

MINISTÈRE DE L'ÉQUIPEMENT
ET DU LOGEMENT

Groupe d'Étude P.R.B.A.
Accidents de la Route

ETUDE PILOTE
DE PRÉPARATION RATIONNELLE DES DÉCISIONS
CONCERNANT LES ACCIDENTS DE LA ROUTE

TITRE 7 :
INFORMATION et PUBLICITE

février 1969

AVANT PROPOS

L'étude pilote de préparation rationnelle des décisions concernant les accidents de la route est effectuée dans le cadre du projet de Rationalisation des Choix Budgétaires (R.C.B.).

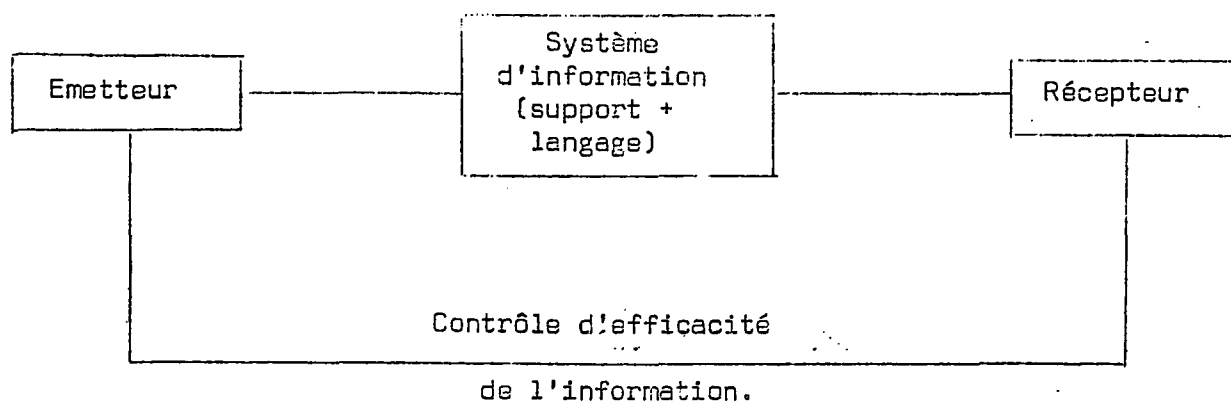
Elle comprend, une analyse systématique des actions possibles en vue de réduire les conséquences néfastes des accidents de la route, et parmi elles les actions de formation et d'information.

La distinction entre ces deux types d'actions n'est pas toujours nette.

Dans ce document, sont étudiées les activités qui consistent à transmettre des messages en dehors d'un cadre d'enseignement bien défini.

L'information est la transmission d'un message (ou contenu de l'information) entre un émetteur et un récepteur, au moyen d'un support et en utilisant un langage (ou code).

Ce processus peut être représenté par le schéma ci-dessous :



S O M M A I R E

1 - CE QUI EXISTE ACTUELLEMENT

- 11 - Le contenu de l'information
- 12 - Les émetteurs
- 13 - Les supports
- 14 - Les publics atteints
- 15 - L'influence de l'information
- 16 - Les recherches
- 17 - Conclusion sur la situation actuelle.

2 - LES ACTIONS POSSIBLES POUR AMELIORER L'INFORMATION

- 21 - Propositions d'organisation
- 22 - Actions sur le contenu et la forme
- 23 - Les publics visés
- 24 - Recherches à entreprendre

3 - EVALUATION DE L'INTERET DES ACTIONS ENVISAGEES

- 31 - Généralités
- 32 - Coût de l'information
- 33 - Avantages de l'information

ANNEXE I - THEMES DE PROPAGANDE

ANNEXE II - BIBLIOGRAPHIE

1. - Ce qui existe actuellement

L'information visant directement ou indirectement les usagers de la route est relativement abondante. Elle est caractérisée par sa diversité. Il est probable que les moyens mis en oeuvre auraient une meilleure efficacité si cette information était mieux coordonnée et appuyée sur des connaissances plus scientifiques.

11. Le contenu de l'information

On peut le caractériser de divers points de vue :

111 - Information scientifique :

Elle vise à informer les spécialistes en matière de sécurité. Bien qu'elle se développe depuis quelques années, elle reste relativement peu abondante et elle n'est pas toujours connue de ceux qui devraient l'utiliser.

Elle contient les résultats de recherches et d'études traitant de divers aspects techniques, psychologiques, médicaux ou statistiques de la sécurité. Son rôle est encore loin d'être comparable à celui qu'à l'information à caractère scientifique dans d'autres domaines de l'activité sociale et technique.

112 - Autres informations objectives

Elles concernent les modifications de la réglementation de la circulation, les changements importants intervenus dans le réseau routier, les caractéristiques des véhicules.

.../...



Des informations relatives aux conditions atmosphériques, à l'état des routes et de la circulation sont données de plus en plus systématiquement et efficacement. Le rôle des récepteurs de radio à bord des voitures est important à cet égard; il pourrait peut-être devenir plus grand encore.

Les renseignements portants sur les statistiques des accidents sont une information objective qui peut influencer l'attitude des conducteurs.

113 - Propagande pour la sécurité (cf. Annexe 1)

Elle porte de plus en plus fréquemment sur des points particuliers qui ont semblé importants soit parce qu'ils sont ignorés, soit parce que leur ignorance entraîne un risque grave.

En général, plusieurs grands thèmes sont choisis par l'émetteur et traités par divers moyens.

La propagande visant à susciter seulement chez l'usager la crainte de l'accident est de moins en moins mise en oeuvre.

Cependant de nombreux messages restent vagues parce que leur contenu est abstrait : prudence, courtoisie, respect du Code, etc...

114 - Publicités commerciales pouvant agir sur la sécurité

De nombreuses publicités commerciales contiennent des messages qui peuvent influencer les conducteurs. Il s'agit surtout de publicités pour des véhicules ou des accessoires. Cette publicité peut être utile, elle peut aussi être nuisible à la sécurité.

.../...

