

CAS CLIENT



**PREMIER
MINISTRE**

Direction de l'information
légale et administrative

*Liberté
Égalité
Fraternité*

X

dolist

1

PRÉSENTATION DU CLIENT

La DILA est une direction d'administration centrale des services du Premier ministre, placée sous l'autorité de la secrétaire générale du Gouvernement. Elle exerce les **missions de diffusion légale, d'information administrative et d'édition et de débat public.**



**PREMIER
MINISTRE**

**Direction de l'information
légale et administrative**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Enjeux de communication

La DILA opère des **communications à forte responsabilité**, à destination de publics variés, avec des exigences élevées en matière de conformité, sécurité et accessibilité.

Enjeux clés :

- Assurer un **accès fiable et continu à l'information publique**
- Sécuriser la conformité réglementaire et technique
- Structurer et fiabiliser des **volumes d'envois importants**
- Piloter la performance dans un cadre institutionnel exigeant

2

CONTEXTE & ENJEUX

La DILA pilote plusieurs programmes éditoriaux avec un système d'**abonnements fins** :

Vie publique
Au cœur du débat public

- Lettre Vie publique

L'essentiel de Vie publique

- L'Essentiel Vie publique

Bibliothèque des rapports publics

- Lettre Bibliothèque des rapports publics (hebdomadaire)

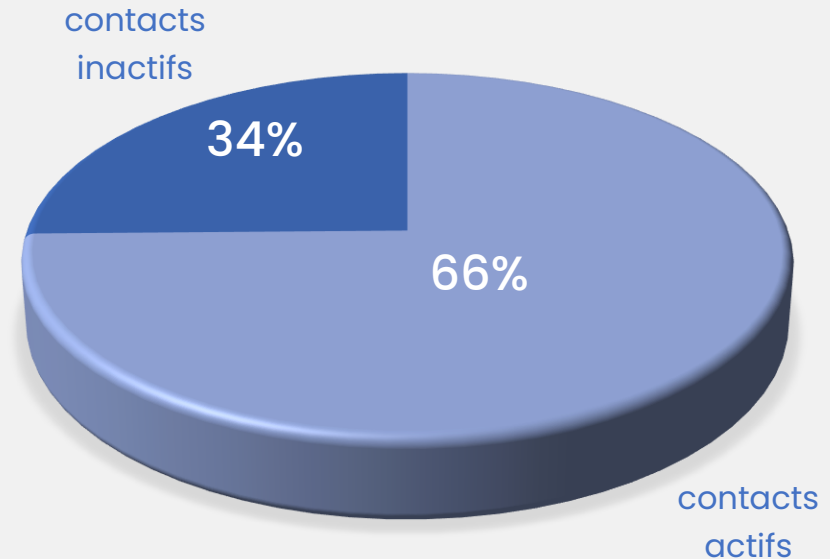
La Documentation française

- Lettre La Documentation française (trimestrielle)

La lettre Service Public
Vos droits et démarches plus simplement

- **Lettre Service Public**

Base de données de la Lettre Service Public avant la collaboration avec Dolist

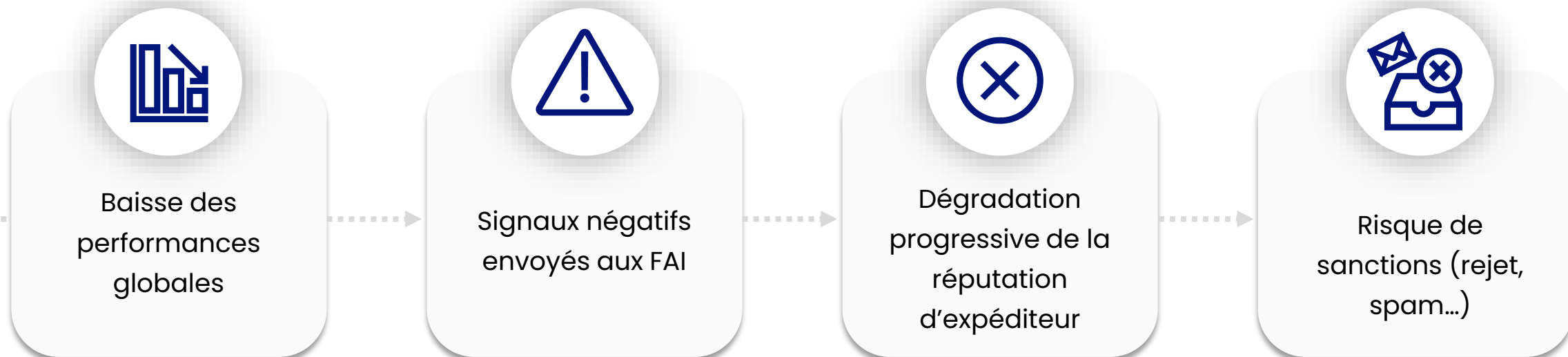


La **Lettre Service Public** concentrait à elle seule **1,4 million d'abonnés** dont **437k contacts inactifs** depuis plus de 6 mois.

