclarations de revenus. Cette pratique est déjà en place, mais n'est pas communiquée aux contribuables. Il pourrait être efficace de souligner que cette pratique est courante, de sorte que les contribuables comprennent que les informations qu'ils fournissent sont susceptibles d'être croisées avec d'autres sources, telles que les comptes bancaires ou d'autres administrations.

De plus, les individus sont plus susceptibles de commettre des actes malhonnêtes s'ils estiment bénéficier d'un certain degré d'anonymat. Cela peut être contré, par exemple, en publiant les noms des fraudeurs récidivistes ou des mauvais payeurs importants. En avril 2010, une législation a été introduite au Royaume-Uni permettant à la HMRC de publier les détails des entreprises délibérément prises en train de frauder plus de 25 000 £. Lorsqu'il s'agit de publier des informations, il sera important d'éviter de donner l'impression que ce comportement est très répandu. Cela pourrait avoir l'effet pervers de renforcer une norme sociale négative.

D'autre part, les individus ont tendance à réfléchir au-delà du risque personnel de la fraude. Une étude a montré que les gens sont beaucoup moins enclins à mentir pour un gain financier personnel si l'impact sur d'autres participants est élevé. Étant donné que les personnes commettant une fraude contre des organismes publics ne comprennent pas toujours l'impact que ces actions pourraient avoir sur les autres, présenter les dettes fiscales comme une perte pour certains services publics pourrait augmenter la conformité. À un niveau local, cela pourrait être fait en mettant en lumière l'impact des factures d'impôts locaux impayées sur les services de nettoyage des rues, par exemple.



Etude sur la mise en évidence des risques de fraude (sur les entreprises)

En 2018, le Behavioural Insights Team (BIT) et l'agence de sécurité sociale indonésienne pour la main-d'œuvre (BPJSTK) ont testé l'efficacité de différents e-mails basés sur des leviers comportementaux, pour inciter les 95 156 entreprises à payer leurs arriérés de paiements de cotisations sociales. Les entreprises ont été réparties en cinq groupes recevant des versions d'e-mails différentes basées sur les normes sociales, le risque de poursuites, le risque pour les employés, et la planification du paiement. L'e-mail sur le risque de poursuites a été le plus efficace, augmentant de 2,6 points de pourcentage la probabilité qu'une entreprise effectue un paiement à temps. Cela a conduit à 500 entreprises supplémentaires effectuant des paiements et à un recouvrement d'arriérés correspondant à 715 000 dollars américains. Les e-mails sur le risque de poursuites, le risque pour les employés et la planification ont significativement amélioré les taux de paiement, tandis que l'e-mail sur les normes sociales n'a pas été plus efficace que l'absence d'e-mail.

Messages et stratégies de dissuasion efficaces

Les leviers de dissuasion suivants sont issus du [Commonwealth Fraud Prevention Centre](#) :

- Clarifier que la fraude est un délit ayant des conséquences, affectant particulièrement les membres vulnérables de la société.
- Communiquer sur le fait que l'administration détecte activement la fraude et prend des mesures contre les fraudeurs.
- Présenter le non-paiement comme un choix intentionnel et délibéré.
Ce type de message est testé dans un projet mené par la [Commission Européenne \(2023\)](#) en Belgique et en Irlande, dans lequel des lettres basées sur des leviers comportementaux sont envoyées à des contribuables ayant des dettes d'impôt sur le revenu. Un de ces leviers avertit que l'absence de réponse sera considérée comme un choix délibéré (« Auparavant, nous considérions votre manque de réponse comme un oubli. Désormais, si vous n'agissez pas, nous considérerons cela comme un choix actif »). Ce type de message doit s'accompagner d'un rappel du droit à l'erreur, afin de distinguer la fraude d'un réel oubli involontaire et de permettre aux contribuables de bonne foi de se régulariser sans sanction.
- Informer sur les conséquences réelles, comme des exemples récents de poursuites réussies.
- Émettre des rappels et des alertes pour avertir les utilisateurs lorsque des informations sont incohérentes ou irrégulières permet d'avertir l'utilisateur qu'un système de contrôle existe. Les fraudeurs se sentiront moins confiants dans le fait que leurs actions ne seront pas détectées.
- La manière dont les sanctions sont présentées peut également être importante dans certains contextes. Par exemple, les gens peuvent être plus influencés par l'idée de se voir retirer des biens ou des objets plutôt que par l'imposition d'amendes.