12. Les émetteurs

121 - Emetteurs officiels non spécialisés

1211 - Ministère de l'Intérieur

Il prend de multiples initiatives et apporte constamment sa collaboration pour l'information du public.

1212 - Ministère des Armées

Il diffuse régulièrement et de plus en plus intensivement, des informations concernant la sécurité destinées aux militaires.

D'autre part, la Gendarmerie Nationale prend de multiples initiatives et apporte constamment sa collaboration pour l'information du public.

1213 - Ministère de l'Education Nationale

Il facilite l'organisation par La Prévention Routière du concours National Scolaire qui est à la fois une incitation à la formation et une information.

1214 - Ministère de l'Equipement et du Logement

Ses responsabilités en matière de routes et de circulation en font un centre d'informations très important.
Il fournit une partie des crédits de l'O.N.S.E.R.

1215 - O.R.T.F.

Il diffuse diverses informations et gère un centre de renseignements téléphoniques. Il organise des "radio-guidages".

.../...

122 - Emetteurs spécialisés :

1221 - L'O.N.S.E.R.

Depuis 1961, cette Association privée, mais subventionnée par l'Etat dont la recherche en matière de sécurité routière est la vocation principale diffuse des informations à caractère scientifique (Cahiers d'Etudes - O.N.S.E.R.-Documents), ou distribués à la presse (O.N.S.E.R.-Actualités).

1222 - La Prévention Routière

Depuis 1948, elle est le principal centre de diffusion de l'information sous des formes diverses.

Elle a 240 000 adhérents et plusieurs milliers de délégués et de correspondants. Elle a, sous la Présidence d'Honneur du Préfet, un Comité local dans chaque département. Elle publie trois revues à grand tirage et organise de nombreuses campagnes et manifestations. (Voir Annexe 2).

C'est une Association privée, les Sociétés d'Assurance contre les Accidents fournissent environ un tiers de son financement.

L'action de La Prévention Routière est organisée en liaison étroite avec les pouvoirs publics et se développe d'année en année.

1223 - Le Centre National d'Information Routière

Le Centre National d'Information Routière a été créé en 1968 par les Services de Gendarmerie. Sa mission est de centraliser toutes les informations relatives à la circulation routière recueillies par les différentes unités de Gendarmerie installées sur le territoire.

Les renseignements sont retransmis directement aux administrations centrales (Armées - Intérieur - Equipement et Logement), à l'O.R.T.F. ainsi qu'aux services centraux de certains organismes (Fédération Nationale des Clubs Automobiles, Touring Club de France ...).

.../...

Une collaboration avec le Ministère de l'Équipement définitivement mise au point au début de 1969 devrait permettre une utilisation plus large des informations reçues et faciliter en particulier les opérations de délestage et de dégagement d'itinéraires surchargés.

1224 - L'Institut National de Recherches et de Sécurité :

Organisme lié au Ministère du Travail et des Affaires Sociales, il a compétence pour tout ce qui concerne la sécurité sous ses divers aspects, en particulier la sécurité du travail. Il mène une action continue pour la prévention des accidents du trajet (affiches, films, brochures etc...)

123 - Emetteurs privés divers

1231 - Associations diverses

Les Automobiles-Clubs, le Touring-Club, la Société des Ingénieurs de l'automobile, l'Union Technique dell'Automobile et du Cycle et de nombreux autres groupements jouent un rôle dans l'information du public.

1232 - Radios privés

Elles n'ont pas d'action spéciale d'information concernant la sécurité de la circulation.

1233 - Edition, Entreprises de presse

(cf Annexe 2)

1234 - Sociétés Industrielles et commerciales

Certaines apportent leur concours à la Prévention Routière. D'autre part leur publicité n'est pas sans influencer les usagers. (voir 114).

.../...

13 - Les supports de l'information (cf Annexe 2)

On peut distinguer l'information imprimée de l'information orale et visuelle.

131 - Information imprimée

1311 - Publications scientifiques concernant la sécurité routière

1312 - Publications non scientifiques spécialisées en matière de sécurité

1313 - Publications spécialisées de l'Automobile, la Circulation, le Tourisme, etc...

1314 - Publications générales

La presse quotidienne et périodique publie assez fréquemment des articles concernant la sécurité routière. Elle informe ses lecteurs sur les accidents graves ou survenus dans la région.

1315 - Livres

Chaque année sont publiés plusieurs ouvrages consacrés à la sécurité de la circulation. La liste des principaux livres parus au cours des dernières années est donnée en annexe bibliographique.

1316 - Affiches

1317 - Tracts et Brochures

1318 - Divers

La Prévention Routière a utilisé divers supports : boîtes d'allumettes, papier d'emballage du sucre, tampons sur les enveloppes.

Les P.T.T. ont récemment édité un timbre postes.

132 - Information orale et visuelle

1321 - Radio-Télévision

En plus de conseils ou d'informations diffusés à diverses occasions, la Radio et la Télévision ont inscrit à leur programme des séries d'émissions régulières (Magazine de l'Automobile, Teuf-Teuf) et donnent régulièrement des renseignements utiles aux usagers sur l'état des routes

.../...

et la météorologie.

A certains moments, il s'agit d'un véritable "radio-guidage"...

1322 - Information téléphonique

L'O.R.T.F., la Fédération des Clubs Automobiles informent par téléphone sur l'état des routes et la météorologie. Le service Documentation de la Prévention Routière donne aussi des informations générales par téléphone.

1323 - Films animés et fixes

La Prévention Routière a réalisé plusieurs films qu'elle distribue gratuitement (le Dépassement, Conduite la nuit, Sécurité piétons, etc...). Il existe aussi plusieurs séries de diapositives, faites le plus souvent pour l'enseignement de la conduite mais qui sont utilisées pour l'information au cours de conférences.

1324 - Disques

C'est un support encore peu répandu. Cependant, il existe au moins un disque destiné aux candidats à l'examen du permis de conduire.

1325 - Conférences

La Gendarmerie, la Police Nationale, ainsi que les responsables nationaux et locaux de la Prévention Routière font souvent des conférences devant divers publics.

