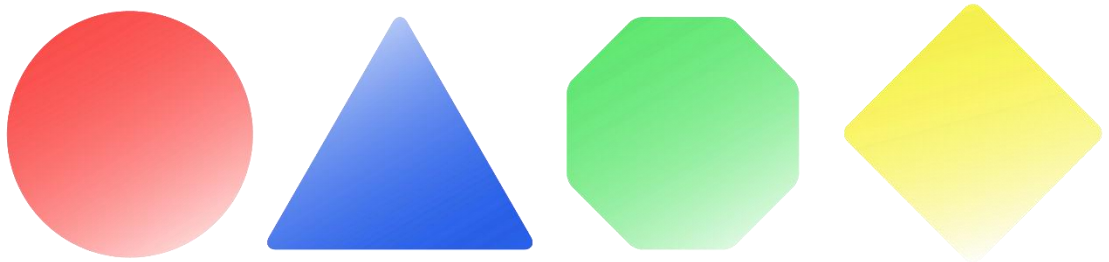
La sensibilisation à la sécurité routière en Wallonie



Wallonie
sécurité routière
AWSR

RETOUR EN 2020

Mission

Encourager la vie

Vision

Faire équipe avec les usagers pour des routes plus sereines, plus sûres.

Valeurs

Optimisme
Fiabilité
Pertinence
Proximité

Objectif

Éveiller la conscientisation de l'usager et la stimuler «au quotidien»
→ changement de comportement
→ diminution du nombre/gravité des accidents de la route

Wallonie sécurité routière AWSR

Optimisme

OPTIMISME

L'AWSR voit le potentiel du citoyen et cherche à en tirer le meilleur parti.

Bienveillance
Confiance
Vies sauvées
GRAND FRÈRE

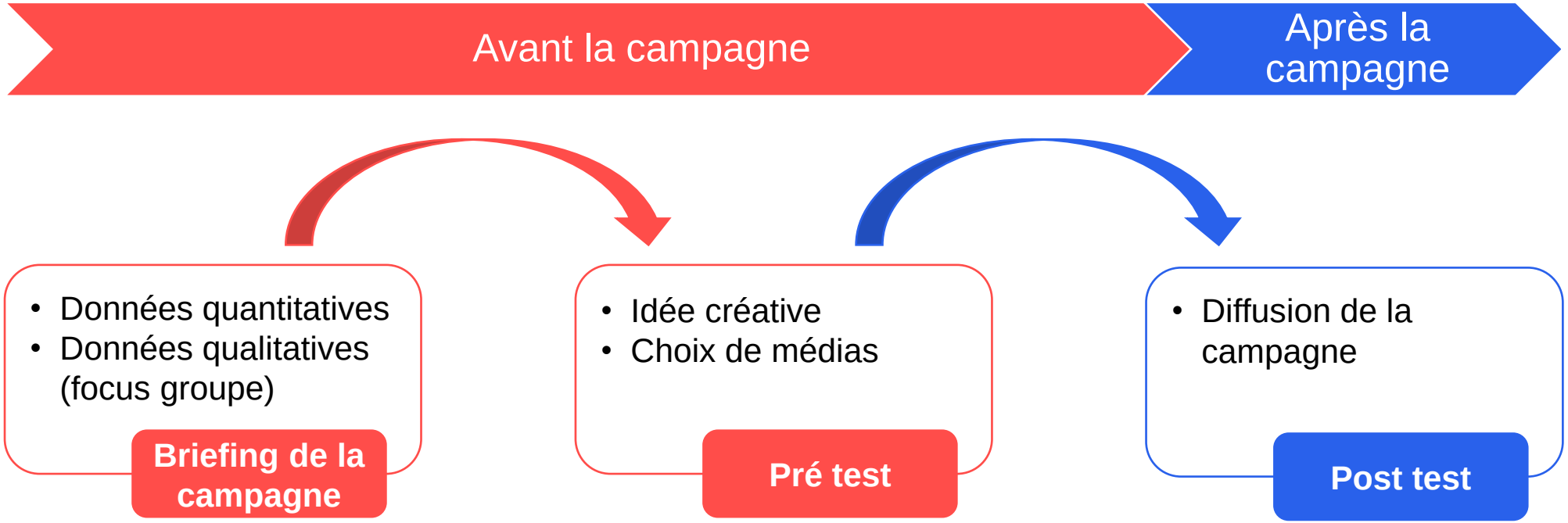
Notre personnalité
➔ Le grand frère protecteur

L ’AWSR se place à côté de l’usager.
Le guide sans jugement.
Pour lui donner toutes les clés afin qu’il fasse le bon choix.
Pour sa sécurité et celle des autres.

