

Institut Belge pour la Sécurité Routière asbl

Chaussée de Haecht 1405 - B-1130 Bruxelles
Téléphone 02/244.15.11 - Téléfax 02/216.43.42
E-mail : info@ibsr.be - Internet : www.ibsr.be
TVA BE 432.570.411



CONFERENCE DE PRESSE DU 1^{er} AVRIL 2009

**Présentation de la campagne de sensibilisation:
*"Ne vous laissez pas surprendre par les motards"***

06/04/2009 – 03/05/2009

**Patric DERWEDUWEN
Administrateur Délégué de
l'Institut Belge pour la Sécurité Routière**

Tous les ans, l'IBSR organise, en collaboration avec les Régions, une campagne de sensibilisation consacrée aux usagers faibles. En 2005 et 2006, cette campagne s'était focalisée sur la sécurité des motards. Après avoir abordé le thème des cyclistes en 2007 et des piétons en 2008, les deux-roues motorisés sont à nouveau au centre de l'attention à l'occasion de la campagne 2009.

Le printemps est évidemment la période idéale pour lancer une campagne sur ce thème. Le retour des beaux jours accroît sensiblement le nombre de deux-roues motorisés sur nos routes. Une analyse des statistiques montre d'ailleurs que le mois d'avril compte le plus grand nombre d'accidents de moto.

APPROCHE DE LA CAMPAGNE

La nouvelle campagne, organisée du 6 avril au 3 mai 2009, aborde le sentiment d'insécurité des motards sans, pour autant, culpabiliser les automobilistes. Le problème de la visibilité des deux-roues constitue le noyau de cette campagne. A l'image du comportement que devrait adopter tout un chacun dans la circulation, l'approche de cette campagne se veut non-agressive. Le message est décliné de manière positive, non-moralisatrice et, surtout, humoristique.

PLAN MÉDIA

Affiche

L'affiche se décline en deux versions différentes.

La première s'adresse aux automobilistes et est à mettre en relation avec le spot TV. On y voit un motard sortir tel un diable de sa boîte. Le slogan est clair: *"Ne vous laissez pas surprendre par les motards. Redoublez d'attention"*. Cette affiche cadre évidemment avec la philosophie de la campagne, à savoir rendre les autres usagers de la route plus attentifs à la présence des motards dans la circulation. En tenant compte de leur présence, les automobilistes contribueront activement à renforcer la sécurité des deux-roues motorisés.

La seconde affiche s'adresse aux motards par le biais d'un slogan à double sens: *"Motards, assurez-vous d'être bien vus"*. Ce slogan peut évidemment être compris au sens général, à savoir qu'il revient aux motards d'être le plus visible possible dans la circulation. Pour ce faire, ils peuvent notamment revêtir un casque de couleur vive, d'où l'allusion humoristique au pot de peinture sur l'affiche.

Mais le slogan peut également être compris au second degré, à savoir que les motards doivent continuellement s'assurer, pour leur propre sécurité, qu'ils sont effectivement vus par les autres usagers.

Outre les affiches le long des routes, plus de 18.000 affichettes seront distribuées via le fichier d'adresses de l'IBSR reprenant un millier de destinataires, parmi lesquels des administrations communales, des auto-écoles, des maisons de jeunes, des centres culturels, des entreprises, des compagnies d'assurances, des banques, etc.

Spot TV

Le spot TV constitue le deuxième pilier de la campagne. Il sera diffusé sur la Une, la Deux, et RTL/TVi du côté francophone, sur Eén, Canvas et VTM du côté néerlandophone et sur la BRF pour les germanophones.

On y voit des scènes de la vie courante, à savoir une dame qui tire les rideaux dans son salon, un monsieur qui ouvre le coffre de sa voiture pour y mettre un sac de sport, un employé qui est sur le point d'ouvrir un tiroir, etc. A chaque fois, un motard surgit et fait sursauter la personne en question. Il s'agit évidemment d'un clin d'œil humoristique à ce qui peut se produire sur la route, à savoir un motard qui semble sortir de nulle part en raison de l'inattention de l'automobiliste, surprenant par la même occasion celui-ci. En d'autres termes, il revient aux automobilistes de tenir compte de la présence de motards quelles que soient les circonstances, plus particulièrement lorsqu'ils effectuent une manœuvre.

