

Juillet 2005

DOSSIER DE PRESSE

Le gouvernement
met en place une
campagne d'information
de grande envergure
sur la sécurité routière.

*Ensemble,
nous pouvons gagner
ce nouveau pari !*

 www.gouv.nc



GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE



Pour changer notre
comportement, changeons
d'abord de mentalité !

En effet, ce comportement est la
cause, sur nos routes, de drames vio-
lents et insupportables.
Ce n'est que par une prise de conscience
collective que nous parviendrons à la sécurité
routière.

Cette campagne d'information, proposée par le
Conseil Permanent de la Sécurité Routière, a été
élaborée par le gouvernement.

Nous avons donc décidé de choquer pour sensibili-
ser et mieux responsabiliser.

La route n'est pas un lieu de permissivité mais un
espace collectif que les usagers doivent se partager en
toute quiétude pour leurs déplacements.

Il existe un code de bonne conduite : le code de la route et il convient
de le respecter.
Faisons preuve de civisme, nous éviterons la répression.

BONNE ROUTE.

Gérald CORTOT.

*Membre du gouvernement en charge des transports terrestres et maritimes,
sécurité routière, infrastructures et de l'énergie, schéma d'aménagement et de
développement de la Nouvelle-Calédonie.*

SOMMAIRE

➤ AVANT-PROPOS

➤ BILAN PROVISOIRE DES 6 PREMIERS
MOIS DE L'ANNÉE 2005

➤ PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE
DE COMMUNICATION 2005

➤ CONTACTS

4

6

7

20

➤ PROBLÉMATIQUE

Sur les cinq dernières années, les accidents corporels de la route en Nouvelle-Calédonie ont induit, en moyenne chaque année, 60 personnes décédées, 200 blessés graves et environ 800 personnes victimes de blessures légères.

Le tableau ci-dessous retrace la situation de 2000 à 2004

Années	Accidents corporels	Tués	Blessés graves	Blessés légers
2000	735	49	255	824
2001	738	57	264	757
2002	662	58	160	755
2003	679	56	170	800
2004	633	83	166	759
Moyenne sur 5 ans	690	60	203	780

Devant cette situation dramatique en terme de conséquences humaines, le gouvernement de la Nouvelle-Calédonie s'est engagé dans une véritable politique de sécurité routière et s'efforce, dans son domaine de compétence, d'endiguer ce phénomène.

Mais la lutte contre l'insécurité routière reste le combat de chacune et chacun d'entre nous. Elle suppose en ce sens une prise de conscience et une volonté de chaque citoyen afin que la route devienne un espace dans lequel la liberté de chacun s'harmonise avec le respect des autres.

➤ CONSTATS GENERAUX

Pour l'année 2004, 633 accidents corporels dont 59 mortels ont été enregistrés. 83 personnes ont perdu la vie et 170 ont été gravement blessées.

Bien que le nombre d'accidents et de blessés soit en diminution par rapport à l'année 2003, le nombre de décès liés aux accidents de la route a été dramatique.

Les principales causes locales de l'accidentologie restent encore l'alcool et la vitesse excessive et plus généralement le comportement dangereux et inadapté des usagers de la route.

➤ DIAGNOSTIC

Les efforts consentis en matière de communication n'ont pas permis d'atteindre les résultats escomptés.



Aussi pour l'année 2005, le gouvernement souhaite mettre en place une communication « percutante » et réactive.