Fiabilité et Pertinence

FIABILITE & PERTINENCE

Les données, base essentielle de toute campagne de sensibilisation



Wallonie sécurité routière AWSR

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

CONSTAT

→ Données quantitatives

- En Wallonie,1 automobiliste sur 3 reconnait avoir pris le volant au cours du dernier mois en ayant dépassé l'alcoolémie maximale autorisée.
- Or, on estime que +-25% des accidents mortels sont dus à l'alcool soit environ 75 vies qui auraient pu être épargnées

→ Données qualitatives

- Focus groupe en cours
- Postulats :
  - Sous-estimation des risques
  - Acceptabilité sociale de la CSI importante
  - Sentiment de ne pas avoir le choix « *Il faut bien rentrer chez soi* »

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

BRIEFING

→ Objectifs

1. Faire prendre conscience des risques qu'on encourt pour soi et pour les autres
2. Sensibiliser qu'une consommation festive différente est possible lorsqu'on conduit (boissons 0% d'alcool)

→ Axe stratégique

« C'est le moment de rattraper le temps perdu (//covid) mais ne le faites pas au détriment des moments à venir ==> ne gâchez pas tout sur la route »

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

IDÉE CRÉATIVE :

→ Message

Demain sera génial (soyez là pour le vivre)

→ Choix des médias : par quels canaux diffuser notre message?

- Affichage le long des (auto)routes
- Réseaux sociaux
- Cinéma
- DOOH
- F2F
- Actions sur le terrain

PRÉ TEST

Affiches (auto)routes : visibilité vs message ciblé

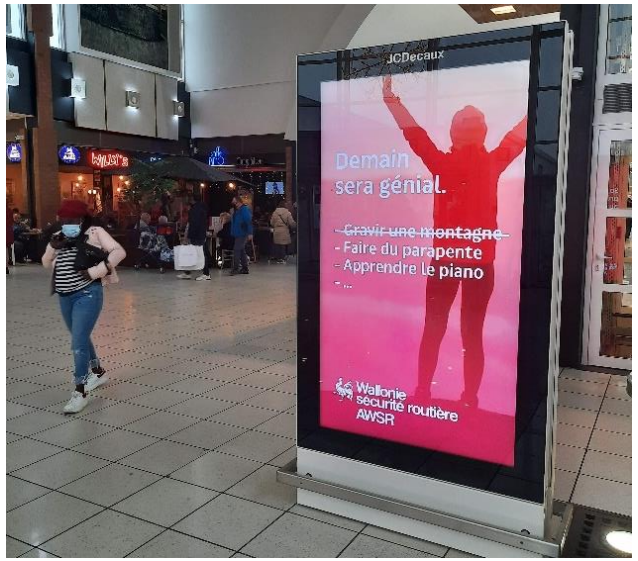
Exemple : campagne alcool - décembre 2021