133 - Manifestations diverses (Rallyes, Concours, Challenges, etc...)

La Prévention Routière organise fréquemment des manifestations locales ou nationales comportant des concours de diverses formes dont le but est de diffuser des informations relatives à la sécurité.

.../...

Ces manifestations ont le plus souvent lieu en liaison avec des Administrations ou des grandes firmes.

On peut signaler aussi les véhicules d'exposition et de propagande qui circulent de ville en ville.

14. Les publics atteints par l'information (cf. Annexe 2)

141 - Public en général

142 - Catégories de publics spécialement visées

1421 - Jeunes

- Scolaires -

Environ 1 million d'élèves et 25 000 enseignants participent au Concours National Scolaire - 60 000 participants chaque année aux divers rallyes et autres concours organisés par La Prévention Routière.

- Militaires -

80 000 participants et 375 000 prévus pour 1969 au Challenge Militaire mis en place par La Prévention Routière.

1422 - Entreprises

80 000 participants au Challenge P.T.T., 27 000 au Challenge E.D.F. tous deux préparés par La Prévention Routière.

1423 - Médecins

1424 - Informateurs (Journalistes, conférenciers, etc...)

1425 - Spécialistes de La Prévention

1426 - Enseignants de la conduite

Il existe une Association pédagogique des anciens élèves du centre de formation de moniteurs de La Prévention Routière. Elle groupe plusieurs centaines d'enseignants. Les revues professionnelles des moniteurs (Inter Auto-Ecole, Auto-Ecole de France) publient assez souvent des articles concernant la sécurité.

15. L'influence de l'information sur le public

151 - Difficulté de son évaluation

Il est difficile de répondre aux questions suivantes :

- l'information a-t-elle été reçue ?
- a-t-elle été comprise ?
- a-t-elle influencé le comportement ?
- a-t-elle amélioré la sécurité ?

Ces vérifications supposent des enquêtes menées avec rigueur, qui ont été rarement effectuées jusqu'à maintenant. L'information pour la sécurité ayant souvent été diffusée avec le seul souci de participer à une oeuvre utile dans son principe.

152 - Estimations diverses

En 1968, deux enquêtes systématiques ont été faites en Suisse pour contrôler l'efficacité des divers supports utilisés au cours de campagnes d'information.

Pour que les résultats soient vraiment intéressants, il faudrait connaître l'intensité d'utilisation de chacun de ces supports. Cependant, on peut noter que sur 2000 personnes interrogées, ont déclaré avoir été informées sur le thème de la campagne par les divers moyens avec les pourcentages suivants :

- Télévision	61 %	- Presse quotidienne	24 %
- Affichage routier	48 %	- Films	12 %
- Radio	40 %	- Presse illustrée	10 %
- Autres Affichages	28 %		

16. Les recherches sur l'information

161 - Les études de l'O.N.S.E.R.

Plusieurs recherches de l'O.N.S.E.R. ont été faites, ou sont en cours non pas sur l'influence de l'information mais sur le niveau d'information des usagers. Ces travaux, en révélant des ignorances et des attitudes dangereuses, peuvent fournir des données utiles pour des campagnes d'information.

Ces résultats ont été ou seront publiés dans les Cahiers d'Etudes. On peut citer en particulier l'étude publiée en 1966 (Cahiers d'Etudes numéro spécial) qui a porté sur la psychologie de la sécurité et des risques chez les conducteurs de voitures.

.../...

Les points examinés ont été les suivants :

- connaissances des conducteurs (niveau d'information et savoir faire relatif aux situations de risques et aux accidents).
- représentations subjectives des situations de risques
- motivations et attitudes à l'égard de la prise de risques et de la sécurité
- comportements concrets en situation de conduite et à l'égard des assurances automobiles.

Des résultats quantitatifs et qualitatifs ont été obtenus aboutissant à définir une "personnalité de base" du conducteur en matière de sécurité qui devrait fournir des fondements aux diverses actions (information en particulier) entreprises pour faire évoluer son comportement dans le sens d'une meilleure adaptation.

D'autre part, le rapport final qui doit paraître en 1969 de l'Etude Clinique d'Accidents faite actuellement par l'O.N.S.E.R. devrait également faire apparaître des constantes dans les comportements dangereux des conducteurs ou dans leur mauvaise compréhension ou interprétation des règles de circulation :
insuffisance de connaissances techniques,
croyances irrationnelles,
habitudes, etc...

162 - Recherches étrangères

Plusieurs études étrangères indiquent la nécessité d'un contrôle des résultats de l'information et suggèrent des moyens pour effectuer ce contrôle. Il paraît intéressant de les exploiter.

.../...

17.- Conclusion sur la situation actuelle

Il semble que la plupart des informations émises soient le résultat d'improvisations et d'initiatives inspirées par un souci de sécurité plus qu'appuyées sur une connaissance scientifique de ce qui est souhaitable et efficace.

Il existe dans l'opinion publique un grand nombre de mythes et d'opinions erronées concernant les conditions de la sécurité. On peut craindre que souvent l'information émise ne reproduise, et par conséquent ne renforce, ces conceptions fausses et nuisibles qui sont partagées par l'émetteur. Cependant des progrès ont certainement déjà été accomplis par certains émetteurs d'information qui, à travers leur expérience, ont peu à peu élaboré de façon empirique des thèmes et des méthodes plus efficaces. En outre un nombre croissant de responsables a compris qu'en ce domaine difficile, la bonne volonté ne pouvait tenir lieu de compétence.

2. - Les actions possibles pour améliorer l'information

Les remarques précédentes indiquent déjà dans quelles directions pourrait être recherchée une meilleure efficacité de l'information. En effet, il importe que désormais elle cesse d'être empirique et d'autre part que l'ensemble des activités concourant à son organisation soit regroupé.