**Aujourd'hui,
il y a urgence ...
Nous avons besoin
de votre collaboration.**

BILANS

➤ BILAN PROVISOIRE DES 6 PREMIERS MOIS DE L'ANNEE 2005

- **305 accidents corporels** soit +4,10% (293 en 2004)
- **28 tués** soit -24,32% (37 en 2004)
- **414 blessés** soit -4,83% (435 en 2004) dont :
 - 356 blessés légers soit +0,56% (354 en 2004)
 - 58 blessés graves soit -28,40% (81 en 2004)



Au 30 juin 2005, le nombre de tués s'élève à 28
 (au 30 juin 2004 le nombre de tués s'élevait à 37)

➤ BILAN COMPARATIF DES ACCIDENTS DE LA CIRCULATION ROUTIERE DE L'ANNEE 2004 PAR RAPPORT A CEUX DE L'ANNEE 2003

	<u>Accidents corporels</u>			<u>Blessés légers</u>			<u>Blessés graves</u>			<u>Total blessés</u>			<u>Tués</u>		
	2003	2004	Evolution en %	2003	2004	Evolution en %	2003	2004	Evolution en %	2003	2004	Evolution en %	2003	2004	Evolution en %
Commune de Nouméa	469	444	-5.33	550	521	-5.27	53	36	-32.10	603	557	-7.63	14	11	-21.43
Ensemble de la Nouvelle-Calédonie hors commune de Nouméa	210	189	-10.00	250	238	-4.80	117	130	+11.10	367	368	+0.27	42	72	+71.43
TOTAL	679	633	-6.77	800	759	-5.13	170	166	-2.35	970	925	-4.64	56	83	+48.21

➤ NOTRE ANALYSE CONTEXTUELLE DES PROBLÉMATIQUES DE SÉCURITÉ ROUTIÈRE EN NOUVELLE-CALÉDONIE

1.- LES POINTS D'ANCRAGE DE LA CAMPAGNE 2005-2006

PARAMÈTRE 1

L'insécurité routière a atteint un niveau intolérable

Bien que le nombre d'accidents corporels mortels ait connu une relative stabilisation en 2003, depuis 2004, l'intolérable a été atteint, se traduisant par une augmentation dramatique et inquiétante du nombre de décès sur les routes de Nouvelle-Calédonie.

Les deux causes majeures d'accidents routiers sont l'alcool et la vitesse au volant. Néanmoins, l'augmentation du parc automobile calédonien est aussi un facteur à risques à considérer.

Fort de ces constatations, une mobilisation s'impose pour une prise de conscience collective et individuelle plus forte.

PARAMÈTRE 2

Le Gouvernement, une volonté affirmée

Les initiatives proposées par le conseil permanent de la sécurité routière, élaborées par le gouvernement, l'engagement des collectivités locales, des milieux associatifs, des partenaires institutionnels et privés peuvent créer les conditions d'une mobilisation collective sans précédent.

Encore faut-il que cette mobilisation soit connue d'un public large pour se donner une chance d'induire un véritable changement des comportements.

PARAMETRE 3

L'insécurité sur la route, véritable phénomène social

Mythologie de la vitesse, rapport sexué aux véhicules, fascination pour les risques et le danger de la mort, sont des attitudes qui ont toujours existé.

S'ajoutent aujourd'hui des phénomènes plus récents parmi lesquels le sentiment d'invincibilité issu de l'amélioration des systèmes de sécurité dans les véhicules modernes et l'amélioration courante des infrastructures routières.

PARAMETRE 4

L'insécurité sur la route ou la mort banalisée

Les chiffres annuels de la sécurité égrainent le nombre de morts et de blessés, des jeunes et des enfants.

Toutes ces statistiques ne soulèvent malheureusement plus vraiment les indignations et ne modifient que peu, en eux-mêmes, les comportements sur la route.

PARAMETRE 5

Des règles connues, presque trop connues

Ceinture, alcool, vitesse ...

La litanie des précautions les plus indispensables se répète.

Peu de choses changent.

Ceux qui roulent vite continuent de rouler vite, espérant ne pas se faire arrêter par la gendarmerie et la police nationale ou municipale.

Ceux qui continuent de penser « de toute manière les accidents n'arrivent qu'aux autres ».

Et la ceinture connaît ses adeptes comme ses détracteurs.

A quoi sert encore de parler et pour faire quoi ?

2.- LES LEVIERS DE LA CAMPAGNE 2005-2006

LEVIER 1

Faire de la Nouvelle-Calédonie, une région pilote pour créer une nouvelle mobilisation collective locale.