[*Que fait la Sécurité sociale contre les fraudes ?*](#)

Zoom : Que faire de ces pistes ?

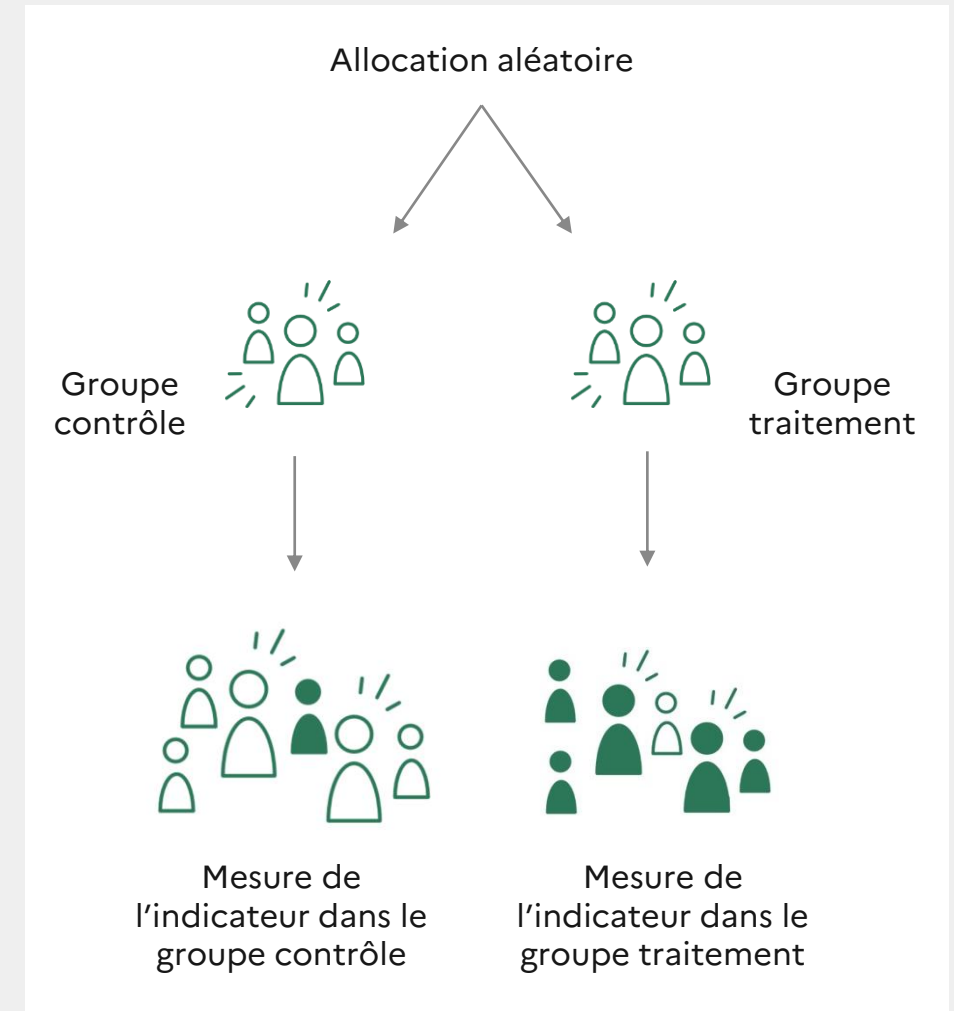
Par la mise en oeuvre, le test, mais surtout en évaluant !

Il est important d'expérimenter et de collecter des données pour évaluer l'efficacité des interventions comportementales.

Les approches directes permettent de mesurer l'effet de manière précise en utilisant des groupes traitement et contrôle. Deux échantillons de contribuables représentatifs de la population sont sélectionnés au hasard, un groupe est ciblé et reçoit l'intervention (le groupe traitement) et l'autre non (le groupe contrôle). Comme les deux groupes sont identiques à l'exception du traitement (l'intervention appliquée), tout changement de comportement ultérieur entre les deux groupes peut être attribué au traitement.