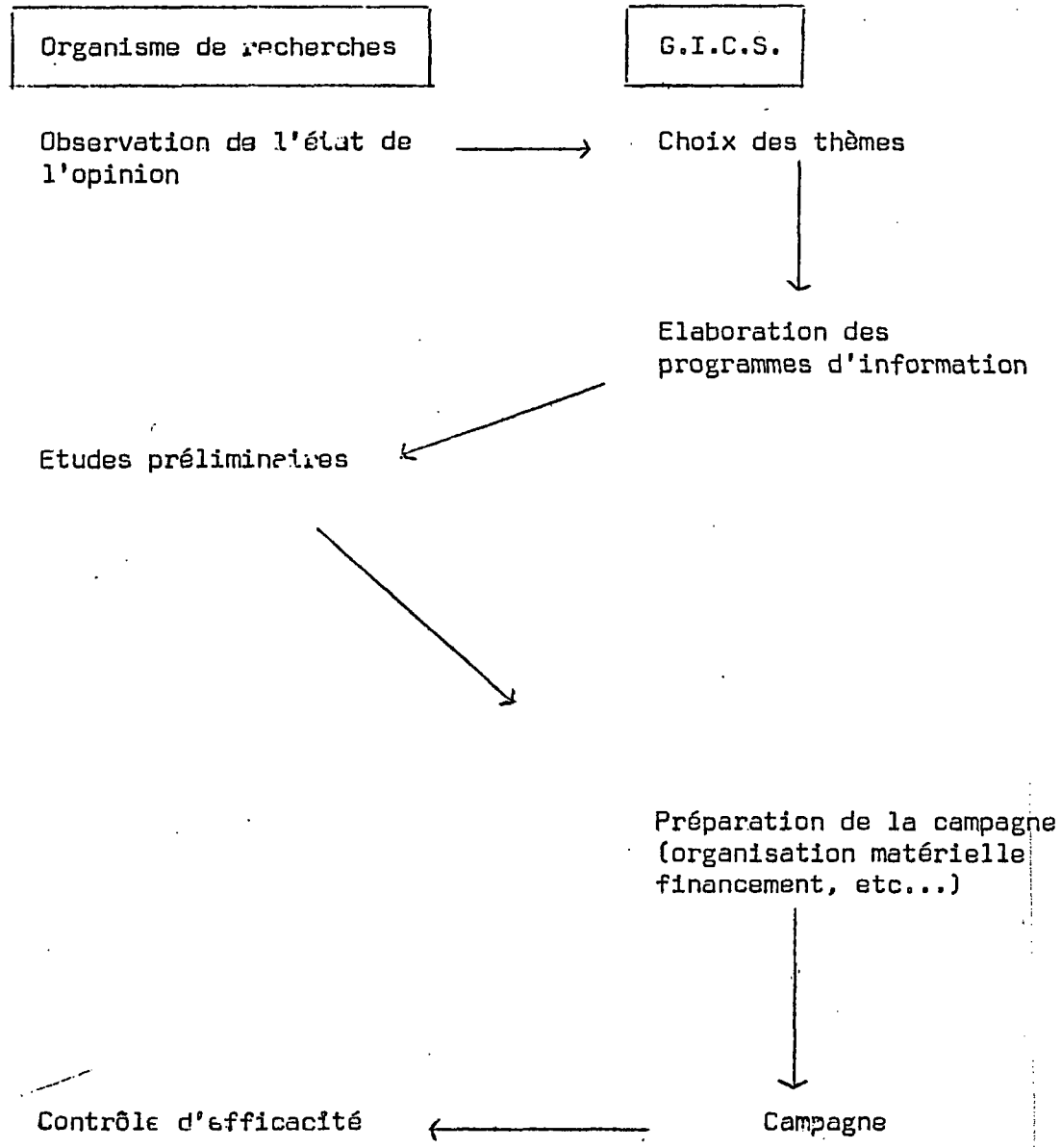
21. Propositions d'organisation

211 - Emetteurs

Un premier effort de coordination a été tenté par la création officieuse d'une commission interministérielle appelée Groupe Information Circulation et Sécurité (G.I.C.S.). Ce dernier doit permettre une meilleure liaison entre les diverses actions entreprises dans le domaine de l'information par les divers services administratifs et organismes privés. Le G.I.C.S. doit être renforcé par un secrétariat chargé d'organiser l'ensemble des activités concourant à la réalisation des campagnes d'information. Il assurerait l'utilisation des données scientifiques (fournies par l'O.N.S.E.R.) par les divers émetteurs. Parmi ceux-ci La Prévention Routière, étant donné son expérience et l'ampleur des moyens dont elle dispose, devrait être considérée comme un émetteur important.

212 - Processus de travail

Il devrait se dérouler de la façon suivante :



OBSERVATIONS

- Choix du thème : celui-ci devrait être fait dans le cadre d'un programme, c'est à dire en fonction de futures réglementations ou de résultats d'études (voir paragraphe 25).

- Etudes préliminaires : celles-ci consisteraient essentiellement en sondages d'opinion et études psycho-sociologiques, destinées à :
 - o déterminer le niveau de connaissances et les réactions des différents groupes cibles sur le thème choisi.
 - o proposer les supports les mieux adaptés.

- Préparation de la campagne, c'est à dire élaboration du contenu sous les diverses formes qu'il peut revêtir (textes des affiches, des tracts, des articles, préparation de conférences de presse, de flashes télévisés, de films, etc...), choix des supports, mise au point du calendrier de la campagne, recherche de son financement, etc...

- Parallèlement à la campagne contrôle de son efficacité par sondages et appréciation des résultats (diminution des accidents, diminution des infractions).

22. Actions sur le contenu et la forme

221 - Orientation générale

L'information doit tendre à améliorer les connaissances, se rapprocher d'une sorte d'éducation permanente, remède à une formation insuffisante ou mal assimilée, elle devra également viser à modifier les mauvais comportements des usagers.

