

## info média

28.11.2006//Mor/Ca

### **Influencer positivement le comportement humain**

*8<sup>e</sup> Forum du bpa. Thème: les campagnes de sécurité routière*

**«Les campagnes, si elles sont bien conçues, ouvrent des voies vers des comportements plus sûrs. Mais elles ont aussi leurs limites». Telle est la conclusion de l'exposé que notre conférencière invitée, Madame Patricia Delhomme de l'Institut National de Recherche sur les Transports et leur sécurité INRETS (France) a tenu à Berne, lors du 8e Forum du Bureau suisse de prévention des accidents consacré aux campagnes de sécurité routière.**

«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», a expliqué Madame Brigitte Buhmann, directrice du bpa. L'objectif des campagnes est clair: il s'agit d'influencer positivement le comportement humain.

Selon la directrice du bpa, les campagnes sont plus efficaces lorsqu'elles sont menées avec des partenaires, car elles permettent ainsi d'atteindre plus de groupes cible. De plus, elles devraient aussi être liées à d'autres mesures. Un exemple: «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. Brigitte Buhmann d'ajouter: «Les campagnes de sécurité routière du bpa vont tout à fait 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».

Patricia Delhomme de l'Institut National de Recherche sur les Transports et leur sécurité INRETS, se penche depuis des années sur les questions ressortissant à la psychologie de la circulation et sur l'analyse de campagnes de sécurité routière. Il ressort de ses travaux qu'une bonne campagne se distingue par le fait qu'elle ne traite que d'un seul sujet, qu'elle s'adresse directement aux destinataires, qu'elle couvre le niveau local ou régional et qu'elle revient sans cesse sur le même thème. Patricia Delhomme: «Un contrôle systématique de l'efficacité est également important. Cela permet, à une époque où tout va très vite, de revoir rapidement et, si nécessaire, d'adapter l'approche ainsi que la forme d'une campagne».

Schweizerische  
Beratungsstelle  
für Unfallverhütung

Bureau suisse  
de prévention  
des accidents

Ufficio svizzero  
per la prevenzione  
degli infortuni

Swiss council for  
accident prevention

Laupenstrasse 11  
CH-3008 Bern  
Tel. +41 31 390 22 22  
Fax +41 31 390 22 30  
www.bfu.ch  
a vision-zero.company