CAMPAGNE

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

CAMPAGNE

DOOH



Distribution d'éthylotests

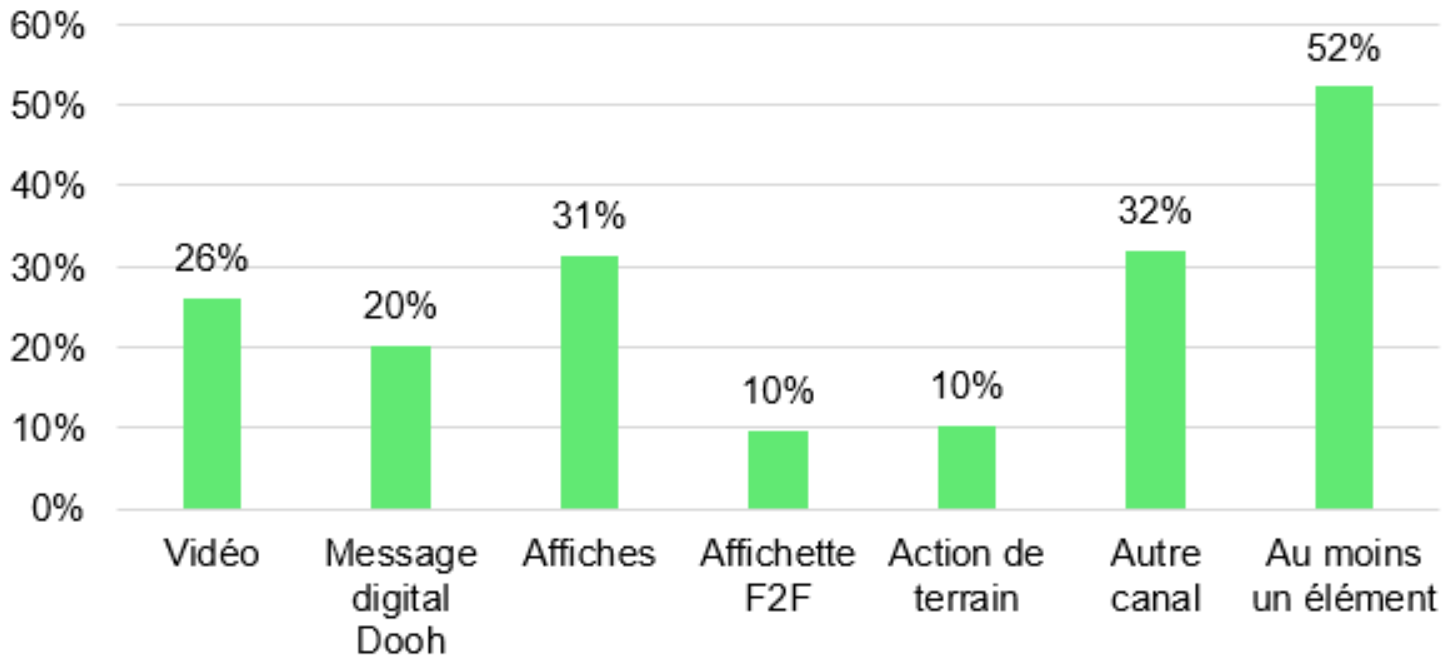
F2F

Affiche autoroute

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

POST TEST (échantillon de 1.000 wallons)

- Visibilité (// budget investi)



➡ Les affiches (31%) et la vidéo (26%) ont été les éléments les + vus

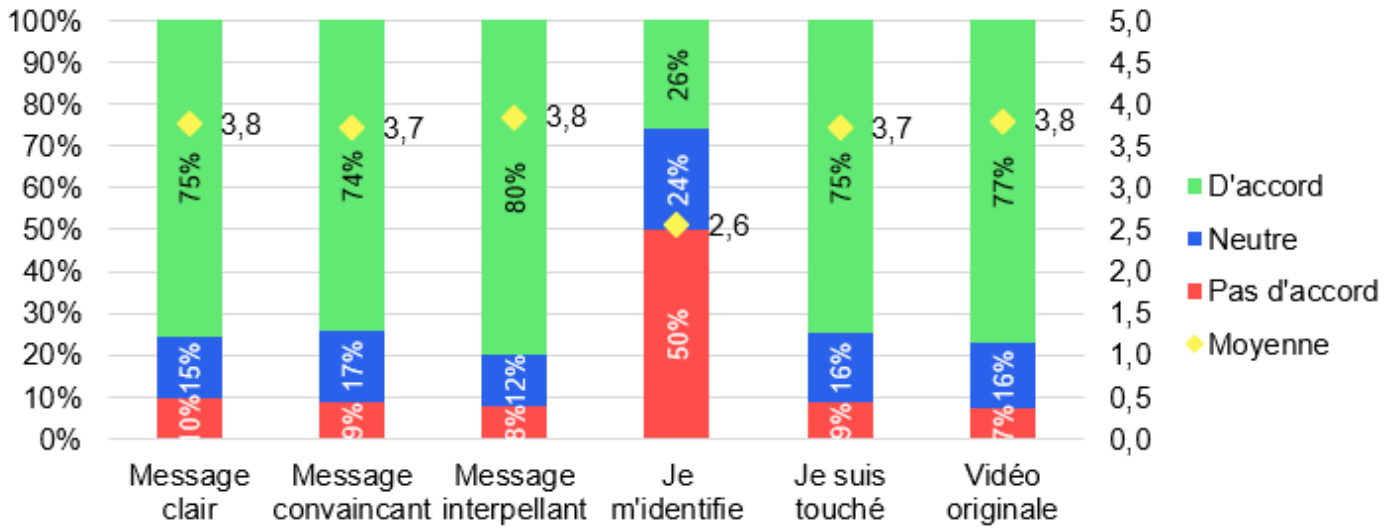
Wallonie sécurité routière AWSR

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

POST TEST

- Compréhension
  - Clarté du message
  - Lisibilité : couleurs, longueur du texte, utilisation ou non de photo