D'autre part, il est certain que la nécessité d'informer apparaît lors de toute action dans le domaine de la circulation et de la sécurité routière. L'information est un complément indispensable à toute mesure de sécurité qu'il s'agisse d'une nouvelle réglementation ou de toute autre modification ou rappel des conditions de circulation et de conduite. Les comportements des conducteurs sont sans aucun doute influencés par la crainte de la répression. Cependant il semble bien que la répression ne puisse suffire en ce domaine à assurer le respect des règles. Son action doit être renforcée par une information des usagers tendant à leur faire accepter les prescriptions réglementaires comme des obligations nécessaires pour la sécurité de tous.

Enfin la formation et l'information sont et resteront deux actions complémentaires ; la préparation méthodique à la conduite sûre est aussi une sensibilisation aux "messages" que le conducteur recevra quand il sera engagé dans la circulation. Ces "messages" lui seront nécessaires pour lui permettre d'actualiser ses connaissances et ses attitudes. Les conditions de la circulation changent beaucoup en quelques années et l'adaptation aux conditions nouvelles exige une information continue.

222 - Thèmes d'information

1969

Dans le cadre de l'action du G.I.C.S. , 2 thèmes paraissent en particulier s'imposer cette année. Etant donné, d'une part, la mise en vigueur des nouveaux articles du Code de la Route et, d'autre part, la décision d'une expérience de limitation de vitesse, l'information devra porter sur l'explication des conditions de conduite créées par ces nouvelles réglementations.

Il a été décidé de la publication d'un mini-code, d'un code commenté et ... la réalisation des flashes télévisés. Quant à la limitation de vitesse, son application a été précédée d'une conférence de presse, pour informer les journalistes, et de l'envoi du livre vert "Réglementation de la vitesse", brochure préparée par l'ONSER et destinée à fournir un dossier objectif sur cette question en exposant les résultats des études effectuées à ce sujet. Des flashes télévisés sont également prévus.

1970

Les thèmes "Alcoolisme et Conduite" ainsi que "Ceintures de Sécurité" pourraient être retenus en raison, pour le premier, de la fixation probable d'un taux légal d'alcoolémie et, pour le second, de l'application, à partir du 1er Avril 1970, de la réglementation concernant l'obligation d'équipement de ceintures de sécurité sur les véhicules mis en service à partir de cette date.

1971 - 1975

Les résultats des recherches évoqués au paragraphe 161 devraient fournir un assez grand nombre de thèmes aux futures campagnes de sécurité. On pourra également s'appuyer sur la structure de programme de l'étude de P.R.D.A.

Ces thèmes devront être définis assez rapidement parce que si certains peuvent utiliser des études déjà faites, d'autres conditionnent la nature des recherches à entreprendre.

Il faudra ensuite choisir un ordre d'urgence déterminé en fonction de plusieurs critères, en particulier :

- o Importance du facteur cause d'accident, en l'isolant par rapport à l'ensemble des autres facteurs.
- o Niveau de connaissance de la population sur cet aspect de la conduite.
- o Evaluation de la plus ou moins grande facilité de compréhension et d'assimilation par la population, du thème retenu.

223 - Financement

Toute action de publicité ou d'information est couteuse. Certaines firmes industrielles françaises y consacrent de 10 à 20 % de leurs dépenses globales. C'est pourquoi il est nécessaire d'obtenir des concours financiers divers : Etat, collectivités locales, entreprises (pétroliers, travaux publics, constructeurs, sociétés d'assurances, etc...), ainsi que ceux d'organismes tels que La Prévention Routière et les Automobiles Clubs. On peut mentionner également l'aide apportée par l'O.R.T.F. sous forme de temps d'antenne ou de Télévision.

23. Les publics visés par l'information

Il apparaît que jusqu'à maintenant la "cible" choisie ait été essentiellement le conducteur pris es-qualités et de plus considéré comme fautif, même le plus souvent comme seul coupable alors qu'il faut tenir compte de l'imbrication des responsabilités, de la participation de tous les groupes sociaux à l'accident.

Donc, en dehors de l'action directe visant l'ensemble des usagers on peut envisager une action indirecte portant sur un public déterminé en fonction de certaines caractéristiques :

- Ceux qui en raison de leurs responsabilités doivent prendre les décisions concernant toutes interventions relatives à la circulation et à la sécurité routière et veiller à leur application (service de police et gendarmerie, magistrats, Services du Ministère de l'Equipement, etc...)
- Ceux qui, d'une façon générale, peuvent avoir une influence sur le comportement ou les attitudes de la population : les "relais d'opinions".

231 - Les "Relais"

Pour ces derniers, on pourrait plus systématiquement définir des catégories d'usagers qui sont concernés par la sécurité d'un point de vue qui leur est propre et dont il faut tenir compte pour que l'information soit reçue. Il en est ainsi de certaines personnes qui,

par leurs fonctions et leur position dans la société, constituent des "relais" diffusant automatiquement les connaissances et les idées (enseignants, médecins, commerçants, responsables de divers groupes, etc...)

Le contenu de l'information à transmettre, en particulier à cause de l'importance des opinions et attitudes sociales, doit faire espérer un bon rendement de cette diffusion par "relais".

Parmi eux, ceux dont le métier est l'information, devraient être spécialement instruits. Il faudrait organiser pour eux des stages, des conférences et leur fournir systématiquement les moyens de mieux accomplir leur tâche.

La publication d'ONSER-Documents est une première étape dans ce sens. On pourrait éventuellement inciter les directions des Ecoles et Instituts où sont formés les journalistes ainsi que les spécialistes de la publicité et des relations publiques à inscrire à leur programme une préparation relative à la sécurité.

24. Recherches à entreprendre

Le programme de recherches devrait comporter plusieurs catégories de travaux (sur le contenu, les méthodes, les relais etc...)

En ce qui concerne le contenu, il paraît nécessaire tout d'abord de recenser les grandes causes d'insécurité.

Pour ceci on pourrait, en particulier, s'appuyer sur l'ensemble des travaux réalisés jusqu'à maintenant par l'ONSER (résistance à la fatigue, à l'endormissement, connaissance de la signalisation, résultats des analyses factorielles des accidents etc...). Simultanément en utilisant des sondages et des méthodes de discussion en groupes restreints il faudrait préciser l'état de l'opinion sur les questions de sécurité et "l'image de marque" des organismes de recherche et de prévention.