Avec les approches indirectes, il est souvent plus difficile de mesurer précisément l'effet du traitement, car il n'y a pas de groupe contrôle avec lequel comparer les résultats. Le changement de comportement peut être mesuré, par exemple à l'aide d'enquêtes avant et après (ou de comparaisons entre différentes zones). On peut supposer que tout changement résulte du traitement, mais il est impossible de le savoir avec certitude.

Une approche scientifique rigoureuse et le choix des indicateurs et mesures sont essentiels pour pouvoir tirer des enseignements des expérimentations, avant de les étendre à l'ensemble des contribuables.



Conclusions



Conclusions

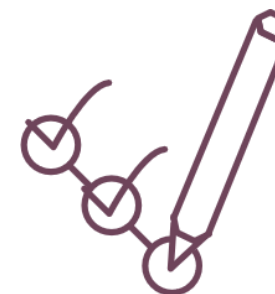
Les fraudes fiscale et sociale représentent des défis économiques majeurs, avec un manque à gagner de plusieurs milliards d'euros pour l'État chaque année, imputable en majorité à la fraude fiscale. Bien que les dispositifs de contrôle se soient renforcés, une part importante de la fraude reste difficile à détecter et à recouvrer.

Les motivations des fraudeurs ne relèvent pas uniquement d'un calcul rationnel entre le risque de sanction et le gain potentiel. D'autres facteurs psychologiques, sociaux et contextuels jouent un rôle déterminant. La perception d'un système fiscal injuste, un manque de transparence dans l'utilisation des fonds publics ou encore la complexité des démarches administratives peuvent favoriser l'apparition de comportements frauduleux.

Les sciences comportementales offrent des solutions alternatives pour réduire la fraude en complément des sanctions et des contrôles. Par exemple, la simplification des démarches administratives et des communications adressées aux contribuables permet de limiter les erreurs involontaires et d'accroître la conformité. La mise en avant des normes sociales positives, qui rappellent que la majorité des citoyens respectent leurs obligations fiscales et sociales, réduit la tentation de frauder. Enfin, le fait de permettre aux contribuables de s'exprimer sur la manière dont leurs impôts devraient être dépensés accroît le respect des obligations fiscales, en améliorant l'attitude générale à l'égard de la fiscalité.

Ainsi, les incitations non monétaires fondées sur des leviers comportementaux, tels que les normes sociales et les outils traditionnels de la politique fiscale sont complémentaires et ciblent des types de fraudes et profils de fraudeurs différents.

Les sciences comportementales ne sont toutefois pas une baguette magique, et les interventions basées sur des leviers comportementaux peuvent ne pas être efficaces, voire avoir des effets contraires à ceux espérés. Il est nécessaire d'expérimenter et de tester systématiquement les interventions avant leur déploiement à grande échelle.



Recommandations pour les décideurs



Simplifier les processus fiscaux et sociaux

- Développer des formulaires pré-remplis pour réduire les erreurs involontaires
- Clarifier les obligations fiscales et sociales en simplifiant le langage utilisé dans les communications
- Faciliter l'accès aux aides et recours possibles



Encourager le civisme fiscal et social

- Améliorer la transparence de l'administration fiscale
- Rendre l'impôt plus tangible en informant sur les services publics financés
- Impliquer les citoyens dans la répartition des recettes fiscales (budgets participatifs)



Personnaliser et renforcer les messages de conformité

- Envoyer des rappels personnalisés avec des informations précises sur les obligations de chacun
- Expérimenter pour tester les formulations avant déploiement



Rendre les contrôles plus visibles sans normaliser la fraude

- Informer sur la probabilité de détection et sur l'efficacité des contrôles
- Éviter de présenter la fraude comme généralisée pour ne pas la banaliser
- Mettre en avant des exemples de fraudes détectées et sanctionnées pour renforcer l'effet dissuasif



Expérimenter et évaluer les interventions

- S'inspirer des pratiques internationales en matière de lutte contre la fraude
- Conduire des tests randomisés et contrôlés avant de généraliser des mesures
- Mesurer l'impact réel des interventions comportementales après déploiement