2

CONTEXTE & ENJEUX

Dans un environnement où les règles de **délivrabilité** sont de plus en plus strictes, conserver une telle proportion d'inactifs représentait un risque majeur :



L'enjeu était double : protéger la délivrabilité tout en respectant le choix et l'autonomie des abonnés.

Mettre en place un **programme structuré de requalification** des contacts inactifs, permettant :

1

D'identifier et hiérarchiser les contacts inactifs

2

De proposer explicitement le maintien d'abonnement

3

De retirer l'abonnement en l'absence de réaction

4

De préserver les autres abonnements éventuellement actifs

L'approche doit être **progressive** afin d'éviter tout impact négatif sur la réputation d'envoi.

DISPOSITIFS MIS EN PLACE



1. Identification et segmentation des inactifs

- Identifier les contacts inactifs depuis plus de 6 mois
- Analyser la fréquence et la récence des interactions
- Segmenter la base selon une **logique RFM (Récence – Fréquence – Engagement)**
- Prioriser l'adressage des campagnes auprès des contacts présentant le meilleur potentiel de réactivation

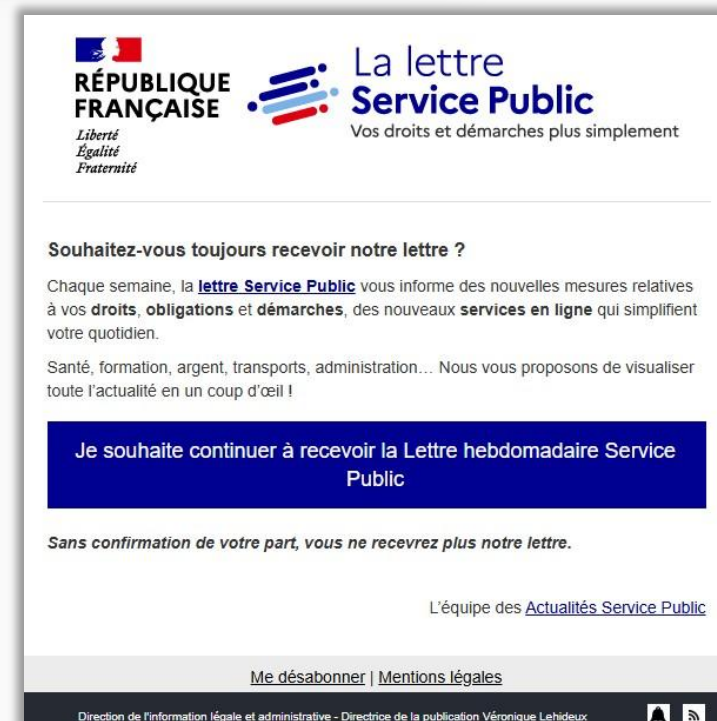


Objectif : ne pas traiter les 437k contacts comme un bloc homogène.



2. Stratégie d'envoi progressive et sécurisée

1. Division des 437k contacts en **45 lots distincts**
2. Envoi progressif des messages de requalification
3. Ajustement des volumes d'envoi selon les retours et indicateurs délivrabilité
4. En l'absence de confirmation le contact est basculé en désabonné uniquement sur l'abonnement fin de la Lettre Service Public



5

RÉSULTATS OBTENUS SUR LA LETTRE SERVICE PUBLIC



Assainissement massif de la base

Réduction significative du
volume d'inactifs.



Protection de la réputation d'expéditeur

Approche progressive
évitant tout signal négatif
brutal aux FAI.



Engagement plus qualitatif

Les contacts conservés
sont désormais engagés
et volontaires.



Protocole reproductible

Méthodologie adoptée
ensuite par d'autres
programmes de la DILA.

21 149 contacts
réengagés

7% de la base inactive
réengagés

1 contact sur 15
réactivé



EN COMPLÉMENT DU PROJET



**Création d'un Master
template conforme aux
critères d'accessibilité
numérique pour la Lettre
« L'essentiel. Vie Publique »**

Le consentement à l'impôt

Numéro 0 - lundi 10 juin 2024

Bienvenue dans notre nouvelle lettre thématique. Cette lettre a été pensée comme un outil pratique pour ceux qui cherchent à y voir plus clair dans la jungle de l'information (et de la désinformation).

