



**Conseil économique
et social**

Distr.
GÉNÉRALE

TRANS/WP.1/2005/9/Add.1
5 janvier 2005

Original : FRANÇAIS

COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR L'EUROPE

COMITÉ DES TRANSPORTS INTÉRIEURS

Groupe de travail de la sécurité et de la circulation routières

(Quarante-sixième session, 14-16 mars 2005,
point 9 de l'ordre du jour)

COLLECTE ET DIFFUSION DE RENSEIGNEMENTS

Synthèse sur les Campagnes de sécurité routière en France et en Suisse

Note du secrétariat

Les réponses reçues en langue française au questionnaire sur les campagnes de sécurité routière diffusé auprès des pays membres de la CEE ont fait l'objet d'un document séparé et sont reprises dans le tableau de synthèse ci-après.

* * * * *

Synthèse des réponses sur les campagnes de sécurité routière en 2002 et 2003

| <i>Pays</i> | <i>Thème et but de la Campagne (1 & 2)</i> | <i>Slogan utilisé (7)</i> | <i>Groupe(s) cible(s)</i> | <i>Durée (4)</i> | <i>Période particulièrement visée (5)</i> | <i>Moyens utilisés (6)</i> | <i>Autres caractéristiques (8)</i> | <i>Impact de la campagne (9)</i> |
|------------------------|--|---|------------------------------------|--|---|--|---|----------------------------------|
| FRANCE 2002 | <u>Conduite en milieu urbain</u> : inciter les conducteurs à respecter la réglementation en ville, en rétablissant la vérité sur l'accidentologie urbaine. | -- | conducteurs | -- | -- | - brochures - arrière des bus et sur des panneaux 4 X 3m; environ 11,000 affiches | Toute nouvelle campagne | Fort impact |
| | <u>Semaine de la sécurité routière</u> : accompagner les nombreuses actions menées sur le terrain. | -- | tout public | une semaine 16 au 23 octobre 2002 | -- | - spots TV - affiches | Toute nouvelle campagne | -- |
| | « <u>Système de retenue enfants</u> » : interpeller les parents sur la nécessité de toujours attacher leurs enfants, même pour de courts trajets. | -- | | | octobre à décembre 2002 | -- | - presse parentale, féminine, automobile et télévisée | Toute nouvelle campagne |
| 2003 | <u>Inter-distances</u> ; Respect des distances de sécurité et de la règle des deux secondes minimum entre deux véhicules. | « <i>Respectons les intervalles de sécurité</i> » <i>Sécurité routière : si chacun fait un peu, c'est la vie qui gagne</i> » | conducteurs | 2 périodes : 2 au 10 février mois de février du vendredi au dimanche | départs en vacances de février | - spots TV - radio - brochures | Répétition d'un thème précédent avec un contenu différent | Fort impact |
| | <u>Ceinture</u> : Nécessité d'attacher sa ceinture, quel que soit le moment, le trajet emprunté et la place occupée dans la voiture. | « <i>Sans ceinture de sécurité un choc à 50 km/h équivaut à une chute du quatrième étage.</i> » | conducteurs et usagers de la route | -- | -- | -- | - spots TV - radio - brochures & affiches | Toute nouvelle campagne |