A la fin du spot apparaît le slogan de la campagne "Ne vous laissez pas surprendre par les motards. Au volant, redoublez d'attention", ainsi que deux yeux pour souligner le baseline "Redoublez d'attention".

Dépliant

Fruit d'une collaboration avec le MotorCycle Council, le dépliant "*Motards, prenez votre sécurité en main*" est destiné spécifiquement aux motards et reprend les 10 règles d'or qu'ils doivent absolument connaître pour circuler en sécurité. Visibilité, équipement, remontée des files, conduite anticipative, etc.: tous les grands thèmes sont abordés. Ce dépliant constitue donc un outil idéal dans le cadre de cette campagne. Il pourra, de surcroît, être distribué par les volontaires du réseau lors de futures participations à des journées consacrées à la moto.

Brochures

Parallèlement à ce dépliant, il existe aussi un guide beaucoup plus complet intitulé "Gros plan sur la sécurité à moto", qui traite de la sécurité des motards de A à Z. On y trouve tout ce qu'il faut savoir pour rouler en sécurité à moto: l'équipement du motard, les techniques pour avoir sa moto bien en main, la conduite défensive, les principales situations dangereuses, le comportement dans les files, les adresses des centres de perfectionnement de la conduite, etc.

Enfin, l'augmentation du nombre de deux-roues motorisés rend indispensable la prise en compte de ces usagers dans la politique de mobilité et d'aménagement de nos routes. Pour rappel, un groupe de travail a donc étudié, en 2004, les problèmes d'infrastructure rencontrés par les motards et a proposé, aux gestionnaires de voiries, des recommandations applicables dans les trois Régions. Les travaux de ce groupe ont débouché sur l'élaboration d'une brochure intitulée "*Pour une prise en compte des motards dans l'infrastructure*", distribuée à tous les gestionnaires de voiries.

Cette publication analyse les sources de danger ou d'inconfort pour les motards et propose des solutions respectant les quatre principes de base d'une infrastructure adaptée: une bonne adhérence par tous les temps, une information routière lisible permettant au motard d'adapter sa conduite, une bonne visibilité réciproque et une limitation du risque de collision avec des obstacles.

Tant le dépliant destiné aux motards que les brochures sont disponibles gratuitement sur le site Internet de l'IBSR: www.ibsr.be.

Site Internet

Un site Internet spécialement consacré à la campagne sera en ligne dès le 6 avril. Sur www.bienvuamoto.be, un concours du "motard le plus visible" sera notamment organisé. Pour remporter l'un des nombreux prix (casques, vestes, sacs à dos, montres, etc.), les motards pourront envoyer leurs photos montrant qu'ils font des efforts pour être bien vus dans la circulation et faire voter leurs connaissances. Il s'agit donc d'une grande action de "marketing viral" dont l'objectif cadre avec la campagne, à savoir convaincre les motards de l'importance d'être le plus visible possible dans la circulation.

Le site comprendra également des conseils pratiques pour les motards, issus du dépliant, ainsi que les éléments de la campagne. Des "banners" seront, par ailleurs, placés sur d'autres sites consacrés à la moto afin de faire un lien vers www.bienvuamoto.be, ce qui permettra d'accentuer la visibilité de la campagne.

Programmes TV

Ces prochaines semaines, plusieurs émissions Contacts (RTBF) et Ça Roule (RTL/TVi) seront consacrées à la sécurité des motards. Ce sera également le cas de Kijk Uit (VRT) et Veilig Thuis (VTM) du côté néerlandophone.

CONTRÔLES

Bien entendu, une campagne de sensibilisation va toujours de pair avec un renforcement des contrôles. Ceux-ci sont, en effet, indispensables pour modifier le comportement. C'est pourquoi nous avons insisté auprès des Chefs de zone, de la Police fédérale, des Procureurs généraux et des Gouverneurs afin d'intensifier la surveillance et les poursuites en matière de respect de la sécurité des motards. A l'inverse, les motards aussi devront, eux aussi, faire preuve d'un comportement adapté dans la circulation.

COLLABORATION

Cette campagne est le fruit d'une collaboration entre plusieurs partenaires, à savoir l'IBSR, les Régions et les associations de motards représentées par le MotorCycle Council. Je profite de l'occasion pour les remercier de leur aide précieuse.