

# PRINCIPES EXPLIQUÉS DU LEGAL DESIGN

On entend beaucoup parler du legal design, depuis les premiers travaux de personnes de talent comme Margaret Hagan aux Etats-Unis. Mais sait-on vraiment quels principes appliquer dans sa démarche de création ? Voici une grille des principes que nous utilisons dans le cadre de la conception de documents juridiques.

## 1 L'HUMAIN AVANT TOUT



**Plutôt que d'imaginer ce que pensent les personnes visées, on engage un contact avec eux. Sans se reposer à 100% sur des intermédiaires pour faire le travail...**

**Se parler est une étape qui vient AVANT l'envoi (éventuel) d'un Google form !**

**Les utilisateurs ne disparaissent pas du processus en cours de route.**

## 2 L'OUVERTURE COMME PHILOSOPHIE



**La bonne idée se trouve aussi chez les non-juristes : proches, clients, services marketing, community managers, designers, communicants, commerciaux, RH...**

**Le projet ne requiert pas que des profils d'experts : s'ils ont un intérêt et une motivation pour le projet, d'autres peuvent avoir une contribution utile. Penser représentativité : âges, situations personnelles...**

## 3 L'INGREDIENT COLLABORATIF



**Se donner le temps de se poser toutes les questions, en évitant de s'orienter trop tôt vers une solution.**

**Echanger, ce n'est pas perdre du temps.**

**Tirer parti du meilleur des contributions de tous.**

**Faire évoluer le projet au gré des retours, ça fait partie du processus.**

# PRINCIPES EXPLIQUÉS DU LEGAL DESIGN

## 4 PENSER UTILE

**Si une motivation sincère d'améliorer l'existant est importante, il faut aussi avoir défini le problème à résoudre.**

**Une solution utile, c'est une solution pensée pour que d'autres que soi la manipulent.**

Exemple : Vous voulez créer un FAQ pour expliquer aux chefs d'entreprise ce qu'il y a à savoir sur la délégation de pouvoir en cas de pépin de santé. Partez des vraies questions telles qu'elles sont formulées par les dirigeants. Et si d'autres que vous utilisaient ce FAQ, est-ce que ça ne lui donnerait pas plus de force ? Ne seriez-vous pas plus audibles ?

## 5 RECHERCHER LA CRÉATIVITÉ

**Encourager les idées folles et s'appliquer des concepts en vigueur ailleurs, pour se forcer à réfléchir hors du cadre.**

**Se souvenir qu'on ne réussit pas du premier coup, et accepter de tester ses solutions pour les améliorer.**

## 6 DANS UN FORMAT PENSÉ... POUR APPUYER LE FOND

**Pour une solution adaptée aux enjeux, attention à ne pas négliger la forme, ni à la sur-investir non plus...**

**Penser visualisation avant de penser outil de communication externe**

Exemple : pour expliquer à son client son jeu de conclusions, inutile de miser sur une infographie "léchée". L'arrêt en revanche, se prêtera mieux à ce format.