| <i>Pays</i> | <i>Thème et but de la Campagne (1 & 2)</i> | <i>Slogan utilisé (7)</i> | <i>Groupe(s) cible(s)</i> | <i>Durée (4)</i> | <i>Période particulièrement visée (5)</i> | <i>Moyens utilisés (6)</i> | <i>Autres caractéristiques (8)</i> | <i>Impact de la campagne (9)</i> |
|-------------|---|---|---------------------------|---|---|---|------------------------------------|--|
| FRANCE | <u>Alcool</u> : sensibiliser les conducteurs | « <i>Dès 0.5 g/l l'alcool réduit votre champ de vision</i> » (affichage) « <i>Celui qui conduit, c'est celui qui ne boit pas</i> » (radio) | conducteurs | tout l'été | -- | - radio - brochures & affiches sur 7,699 panneaux | -- | Campagne radio : bon impact, particulièrement élevé auprès des 15-25 ans |
| | <u>Conducteur désigné et concours de scénario</u> : ré-alerter le public sur les dangers association conduite & alcool. Campagne inscrite dans le cadre d'une action européenne suivie simultanément par 7 pays d'UE. | -- | les jeunes et les adultes | (1) 16 - 20/12/2002 (2) 6 - 10/01/2003 | fêtes de fin d'année | - spots TV; - radio - messages radio diffusés en amont des réveillons de fin d'année | Répétition d'un thème précédent | -- |
| | <u>Vitesse</u> : La vitesse est l'infraction la plus pratiquée et est un facteur déterminant et/ou aggravant. Ce thème a fait l'objet d'une action de sensibilisation de grande envergure. | « <i>Être à l'heure pour dire bonsoir justifie-t-il un excès de vitesse?</i> » | conducteurs | TV : du 26/04 au 17/05; Affichages : du 29/04 au 6/05/2003; Radio : 26/04 au 5/05/2003. | -- | - spots TV; - presse; - radio; - affiches | Toute nouvelle campagne. | Fort impact. |
| | <u>Campagne d'information nationale</u> : La conduite aux abords des chantiers : « Respecter les hommes, respecter les règles » | « <i>Si on vous demande de ralentir aux abords d'un chantier, c'est qu'il y a une raison</i> » | auto-mobilistes | -- | -- | - Internet; - DDE & radios d'autoroutes | Toute nouvelle campagne | -- |

| <i>Pays</i> | <i>Thème et but de la Campagne (1 & 2)</i> | <i>Slogan utilisé (7)</i> | <i>Groupe(s) cible(s)</i> | <i>Durée (4)</i> | <i>Période particulière-ment visée (5)</i> | <i>Moyens utilisés (6)</i> | <i>Autres caractéristiques (8)</i> | <i>Impact de la campagne (9)</i> |
|---------------|---|--|--|--|--|---|---|----------------------------------|
| FRANCE | <u>Vitesse</u> : Rappeler aux usagers de la route le peu de gain de temps par rapport au risque engendré par une vitesse excessive. | -- | auto-mobilistes | été 2003 | départs en vacances d'été | - radio; - radios autoroutes | Répétition de la campagne d'avril 2003. | -- |
| | <u>Alcool - 4^{ème} Semaine de la Sécurité sur la Route</u> : la Sécurité routière met l'accent sur l'alcool au volant, deuxième facteur responsable des accidents mortels. | -- | auto-mobilistes | 15 au 22 octobre 2003, prolongée tout au long du second semestre | -- | - spots TV - radio du 15/10 au 2/11/2003 - affiches distribuées dans les préfectures, associations, collectivités locales. | Répétition d'un thème précédent | Fort impact. |
| | <u>Alcool</u> : Sensibilisation aux risques liés à l'alcool au volant | « <i>Dès deux verres, le risque existe</i> » | auto-mobilistes | 18 au 30 décembre 2003 | Approche des fêtes de fin d'année | - affiches | Toute nouvelle campagne | -- |
| SUISSE | <u>Alcool dans le trafic routier</u> : Influencer les conducteurs de véhicules de manière à ce qu'ils réfléchissent au problème de l'alcool dans le trafic routier. | « <i>Boire ou conduire</i> » | conducteurs de véhicules, particulièrement aux groupes présentant le plus fort potentiel de risque en matière de consommation d'alcool | avril 2003 jusqu'en mars 2004 | quatre périodes : 7 - 20 avril, 9 - 22 juin 8 - 21 septembre 26 oct. - 2 nov. 2003 | - spots TV ; - presse - radio - brochures - internet - conférence de presse - spots cinéma, panneaux magnétiques pour voitures d'auto-école | Répétition d'un thème précédent avec un contenu différent | Fort impact |