Pour aller plus loin

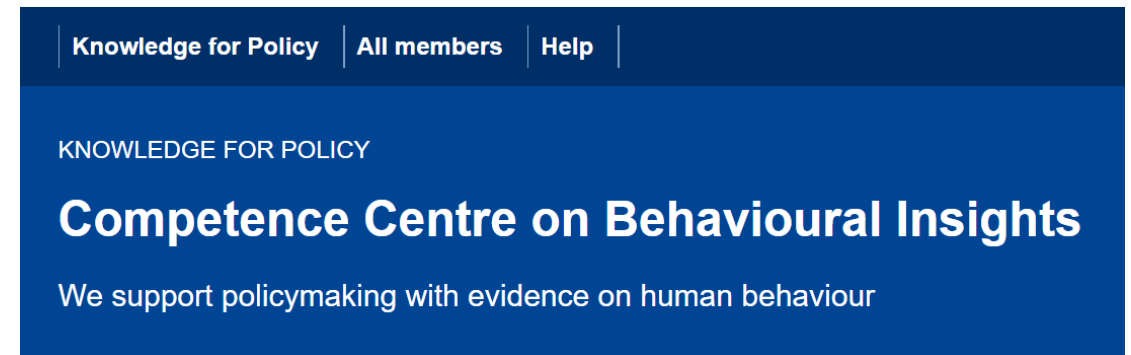


Pour aller plus loin : ressources complémentaires



Centre de ressources de la Commission Européenne

La Commission Européenne possède un Centre de ressources en sciences comportementales spécialisé sur la lutte contre la fraude. Ce centre est une source de ressources très riche sur le sujet, avec de nombreuses publications et articles scientifiques récents, ainsi que des projets menés en partenariat avec plusieurs pays de l'Union Européenne.



[European Commission](#) > [Knowledge for policy](#) > [Behavioural insights](#) > [Behavioural insights for tax policy](#)

TOPIC / TOOL | LAST UPDATED: 12 DEC 2023

Behavioural insights for tax policy

Behavioural factors help explain why people do or do not pay their taxes. These insights can inform tax policies.



[Behavioural insights for tax policy | Knowledge for policy \(europa.eu\)](#)

Pour aller plus loin : ressources complémentaires



Guide du Behavioural Insights Team

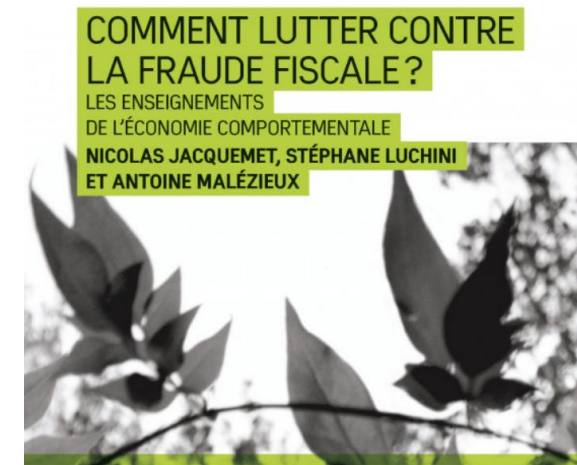
Ce guide réalisé par le Behavioural Insights Team (BIT) en 2016 est une ressource précieuse concernant la lutte contre la fraude. Nous recommandons en particulier la partie 2, qui détaille des exemples de d'interventions menées au Royaume-Unis pour lutter contre la fraude, et surtout, aspect nous tenant particulièrement à coeur, les résultats obtenus par ces interventions.

Livre "Comment lutter contre la fraude fiscale ? Les enseignements de l'économie comportementale"

Ce livre de Nicolas JACQUEMET, Stéphane LUCHINI et Antoine MALÉZIEUX explore comment l'économie comportementale et expérimentale permet de mieux comprendre les choix des contribuables en matière de fraude et de « soumission fiscale » — la disposition à payer l'impôt malgré les faibles risques de sanction.

Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt

[Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt](#)



[Comment lutter contre la fraude fiscale ? Les enseignements de l'économie comportementale](#)

RUED'ULM

CEPREMAP
CENTRE POUR L'ANALYSE ÉCONOMIQUE ET SES APPLICATIONS

Pour aller plus loin : ressources complémentaires



Centre de prévention de la fraude australien

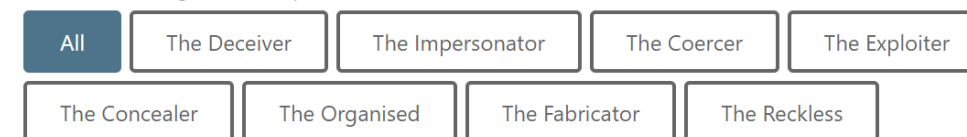
Le centre de prévention de la fraude du Commonwealth du gouvernement australien possède de nombreuses ressources basées sur les sciences comportementales : études de cas, publications, toolkits...