Le premier rôle de la communication est de créer une caisse de résonance au ras le bol collectif et à la mobilisation de toute la Nouvelle-Calédonie.

Il faut que chacun se sente garant, à titre personnel en tant que Calédonien, des résultats obtenus sur le terrain de la sécurité routière.



La Nouvelle-Calédonie doit se mobiliser, c'est l'affaire de tous.

LEVIER 2

Communiquer autrement en choquant puis en expliquant.

La communication réveillera les consciences mais aussi proposera des solutions concrètes, adaptées à des situations précises.

La responsabilité de la communication sera de dire que l'on peut gagner des vies et de dire comment :

- une prise de conscience ravivée par des messages forts, voire choquants;
- une inflexion induite et réactive des comportements à risque;
- des mesures concrètes de prévention.

LEVIER 3

Créer un ton de communication.

Le premier principe d'une communication relationnelle et sociale est d'être remarquée et de favoriser l'appropriation ainsi que la participation de tous les publics ciblés :

Pour remarquer, il faut étonner

Pour étonner, il faut faire du neuf.

Les tests les plus récents liés à la sécurité routière, à l'international, montrent une plus grande réceptivité à des messages durs. Mais la dureté doit être mise au service de l'émotion, elle ne saurait être un but en soi et devra permettre aussi d'introduire une confiance en l'avenir.

Seule exception à ce principe, la cible « jeunes » semble n'être réceptive qu'à une communication particulièrement forte. Notre conviction est qu'il s'agit plus de trouver un nouvel équilibre que de s'inscrire dans une surenchère.

LES AXES DE COMMUNICATION EVOLUTIFS ET UN PLAN D' ACTIONS FLEXIBLE.

1.- LES FONDEMENTS DE LA CAMPAGNE GLOBALE

Nous souhaitons mettre en place une véritable stratégie de sensibilisation.
Nos partis pris sont de mettre l'accent sur 3 thèmes de campagne :

La vitesse au volant liée aux retards.

La vitesse au volant pour la vitesse.

L'ivresse au volant.

Nous prévoyons d'articuler nos différentes phases de campagne territoriale en complémentarité avec les campagnes TV métropolitaines traitant du port de la ceinture obligatoire à l'arrière, comme à l'avant de véhicules.

Pour garder une cohérence d'ensemble, nous prévoyons de capitaliser sur la signature des campagnes métropolitaines « CHANGEONS » tout en véhiculant un message engageant, et de confiance en l'avenir, fédérateur et positif en mettant l'accent sur la « Vie à protéger ».

La signature de toute la campagne 2005



« PROTEGEONS LA VIE. CHANGEONS »

2.- DES OBJECTIFS DE CAMPAGNE FERMES

En terme stratégique

Temps fort 1

CHOQUER POUR RÉVEILLER LES CONSCIENCES, débanaliser l'accidentologie routière, sensibiliser et faire parler dans chaque foyer calédonien.

Temps fort 2

JOUER SUR LE REGISTRE DES HANDICAPS GRAVES ET DE LA SOUFFRANCE À VIE liée à la perte d'un proche plutôt que sur celui de la mort : « Négliger » ironiquement celle-ci, parce qu'à 20 ans, elle ne fait pas peur, alors que l'infirmité à vie effraie, ou pour les familles, un décès est une peine à supporter à vie aussi.

Entre ces 2 temps forts

ANIMER ET DÉBANALISER LA CAMPAGNE GÉNÉRALE PAR DES PIQÛRES DE RAPPEL ancrées dans des périodes clés et fortement à risque que sont tous les longs week-end, les jours fériés et les jours de fêtes collectives jusqu'en Janvier 2006.