Compte tenu des résultats de ces travaux et de la sélection des facteurs d'accidents qui paraîtraient les plus sensibles à une action d'information, les thèmes et l'enveloppe des campagnes seraient définis, soumis à un testing préalable et éventuellement modifiés avant le lancement des actions globales.

Quant aux recherches sur les méthodes elles constituent un aspect très important du programme des travaux effectués par l'A.E.R. - Information et le département de psychologie Sociale de l'ONSER.

Dans cet esprit, l'avant-projet d'expérience portant sur l'efficacité d'une campagne d'information, récemment mis au point par l'ONSER serait réalisé en 1970.

Son principe consiste à effectuer dans des zones bien déterminées et comparables entre elles différentes campagnes de sécurité et à comparer la variation du nombre des accidents et de tous les autres critères jugés pertinents dans ces zones. Cette expérience pourrait être menée très rapidement et ses résultats utilisables à brève échéance.

Enfin il est à noter que si l'on décide de mener une politique d'information cohérente, dont l'action s'étendrait sur plusieurs années l'ONSER devrait dès maintenant établir un programme de recherches en matière de psychologie orienté essentiellement vers l'information.

On peut même souhaiter que dans la planification de l'ensemble des actions de recherche de l'ONSER pour les années à venir, la possibilité d'en utiliser les résultats en vue d'une information du public soit une préoccupation constante.

3. - Evaluation de l'intérêt
des Actions envisagées

31. Généralités

La politique d'information en matière de sécurité routière doit être utile et efficace c'est-à-dire qu'elle doit avoir pour effet une réduction des conséquences néfastes des accidents. Les propositions faites dans la 2ème partie visent à remplir cette mission. Mais pour préparer de façon rationnelle les décisions administratives qui devront être prises en ce domaine il est nécessaire d'évaluer les actions envisagées en effectuant des analyses coût/avantages.

311 - Les indicateurs

Afin de pouvoir opter entre les différentes possibilités envisagées, chaque action proposée devra être caractérisée par une série de grandeurs mesurables appelées : indicateurs de programme. Pour une action d'information il s'agira de définir l'importance des supports choisis. On peut prendre comme exemple, pour une campagne d'information sur les ceintures de sécurité, le nombre de tracts distribués, de flashes à l'O.R.T.F., d'affiches etc...

Toute action porte sur un groupe cible et ses effets sont mesurés par des indicateurs d'impact. Si on reprend l'exemple, cité plus haut, l'indicateur d'impact pourra être le nombre d'installations nouvelles de ceintures de sécurité sur les véhicules en circulation.

Il s'agira ensuite d'étudier les relations entre ces deux sortes d'indicateurs d'une part et la mesure de l'effet de sécurité routière (ou indicateurs d'efficacité) que l'étude PRDA sur les accidents de la route a définis c'est à dire la réduction du nombre des accidents, de leur gravité, du nombre d'infractions etc...

L'instruction BSI a pour effet de charger le contenu de l'IAR (soit l'adresse ALPHA+2) dans la position qui a pour adresse l'EA
 Q EA = C(TV+X) = Adresse du point d'entrée.
 L'adresse de retour ALPHA+2 vient donc écraser *—*. (On aurait par conséquent pu mettre n'importe quoi à la place.)

Pour revenir au programme principal, on exécute l'instruction :
 RETUR BSC I BBSIT, qui équivaut à un GØ TØ à l'adresse.
 ((BBSIT) soit l'adresse de retour

2°) Cas où il n'y a pas d'arguments mais plusieurs points d'entrée.

Le début du sous-programme se présentera de la manière suivante :

```

        ENT      NAME1      (ne figure pas dans le programme objet)
        ENT      NAMEZ      (ne " " " ")
NAME1    DC      * — *
NAMEZ    DC      * — *
        _____
        _____
        _____
    
```

Et le vecteur de transfert sera de la forme.

	Adresse du 1er point d'entrée	Adresse du 2° point d'entrée	TV
T.V.	TV+X ₁	TV+X ₂	CALL

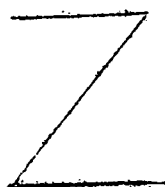
3°) Cas où il y a des arguments

Correspond au FORTRAN CALL BBSIT (COCO, DODO)

La séquence correspondante en assembleur sera, sous le programme principal

```

CALL    BBSIT
DC      LALA
DC      DADA.
    
```



Les DC. sont des DC adresse : LALA et DADA représentent les adresses des positions mémoire où se trouvent les valeurs de LOLO et DODO

Etant donné que pour la sécurité routière, jusqu'à maintenant, il n'y a jamais eu en France de campagne généralisée portant sur un seul thème et utilisant simultanément une très grande variété de supports, on ne peut évaluer une action de ce genre qu'en l'assimilant à une campagne publicitaire destinée à faire connaître un nouveau produit sur le marché.

Lors du lancement d'un produit alimentaire, pour lequel le plan de campagne s'est déroulé sur une période de 8 mois, les actions suivantes ont été menées :

- 30 parutions d'annonces dans 8 magazines différents
- 100 parutions d'annonces dans 20 quotidiens différents (nationaux et régionaux).
- 50 parutions d'annonces dans 10 périodiques techniques
- 3 séries d'affiches prévues chacune pour une durée de 15 jours
 - à Paris
 - en banlieue
 - en province
- 200 messages sur un poste de radio périphérique
- 4 spots de 30" par semaine durant 3 semaines sur un poste de télévision périphérique

Le budget nécessaire a été établi de la façon suivante :

- magazines	750 000
- presse quotidienne	260 000
- presse technique	50 000
- affichage	570 000
- radio	400 000
- télévision	70 000
- frais techniques divers	150 000

Total 2 250 000

324 - Le cadre d'évaluation

Toute action d'information doit être considérée en fonction des coûts divers qu'elle entraîne pour la nation. Doivent entrer en ligne de compte les coûts monétaires, les uns publics, c'est-à-dire supportés par l'État, les autres, privés, c'est-à-dire supportés par les usagers et divers groupes privés.