Une section du site offre des outils de lutte contre la fraude adaptés à différents types de fraudeurs. Elle est structurée pour permettre aux utilisateurs de sélectionner des « Personas de fraudeurs », chacun représentant un profil de fraudeur spécifique, ainsi que des types de contrôles (préventifs, de détection, ou correctifs) qui sont les plus efficaces contre chaque persona.

Le centre propose également le guide [Fraud Messaging Toolkit](#), à destination des administrations. Il est centré sur l'utilisation des sciences comportementales dans la lutte contre la fraude, et propose des méthodes et des messages conçus pour décourager les comportements de fraude. Il est disponible en ligne : [Fraud Messaging Toolkit | Commonwealth Fraud Prevention Centre](#).

Common fraud controls

Filter and reload page by selecting a Fraudster Persona below to see what fraud controls are most effective against each persona.



Further filter and reload results on this page by selecting a fraud controls type below.



[Discover the common fraud control types | Commonwealth Fraud Prevention Centre \(counterfraud.gov.au\)](#)



Bibliographie 1/5

- Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab (J-PAL). 2022. "Improving tax compliance through reminder messages for taxpayers." J-PAL Policy Insights.
- Abramovaite, J., Bandyopadhyay, S., Bhattacharya, S., & Cowen, N. (2023). Classical deterrence theory revisited: An empirical analysis of Police Force Areas in England and Wales. *European Journal of Criminology*, 20(5), 1663-1680. <https://doi.org/10.1177/14773708211072415>
- Alm, J., & Malézieux, A. (2021). 40 years of tax evasion games: a meta-analysis. *Experimental Economics*, 24(3), 699-750.
- Alm, J., Jackson, B. R., & McKee, M. (1993). Fiscal exchange, collective decision institutions, and tax compliance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 22(3), 285-303.
- Alm, J., Torgler, B. Do Ethics Matter? Tax Compliance and Morality. *J Bus Ethics* 101, 635–651 (2011). <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0761-9>
- Alm, J.; Burgstaller, L.; Domi, A.; März, A.; Kasper, M. Nudges, Boosts, and Sludge: Using New Behavioral Approaches to Improve Tax Compliance. *Economies* 2023, 11, 223. <https://doi.org/10.3390/economies11090223>
- Alm, James et al. (2012) : Rethinking the Research Paradigms for Analysing Tax Compliance Behaviour, CESifo Forum, ISSN 2190-717X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 13, Iss. 2, pp. 33-40"
- Angaretis, C., Galle, B., Organ, P. R., & Prohovsky, A. (2024). Non-monetary sanctions as tax enforcement tools: Evaluating California's top 500 program. *Journal of Policy Analysis and Management*, 43(4), 1057-1078.
- Ariel, B. (2012). Deterrence and moral persuasion effects on corporate tax compliance: findings from a randomized controlled trial. *Criminology*, 50(1), 27-69.
- Ariel, Barak. (2012). Deterrence and moral persuasion effects on corporate tax compliance: Findings from a randomized controlled trial. *Criminology*. 50. 10.1111/j.1745-9125.2011.00256.x.
- Armenak Antinyan, Zareh Asatryan, Nudging for Tax Compliance: a Meta-Analysis, *The Economic Journal*, 2024;, ueae088, <https://doi.org/10.1093/ej/ueae088>
- Barile, L.; Grossi, G.; Lattarulo, P.; Pazienza, M.G. Earmarking Taxation and Compliance: Some Evidence from Car Ownership in Italy. *Economies* 2024, 12, 246. <https://doi.org/10.3390/economies12090246>
- Behavioural Insights Team (2012). Applying behavioural insights to reduce fraud, error and debt. Cabinet Office, London, 185, 186.
- Behavioural Insights Team, 2018, Reducing Tax Return Errors in Form 1770 in Indonesia
- Behavioural Insights Team, 2019, Reducing Social Security Contribution Arrears in Indonesia
- Bello, K. B., & Danjuma (Ph.D), I. (2014). Review of Models/Theories Explaining Tax Compliance Behavior. *Sains Humanika*, 2(3). <https://doi.org/10.11113/sh.v2n3.432>
- Bina, F. (2024). Limitations of the Ultimatum Game in the Study of Moral Decisions. *AJOB Neuroscience*, 15(3), 206–208. <https://doi.org/10.1080/21507740.2024.2365928>
- Blackwell, C. (2007). A meta-analysis of tax compliance experiments. *International Studies Program Working Paper*, 7, 24.
- Boogaerts, Thomas, Reducing property tax avoidance through information provision (October 16, 2022). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=4732594> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4732594>