Vidéo



Affiche

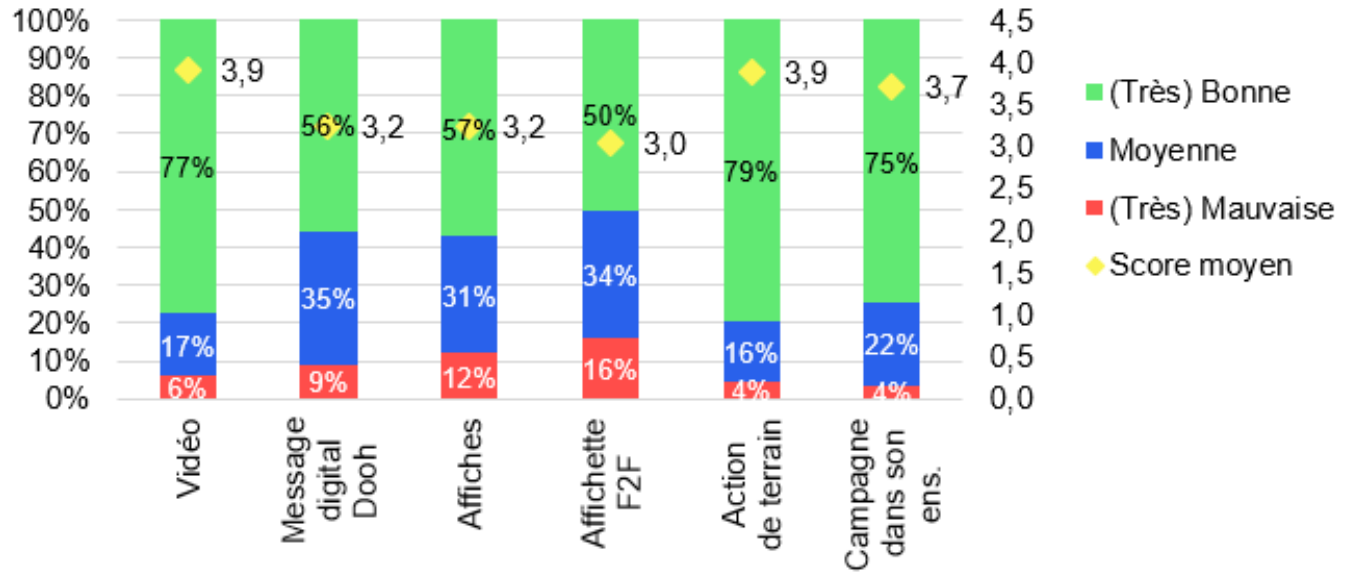
	Total
Les couleurs me plaisent	3,1
Affiche accrocheuse	2,9
Texte facile à lire	3,7
Texte trop long	1,9
Texte seul plus simple	2,7
Je m'identifie	2,5
Message clair	3,7
Message convaincant	3,3
Message interpellant	3,2
Je suis touché	3,0

**Score sur 5*

Exemple : campagne alcool - décembre 2021

POST TEST

- Adhésion ➡ action



	Total
Il est important de sensibiliser	4,1
La campagne m'a parlé / touché	3,3
La campagne m'a interpellé	3,3
La campagne m'a convaincu	3,3
La campagne a été source de discussion	2,1
La campagne est bienveillante	3,8
La campagne est originale	3,5
La campagne est moralisatrice	2,9
La campagne est compliquée	1,9

➡ La vidéo et les actions de terrain ont été les plus appréciées

30% des répondants (ayant été confronté au message) ont choisi d'acheter du 0% pour leurs fêtes suite au message

Wallonie sécurité routière AWSR

Proximité

PROXIMITE

Les yeux dans les yeux

ALLER À LA RENCONTRE DE L'USAGER

Présence dans les festivals

Distribution d'éthylotests

Kit visibilité

Borne éthylotest

RÉSEAUX SOCIAUX

→ Communication plus ciblée
→ Information, conseils pour un ancrage dans le quotidien
→ Relais / réseau d'ambassadeurs et de partenaires

CONTEXTE / MOMENTS DE VIE

→ Agilité

« Dans la communication, le plus compliqué n'est ni le message, ni la technique, mais le récepteur. »

Wallonie sécurité routière AWSR

Merci

Elodie GUIDET

Elodie.guidet@awsr.be

linkedin.com/company/awsr

www.awsr.be