Ainsi une campagne d'information conduite par la Prévention Routière peut être considérée comme financée par les Sociétés d'assurances et les usagers.

Les autres coûts sociaux et psychologiques sont plus difficilement évaluables. Une campagne mal orchestrée ou portant sur des points mineurs risque de créer dans l'opinion publique une image fautive des problèmes de la sécurité routière.

On peut également craindre qu'une politique d'information trop systématique n'entraîne une réaction inverse au but choisi, c'est à dire un désintérêt.

33. Avantages de l'information

331 - Exemples d'évaluation (cf. Titre 12 - Véhicule et Sécurité Routière)

Si x% des usagers utilisent la ceinture de sécurité sans campagne d'information, après une campagne intensive (x + δ x)% des usagers l'utiliseront.

En 1970, plus de 2 millions de véhicules seront équipés de ceintures de sécurité.

Si δ x = 1 %, le gain actualisé (pour un taux de 10 %), sur 10 ans correspondant à ces véhicules sera de

$$\frac{1}{100} \times 625 \times 2\,000\,000 = 12,5 \text{ M}$$

Une campagne d'information coûtant environ 3 M en 1970, et 1 M pendant les années suivantes.

Le coût actualisé correspondant est :

$$3 + \sum_{i=1}^{10} \frac{1}{(1,1)^k} = 9,14 \text{ M}$$

Dans ces conditions, il suffit que la campagne amène moins de 1 % d'usagers supplémentaires à utiliser le dispositif pour qu'elle soit rentable

332 - Information et publicité dans d'autres secteurs et à l'étranger

En France, l'Institut de Recherche et d'Etudes Publicitaires a, en 1964, procédé à une évaluation des pourcentages des dépenses publicitaires par rapport aux dépenses globales de certains secteurs économiques.

Les chiffres suivants ont été obtenus :

Produits alimentaires	18 %
Equipements de maison	15 %
Parfumerie, pharmacie	13 %
Culture, loisirs, distractions	12 %
Cuir, textiles, habillements	10 %
Entretien de la maison	10 %

En ce qui concerne l'importance des crédits consacrés à l'information et à la propagande en matière de sécurité routière à l'étranger, il est assez difficile de recueillir des renseignements, ceux-ci devront cependant être connus et le seront ultérieurement. On peut toutefois estimer qu'en Suède chaque année 4 Millions de couronnes (environ 4 Millions de francs) sont consacrés à l'information.

(Rappelons que la Suède compte seulement 8 Millions d'habitants).

D'Autre part, le budget nécessaire aux diverses actions d'information entreprises lors de la décision de circulation à droite a été de 36 Millions de couronnes.

En Angleterre, la campagne d'information qui avait précédé et accompagné la décision de fixation d'un taux légal d'alcoolémie avait coûté 4 Millions de francs.

333 - Le cadre d'évaluation

Une action d'information présente en particulier les avantages suivants :

- En renforçant l'impact de toute décision prise en matière de sécurité routière.

- En attirant l'attention des conducteurs sur la sécurité ce qui, peut entraîner des modifications du comportement non seulement vis à vis du problème des accidents de la route mais aussi dans d'autres domaines (sens des responsabilités, civisme etc...)

A l'occasion de chaque campagne d'information, on s'efforcera (§ 311) d'en mesurer l'impact et l'efficacité, ce qui permettra de donner des indications sur la rentabilité de ces campagnes. Un projet mis au point par l'ONSER dont il a déjà été fait mention au paragraphe 24 indique les conditions dans lesquelles un tel contrôle pourrait être effectué. Il apparaît intéressant de procéder à cette expérience qui rappelons-le consiste à effectuer dans des zones bien déterminées et comparables entre elles différentes campagnes de sécurité et de comparer la variation du nombre des accidents, des infractions etc... dans ces zones.

Le thème retenu "comportement des automobilistes aux intersections" présente dans l'immédiat beaucoup d'intérêt pour les raisons suivantes :

- de nombreux accidents ont effectivement lieu aux intersections, une amélioration sur ce point a des chances de se traduire par des résultats tangibles.

- Il s'agit de situations relativement complexes où interviennent à la fois des règles précises définies par le Code et des comportements personnels de prudence.

- Le problème a déjà fait l'objet d'une recherche de l'ONSER qui pourrait servir de point de départ en fournissant une bonne connaissance des comportements actuels des conducteurs.

- Il semble que les comportements corrects aux intersections, en particulier les règles de priorité, présentent des difficultés de compréhension pour certains conducteurs. Cela permet d'envisager une campagne d'explications qui pourrait plus tard être comparée avec une campagne plus affective.

Enfin les divers comportements possible aux intersections peuvent être observés en dehors de tout accident.

334 - Dépenses à affecter à l'information

D'après diverses estimations on peut admettre qu'en France l'investissement publicitaire représente environ 1 % du revenu national. Si on consacrait 1 % du coût des accidents pour la Nation, la dépense d'information serait de l'ordre de 100 millions.

Les propositions faites conduisent à dépenser en 1970 de l'ordre de 8 Millions , dont :

Secrétariat , G.I.C.S.	0,5
Etudes psychosociologiques	1,5
Crédits budget	1
Crédits privés	5

Les actions entreprises seront conduites de façon à en déterminer l'efficacité, ce qui permettra au cours des années prochaines de définir la dépense globale souhaitable pour les campagnes d'information. Mais on peut dès maintenant prévoir que ce secteur connaîtra une expansion rapide.

ANNEXE I
THEMES DE PROPAGANDE

I PROPOSITIONS

1 - Relatives aux nouvelles dispositions du Code

Dépassement :

- o mesures préalables, règles nouvelles.
- o usage du clignotant, retour à droite.
- o interdictions.
- o comment se laisser dépasser.

Stationnement :

- o le principe.
- o interdiction générale sur les routes
- o les interdictions individualisées.
- o stationnement en ville.