Bibliographie 2/5

- Boyer, P., Ingrand, T. et Strassel, C. (2023) . Les déterminants du consentement à l'impôt en France. Analyse de l'enquête du Conseil des prélèvements obligatoires 2021. *Revue économique*, Vol. 74(6), 895-951. <https://doi.org/10.3917/reco.746.0895>.
- Carvalho, Hamilton & Afonso, Alexandro & Mazzon, José. (2023). Tax Compliance in the Wild: Critical Review of Nudging and Proposition of an Integrative Framework. *BAR - Brazilian Administration Review*. 20. 10.1590/1807-7692bar2023220040.
- Castañeda-Rodríguez, V.M., Lisi, G. Can public efficiency increase tax morale? Evidence from 18 Latin American countries. *Econ Gov* 25, 209–231 (2024). <https://doi.org/10.1007/s10101-024-00312-0>
- Castro, E., & Scartascini, C. (2019). Imperfect attention in public policy: A field experiment during a tax amnesty in Argentina.
- Commission Européenne, 2020, Increasing tax compliance by making tax declarations public
- Commission Européenne, 2020, Using social norms to increase tax compliance - a cross country study
- Commission Européenne, 2023, Using behavioural insights in tax authorities' reminder letters
- Commission Européenne, 2025, Strengthening tax compliance by implementing behavioural insights for revenue administrations in Member States
- Commonwealth Fraud Prevention Center, 2021, Add behavioural insights to your counter fraud toolbox
- Commonwealth Fraud Prevention Center, 2021, Discover the common fraud control types
- Commonwealth Fraud Prevention Center, 2021, Lessons from preventive health approaches
- Craig, A. C., & Slemrod, J. (2024). Tax knowledge and tax manipulation: A unifying model. *Journal of Political Economy Microeconomics*, 2(2), 298-334.
- Cranor, T., Goldin, J., Homonoff, T., & Moore, L. (2020). Communicating tax penalties to delinquent taxpayers: Evidence from a field experiment. *National Tax Journal*, 73(2), 331-360.
- De Neve, J. E., Imbert, C., Spinnewijn, J., Tsankova, T., & Luts, M. (2021). How to improve tax compliance? Evidence from population-wide experiments in Belgium. *Journal of Political Economy*, 129(5), 1425-1463.
- Dularif, M. and Rustiarini, N.W. (2022), "Tax compliance and non-deterrence approach: a systematic review", *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 42 No. 11/12, pp. 1080-1108. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-04-2021-0108>
- Dutch Tax and Customs Administration, 2024, Filing tax returns correctly and on time: Is there value in expressing thanks to citizens and businesses?
- Eko Arief Yogama, Daniel J. Gray, Matthew D. Rablen, Nudging for prompt tax penalty payment: Evidence from a field experiment in Indonesia, *Journal of Economic Behavior & Organization*, Volume 224, 2024, Pages 548-579, ISSN 0167-2681, <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2024.06.003>.
- Elizabeth Hoffman, Kevin McCabe, Keith Shachat, Vernon Smith, Preferences, Property Rights, and Anonymity in Bargaining Games, *Games and Economic Behavior*, Volume 7, Issue 3, 1994, Pages 346-380, ISSN 0899-8256, <https://doi.org/10.1006/game.1994.1056>.
- European Commission, Improving VAT compliance – random awards for tax compliance. WORKING PAPER N. 51 – 2014 doi:10.2778/609727

