



# Forum du bpa

28 novembre 2006, Berne

## **Sécurité routière: possibilités et limites des campagnes**

Exposé introductif de Madame Brigitte Buhmann  
Directrice du Bureau suisse de prévention des accidents bpa

Le bpa organise «traditionnellement» des campagnes depuis les années 50. Au fil du temps, les campagnes ont été perfectionnées et professionnalisées. Afin de remplir sa mission, le bpa se consacre aux activités suivantes: recherche, formation, conseils et sensibilisation de l'opinion publique. Les activités préventives qui en résultent – ou cycle de prévention – sont coordonnées et construites en se basant les unes sur les autres. La conception et l'organisation des campagnes découlent aussi de ce principe: le choix du thème, l'appel au public et la méthode de diffusion du message sont fondés sur la recherche. Le cycle de prévention peut donc être résumé comme suit: analyse des risques et des accidents, formulation des objectifs et approche programmatique de la mesure «campagne», cette dernière étant, à la fin, soumise à une évaluation.

L'objectif est d'influencer positivement le comportement des êtres humains (usagers de la route). Les expériences faites jusqu'ici montrent que, selon la situation initiale, plusieurs approches sont possibles, comme:

- formuler une nouvelle loi, comme ce fut le cas récemment pour l'introduction du 0,5 pour mille;
- rappeler une directive qui existe déjà, et inciter ceux qui ne la respectent pas (encore) à s'y tenir. La campagne – toujours en vigueur – relative au port de la ceinture de sécurité en est un exemple;
- sensibiliser à un produit de sécurité qui rencontre trop peu d'intérêt. La campagne du bpa pour les casques cyclistes montre bien comment le fait de conjuguer marketing et prévention peut mener au succès. Grâce à la possibilité d'offrir un rabais sur l'achat d'un casque cycliste, le bénéfice premier, soit la sécurité, a pu être couplé à un autre bénéfice, monétaire celui-là, qui est d'économiser de l'argent. Cette combinaison d'intérêts incite encore plus les acheteurs à acquérir un casque au bon moment (printemps).

Pour être efficaces, les campagnes doivent être conformes au cycle de prévention présenté ci-dessous. De plus, leur effet est plus important lorsqu'elles sont menées avec des partenaires, car elles touchent ainsi un plus grand nombre de groupes cibles. Elles devraient aussi être liées à d'autres mesures. Ainsi, les contrôles de police effectués actuellement eu égard au port de la ceinture de sécurité coïncident avec la campagne en cours sur le même thème. Les recherches prouvent que de précieuses synergies en résultent. Enfin, il est également important que les campagnes durent le plus longtemps possible, soit plusieurs années, et qu'elles soient conçues pour tous les médias, car cela augmente l'intensité de l'information et procure la visibilité voulue dans les médias.

Les campagnes de sécurité routière du bpa sont conçues dans ce sens. Le bpa est reconnaissant au Fonds de sécurité routière (FSR) de le soutenir en lui octroyant des moyens lui permettant d'organiser des campagnes étendues et efficaces. Le bpa souhaite continuer à sensibiliser l'opinion publique, raison pour laquelle il a organisé ce Forum sur les possibilités et les limites des campagnes de sécurité routière.

### Le cycle de prévention