Circulation nocturne :

- o Usage des feux. Réglage des phares
- o Ne pas éblouir de l'arrière une autre voiture.
- o Usage des feux de route et de brouillard.

Priorité à droite :

- o Ce qu'elle n'est pas
- o Les bretelles de raccordement.

Vitesse :

- o Cas de ralentissement obligatoire
- o La vitesse en agglomération.

L'interdiction d'dncombrer un carrefour

Les lignes jaunes (rien de changé pour les automobilistes, mais seulement pour les magistrats).

Les changements de direction.

La nouvelle réglementation pour sortir d'un chemin de terre ou d'un parking.

Le créneau de 50 mètres pour les caravanes.

Le "Tourne à gauche".

La priorité en montagne.

Comportement aux carrefours.

Le signal stop. Comment s'engager

Les pistes cyclables et les cas de priorité

L'usage de l'avertisseur sonore.

2 - Autres

a) d'ordre technique :

Contrôle des phares. En quoi il consiste. Comment les phares se dérèglent.

Contrôle des pneus. Les pneus interdits. Comment s'usent les pneus.

Contrôle des freins : les tambours, les disques, un freinage équilibré.

Contrôle de la direction.

La surcharge et ses effets. Comment conduire une voiture chargée.

b) généraux :

- Effets d'un choc à grande vitesse sur un organisme humain

- Différence entre freinage sur sol sec et sur sol mouillé

- La conduite de nuit.
- Relations entre écoulement, débit, vitesse et largeur de la voie.

II - PRINCIPAUX THEMES ET SLOGANS DEJA UTILISES

(par La Prévention Routière)

AFFICHES

Restez maître de votre vitesse
Avant de dépasser, je regarde devant et derrière moi
La nuit, soyez visibles
Sécurité de haut en bas (vérification du véhicule)
Maître de sa machine; l'entretenir
Sur la route, pas de resquille
Maître de sa machine : distance d'arrêt
Ne prenez pas la route, partagez-la
Accélère à bon escient mais ralentis quand il est temps
N'écrasez pas la pédale du frein
Levez le pied en haut d'une côte
Distance d'arrêt sur sol sec
Votre sécurité dépend aussi de vous
Pluie-neige ... Ralentissez
Priorité au sourire.

DEPLIANTS ET TRACTS

Intersection = DANGER
(Rappel des règles de la priorité aux intersections)
Etre visible la nuit (piétons - 2 roues)
La pratique de l'autoroute

FILMS ET DIAPOSITIVES

Le dépassement
(Comportement du piéton)
Route d'hiver
Piéton (Ne jouez pas avec la mort)
Conduite de Nuit
Les passages à niveau
Prenons le volant
Equilibre sur 2 roues
Sécurité Piéton
Le Code sur la Route

SLOGANS

Bien conduire ... c'est un plaisir
Conduire ... c'est prévoir
Pratiquez la conduite défensive : en respectant le code de
la route
Savoir plus, Prudence = Sûreté
Un accident peut gâcher votre vie
Conduis comme tu voudrais que l'autre conduise
Pratiquez la conduite défensive : en gardant vos distances
avec la voiture qui vous précède.

-1-

ANNEXE II
BIBLIOGRAPHIE

PRINCIPALES PUBLICATIONS PERIODIQUES RELATIVES A LA SECURITE

- Publications scientifiques

- Cahiers d'études de l'ONSER (1961)
Biannuel
Tirage : 3000
Public : Chercheurs, Professeurs,
Médecins, etc...
- ONSER-Documents (1968)
Trimestriel
Tirage : 4000
Chaque numéro est la revue d'une question
- Annales de Médecine des Accidents du Trafic (1964)
Trimestriel

- Publications spécialisées

- ONSER-Actualités (1961)
Trimestriel
Tirage : 2000
Public : Journalistes, Organisations diverses
- La Revue de la Prévention Routière (1954)
Bimestrielle
Tirage : 300 000
Public : Adhérents de la Prévention Routière
- La Prévention Routière dans l'Entreprise (1963)
Bimestriel
Tirage : 23 000
Public : Cadres des Entreprises
- Au volant
Bimestriel
Tirage : 25 000
Public : Jeunes
Publié par la Prévention Routière
- Sécurité Routière (1951)
Bimestriel
Tirage : 50 000
Publié par l'Association "Sécurité Routière"

- La Route (1961)
Trimestriel
Tirage : 20 000
Publié par le Secours Routier Français

- Route et Sécurité (1960)
Mensuel
Tirage : 3000
Publié par l'Association des Amis des Motards

Publications sur l'Automobile, la Circulation, le Tourisme, etc...

- Revue de l'Automobile-Club Médical
- Action Automobile et Touristique
- Argus de l'Automobile
- Auto-Journal
- Revue du Touring-Club
- Revue des Ingénieurs de l'Automobile
etc...

LIVRES

JE CONDUIS MIEUX	P. Frère	1959
CIRCULONS EN TOUTE SECURITE	A. Masson	1960
L'HOMME ET LA ROUTE	M. Roche	1961
ROULEZ SANS PERIL	H. Lauwick	1962
DE L'ACCROCHAGE A L'ACCIDENT GRAVE	Y. Le Montagner	1963
CES VOITURES QUI TUENT	R. Nader	1965
ECHEC A L'ACCIDENT	M. Rouet	1966
JE ROULE POUR VOUS	J. F. Held	1967
PSYCHOLOGIE DE LA SECURITE ROUTIERE	Hoyos	1968

AUTRES

- Brochures

En 1968, 51 documents différents, tracts, dépliants, brochures diverses ont été éditées par La Prévention Routière.

Parmi eux : 395 000 guides départementaux et 615 000 guides scolaires.

Quelques firmes industrielles publient également également des brochures contenant des conseils de sécurité.

- Affiches

La Prévention Routière dispose de 400 panneaux d'affichage sur l'ensemble du territoire, le thème des affiches change quatre fois chaque année.

Certaines affiches du Haut-Comité d'Etudes et Information sur l'alcoolisme concernent la sécurité routière.