Bibliographie 3/5

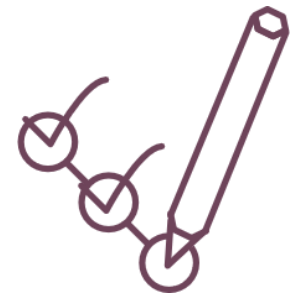
- Fiorio, C. V., & Santoro, A. (2023). Tax enforcement activities: Evidence on the impact of a threat-of-audit letter. *Economic and Political Studies*, 12(2), 171–187. <https://doi.org/10.1080/20954816.2023.2192559>
- Fitzhugh, E., Park, T., Nolan, D., & Gibbons, D. (2018). Reducing Rent Arrears at Metropolitan Housing. London: The Behavioural Insights Team. Available at: <https://www.bi.team/wpcontent/uploads/2019/03/BIT-Applying-behaviouralinsights-to-reduce-rent-arrears-final-report.pdf>
- "Gouvernement, 2024, Bilan du plan de lutte contre les fraudes sociales, fiscales et douanières"
- Grant Richardson, Determinants of tax evasion: A cross-country investigation, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Volume 15, Issue 2, 2006, Pages 150-169, ISSN 1061-9518, <https://doi.org/10.1016/j.intaccaudtax.2006.08.005>.
- Haut Conseil du financement de la protection sociale, 2024, Lutte contre la fraude sociale : état des lieux et enjeux
- HCFIPS, 2024, La lutte contre la fraude sociale : Rapport 2024
- Henrik Andersson, Per Engström, Katarina Nordblom, Susanna Wanander, Nudges and threats: soft versus hard incentives for tax compliance, *Economic Policy*, Volume 38, Issue 116, October 2023, Pages 771–819, <https://doi.org/10.1093/epolic/eiad017>
- Hoffman, E., McCabe, K.A. & Smith, V.L. On expectations and the monetary stakes in ultimatum games. *Int J Game Theory* 25, 289–301 (1996). <https://doi.org/10.1007/BF02425259>
- Hofmann, E., Voracek, M., Bock, C., & Kirchler, E. (2017). Tax compliance across sociodemographic categories: Meta-analyses of survey studies in 111 countries. *Journal of Economic Psychology*, 62, 63-71.
- Homer, E.M. (2020), "Testing the fraud triangle: a systematic review", *Journal of Financial Crime*, Vol. 27 No. 1, pp. 172-187. <https://doi.org/10.1108/JFC-12-2018-0136>
- ideas42, 2021, Improving Property Tax Compliance with a Reminder Letter
- Isen, A. M., & Levin, P. F. (1972). Effect of feeling good on helping: Cookies and kindness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21(3), 384–388.
- Jacquemet, N., Luchini, S., & Malézieux, A. (2020). Comment lutter contre la fraude fiscale? Les enseignements de l'économie comportementale. Éditions Rue d'Ulm.
- Kettle, S., Hernandez, M., Ruda, S. & Sanders, M. (2016). Behavioral Interventions in Tax Compliance Evidence from Guatemala. Washington, DC: World Bank Group.
- khelif, H. and Achek, I. (2015), "The determinants of tax evasion: a literature review", *International Journal of Law and Management*, Vol. 57 No. 5, pp. 486-497. <https://doi.org/10.1108/IJLMA-03-2014-0027>
- Lamberton, Cait Poyner and De Neve, Jan-Emmanuel and Norton, Michael I., Eliciting Taxpayer Preferences Increases Tax Compliance (April 24, 2014). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2365751> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2365751>
- Larkin, C., Sanders, M., Andresen, I., and Algate, F. (2018). Testing Local Descriptive Norms and Salience of Enforcement Action: A Field Experiment to Increase Tax Collection. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3167575> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3167575>
- Leventhal, H., Singer, R., & Jones, S. (1965). Effects of fear and specificity of recommendation upon attitudes and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2(1), 20-29