Au programme à chaque numéro, un décryptage du monde contemporain et de ses enjeux à travers un sujet d'actualité. Aujourd'hui, on parle de la question de l'impôt et plus précisément du consentement à l'impôt.

Pourquoi on en parle ?

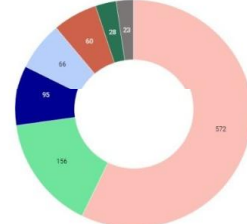
Le dernier baromètre du Conseil des prélèvements obligatoires (CPO) montre un paradoxe dans la perception qu'ont les Français de leurs impôts. Le consentement à l'impôt reste fort en France, près de 8 Français sur 10 perçoivent le paiement des impôts comme un geste citoyen. Pourtant, ce principe est ébranlé par une opinion négative des citoyens envers le système fiscal.

81,3
milliards
d'euros

LE CHIFFRE CLÉ

C'est le coût des niches fiscales en 2022, selon la Cour des comptes. Déduction, crédit d'impôt... Ces avantages fiscaux, appelés dépenses fiscales, visent à motiver les particuliers et les entreprises à adopter des comportements ou à investir dans certains secteurs (la recherche par exemple). Avantagieuses pour les contribuables, les niches fiscales sont coûteuses pour le budget de l'État et souvent associées à un objectif de baisse de la pression fiscale.

Que financent 1 000 euros d'argent public en France ?



Un exemple d'impôt progressif : l'impôt sur le revenu

Les impôts sont nombreux en France, mais le plus connu reste l'impôt sur le revenu (IR). Cet impôt a été créé en 1910 pour faire face aux dépenses liées à la Première guerre mondiale.

C'est un impôt qui concerne les foyers fiscaux touchant des revenus de source française, qu'ils se situent en France ou à l'étranger.

Dans son calcul, tous les types de revenus sont pris en compte, des salaires en passant par les revenus de remplacement (indemnité chômage, retraites) et les revenus fonciers (loyers).

Environ 18 millions de foyers ont été imposés en 2021 sur un peu plus de 40 milliards de foyers fiscaux. Le produit net de l'impôt sur le revenu est estimé dans la loi de finances pour 2024 à 94,1 milliards d'euros.



Cet impôt ne représente qu'une part relativement faible des ressources du budget de l'État (plus de 20% des recettes fiscales nettes, selon la DGFiP).

Consentement à l'impôt, de quoi parle-t-on ?

On distingue deux formes de consentement fiscal :

- le consentement à l'impôt, qui représente l'acceptation sociale du principe de l'impôt ;
- le consentement de l'impôt, qui est l'acceptation politique et juridique de l'impôt. Sur le plan politique, les citoyens consentent à l'impôt par l'intermédiaire de leurs représentants. C'est le Parlement, agissant au nom du peuple français, qui autorise le gouvernement à lever l'impôt. Il a le monopole pour décider de la création, de la suppression ou de la modification d'un impôt. Sur le plan juridique, cela se traduit par le principe de légalité fiscale, c'est-à-dire qu'il n'y a pas d'impôt ni d'allègement fiscal sans loi. Ainsi, chaque année, l'article 1 de la loi de finances autorise la collecte des impôts.

66

Pour l'entretien de la force publique, et pour les dépenses d'administration, une contribution commune est indispensable : elle doit être également répartie entre tous les citoyens, en raison de leurs facultés.

Art. 13 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen.

Pour l'entretien de la force publique, et pour les dépenses d'administration, une contribution commune est indispensable : elle doit être également répartie entre tous les citoyens, en raison de leurs facultés.

Art. 13 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen.



Le consentement à l'impôt est inscrit dans la Déclaration des Droits de l'Homme et du citoyen de 1789

Le principe du consentement à l'impôt naît en France à la Révolution française, en réponse à la taxation arbitraire de l'Ancien Régime. Désormais, aucune levée d'impôt ne pourra s'effectuer si elle n'a pas été décidée au préalable par les citoyens. L'obligation de payer ses impôts et le principe d'égalité devant l'impôt sont également énoncés.

LES MOTS DANS L'ACTU

Justice fiscale

C'est fait référence à un système où les impôts sont répartis de manière équitable entre les citoyens. Elle repose sur le principe d'égalité fiscale, selon lequel tous les contribuables sont traités de manière égale devant la loi fiscale. Cependant, chacun doit contribuer à hauteur de ses moyens.

Evasion fiscale

C'est l'ensemble des agissements visant à se soustraire aux impôts en profitant de la fiscalité plus favorable d'un autre pays ou de transferts de actifs ou des revenus. Cette notion ambiguë se situe entre l'optimisation fiscale (qui est légale) et la fraude fiscale (qui est illégale).