Bibliographie 4/5

- Marandu, E. E., Mbekomize, C. J., & Ifezue, A. N. (2015). Determinants of tax compliance: A review of factors and conceptualizations. *International Journal of Economics and Finance*, 7(9), 207-218.
- Mary E. Marshall, Jonathan M. Farrar, Dawn W. Massey, Linda Thorne, Anita Wu, Trang Bui; In All Fairness: A Meta-Analysis of the Tax Fairness–Tax Compliance Literature. *Behavioral Research in Accounting* 1 November 2024; 36 (2): 105–130. <https://doi.org/10.2308/BRIA-2022-040>
- MICAFA 2022, Lutte contre la fraude aux finances publiques, Résultats 2022
- Michael G. Allingham, Agnar Sandmo, Income tax evasion: a theoretical analysis, *Journal of Public Economics*, Volume 1, Issues 3–4, 1972, Pages 323-338, ISSN 0047-2727, [https://doi.org/10.1016/0047-2727\(72\)90010-2](https://doi.org/10.1016/0047-2727(72)90010-2).
- Mogollon, M., Ortega, D. & Scartascini, C. Who's calling? The effect of phone calls and personal interaction on tax compliance. *Int Tax Public Finance* 28, 1302–1328 (2021). <https://doi.org/10.1007/s10797-021-09655-4>
- Muh Dularif, Sutrisno T., Nurkholis and Erwin Saraswati (2019). Is deterrence approach effective in combating tax evasion? A meta-analysis. *Problems and Perspectives in Management*, 17(2), 93-113. doi:10.21511/ppm.17(2).2019.07
- Nurkholis, N., Dularif, M., Rustiarini, N. W., & Ntim, C. G. (2020). Tax evasion and service-trust paradigm: A meta-analysis. *Cogent Business & Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1827699>
- OECD (2009), *Tax Administration in OECD and Selected Non-OECD Countries: Comparative Information Series (2008)*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/8632adfa-en>
- Pascual-Ezama D, Fosgaard T, Cardenas J, Kujal P, Veszteg R, Gil-Gómez De Liaño B, Gunia B, Weichselbaumer D, Hilken K, Antinyan A, Delnoij J, Proestakis A, Tira M, Pratomo Y, Jaber-López T, Brañas-Garza P. Context-dependent cheating: Experimental evidence from 16 countries . *JOURNAL OF ECONOMIC BEHAVIOR and ORGANIZATION* 116; 2015. p. 379-386. JRC95889
- Persian, R., Prastuti, G., Bogiatzis-Gibbons, D., Kurniawan, M. H., Subroto, G., Mustakim, M., ... & Sutherland, A. (2023). Behavioural prompts to increase early filing of tax returns: a population-level randomised controlled trial of 11.2 million taxpayers in Indonesia. *Behavioural Public Policy*, 7(3), 701-720.
- Rashidian, A., Joudaki, H., & Vian, T. (2012). No evidence of the effect of the interventions to combat health care fraud and abuse: a systematic review of literature.
- Ritsatos, T. (2014), "Tax evasion and compliance; from the neo classical paradigm to behavioural economics, a review", *Journal of Accounting & Organizational Change*, Vol. 10 No. 2, pp. 244-262. <https://doi.org/10.1108/JAOC-07-2012-0059>
- Robert Forsythe, Joel L. Horowitz, N.E. Savin, Martin Sefton, Fairness in Simple Bargaining Experiments, *Games and Economic Behavior*, Volume 6, Issue 3, 1994, Pages 347-369, ISSN 0899-8256, <https://doi.org/10.1006/game.1994.1021>.
- Saulitis, A., Chapkovski, P. Appealing, threatening or nudging? Assessing various communication strategies to promote tax compliance. *Public Choice* (2024). <https://doi.org/10.1007/s11127-024-01194-w>

Bibliographie 5/5

- Sutrisno, T., & Dularif, M. (2020). National culture as a moderator between social norms, religiosity, and tax evasion: Meta-analysis study. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1-19.
- Walsh, K. (2012). Understanding taxpayer behaviour–new opportunities for tax administration. *The Economic and Social Review*, 43(3, Autumn), 451-475.
- Wikström, P.-O. H., Tseloni, A., & Karlis, D. (2011). Do people comply with the law because they fear getting caught? *European Journal of Criminology*, 8(5), 401-420. <https://doi.org/10.1177/1477370811416415>
- Wolfe, David T., and Dana R. Hermanson. "The Fraud Diamond: Considering the Four Elements of Fraud." *CPA Journal* 74.12 (2004): 38-42.
- World bank, 2017. Applying behavioral insights to improve tax collection. Experimental evidence from Poland.
- World Bank, 2021, Behavioral Insights for Tax Compliance





GOUVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Direction interministérielle
de la transformation publique

Ce rapport a été réalisé par les équipes de
la Direction interministérielle de la transformation publique

Découvrez l'action de la DITP : modernisation.gouv.fr

Mars 2025

Innovation - Sciences comportementales