DOC'EN POCHÉ

Parlons impôts en 30 questions

Jean-Marie Maréchal



L'extrait de la Doc' Les privilèges fiscaux ont-ils disparu ?

Si les privilèges fiscaux ont été abolis durant la nuit du 4 août 1789, les régimes dérogatoires et niches fiscales pourraient s'y apparenter. En 1973, le Conseil constitutionnel a pourtant reconnu au principe d'égalité devant l'impôt une valeur constitutionnelle. Il exerce un contrôle sur chaque impôt mais admet cette différenciation des règles fiscales en fonction des situations particulières.

Découvrez le catalogue

PODCAST



Pour tout savoir sur l'impôt en 2 min chrono !

Quel est le rôle de l'impôt ?

Écouter le podcast

Vous pouvez consulter les lettres thématiques déjà publiées sur notre site www.vie-publique.fr



Sondage

Pour les prochaines lettres thématiques, vous aimeriez qu'on parle de quoi ?

- Les révisions de la Constitution de 1958
- La politique du sport à l'heure des Jeux Olympiques de Paris 2024
- Le développement des logements abordables

Terminer

Retrouvez nous sur les réseaux sociaux



Vous recevez cet email car vous êtes abonné à la newsletter L'essentiel de Vie publique. [Se désabonner](#) [Gérer mes abonnements](#)

Pour être sûr de recevoir nos communications, ajoutez lettres@information.dla.gov.fr dans votre carnet d'adresse.



RESTEZ EN VEILLE SUR L'EMAIL !

[S'abonner à la page Likedin](#)

[S'inscrire à la newsletter](#)

Tendances marketing, conseils d'experts,
bonnes pratiques, infographies, cas clients,
livres blancs, webinars, chiffres clés...

Alimentez vos pratiques avec nos actualités
sur l'e-mail, le design, l'automatisation, la
data et plus encore !

Editeur de la solution email & SMS **campaign** by dolist

Dolist
Activer vos données et sécuriser votre délivrabilité pour maximiser l'impact de vos campagnes email & SMS
Services de publicité - Mérignac, Aquitaine - 3 K abonnés - 51-200 employés

Grégoire et 39 autres relations travaillent ici

Envoyer un message Suivi

Accueil À propos **Posts** Emplois Personnes

Tous Images Vidéos Articles Documents

Dolist
3 232 abonnés
19 h · 🌐

Quelques pistes pour faire la différence dans votre stratégie 📌

Pourquoi certaines stratégies email sous-performent malgré un écosystème bien équipé ?

ROI email

Année	ROI email
2022	~0.5
2023	~0.6
2024	~0.7
2025	~0.8

Romain COTTIER et 4 autres personnes · 4 republications

Votre newsletter email & marketing digital Voir la version en ligne

dolist

Bonjour [Prénom]

Ce mois-ci, on aborde 2 leviers clés de la performance email : le Responsive Design et les scénarios essentiels de Marketing Automation. Voici des contenus concrets pour faire évoluer vos campagnes dans le bon sens :

- **Guide Complet** : Mise en page & Responsive Design Email
- **Scénario de bienvenue** : Et si votre premier email était le plus stratégique de tous ?
- **Inspiration cas clients** : Ces organisations qui ont optimisé leur stratégie relationnelle avec des communications personnalisées
- **Marketing Automation** : 6 scénarios essentiels pour votre stratégie

#SUIVEZ LE GUIDE

EMAIL RESPONSIVE DESIGN
Le Guide Complet

Mise en page & Responsive Design Email

Un email peut contenir le meilleur message du monde : si sa structure est confuse, si le texte est difficile à lire, si le CTA est mal positionné ou si le rendu casse sur mobile, l'impact sera nul. À l'inverse, une mise en page claire, fluide et pensée mobile-first améliore immédiatement la lisibilité.

A propos de Dolist

Créée en 2000, Dolist propose des **solutions SaaS de routage & de conception e-mail/SMS**, sécurisées, compatibles RGPD et "made in France" :


- **Campaign** : la plateforme d'activation e-mail/SMS pour tous les types d'envoi : transactionnels, marketing, automation, notifications.
- **Welkom Editor** : un email builder collaboratif pour la conception de messages optimisés Responsive, délivrabilité et accessibilité.

Dolist propose en parallèle des **services d'accompagnement spécialisés** : connectivité API/Data, délivrabilité, Studio Tech & Design, conseil, numérique responsable, formations, Customer Success Management.

L'ensemble de ses solutions vise à guider ses clients vers **une communication responsable, inclusive et pertinente**.

Informations et actualités : www.dolist.com

Contactez-nous

 Standard : +33 (0)5 57 26 25 70

 E-mail : info@dolist.com