En terme de créativité

PROVOQUER PLUS QU'IMPOSER **1** un changement comportemental

NE PAS MORALISER les jeunes, mais les mettre face à leurs responsabilités **2**

UN TRAITEMENT VISUEL SANS CONCESSION sur les conséquences des comportements irresponsables. **3**

En terme d'actions

Des moyens importants pour faire changer les comportements à court, moyen et long terme :

1
COUVRIR un maximum de terrain.

2
STRUCTURER nos moyens par vocation première.

3
INTERPELLER les Calédoniens dans la rue comme chez eux.

4
RENDRE L'INFORMATION LA PLUS ACCESSIBLE POSSIBLE
logistiquement pour favoriser l'appropriation.

Une fois l'opération lancée, nous construirons un plan d'actions qui sera :

1
VISIBLE

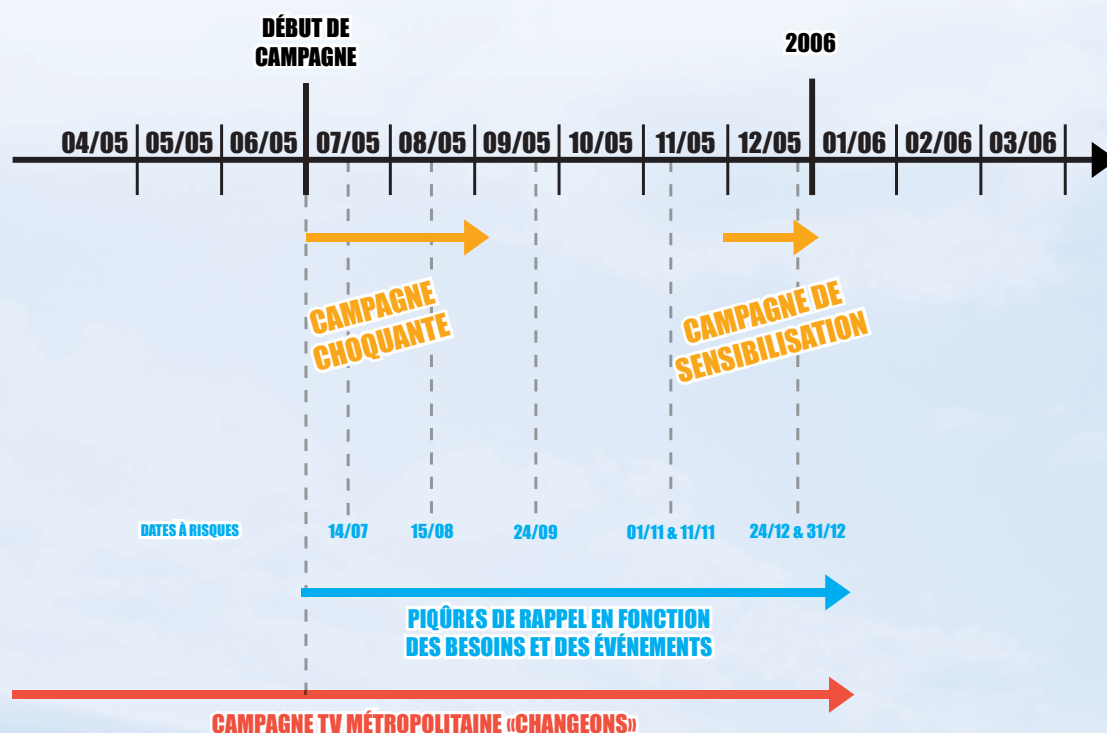
2
RÉPÉTITIF
(c'est en multipliant les occasions d'être vus que nous pourrons effectivement influencer sur les comportements)

3
GLOBAL

Même si les jeunes sont une cible prioritaire qui fera pression sur le grand public, il faudra que la sécurité routière soit une grande cause pour l'ensemble de la Nouvelle-Calédonie (institutionnels, entreprises, parents, enseignants, etc.)

4
APPROPRIATIF.

3.- UN PLAN MEDIA SOUTENU



4.- UN POSITIONNEMENT CLAIR

« Être en état d'ébriété au volant de sa voiture, prendre la route pour une piste de Formule 1, rouler vite pour épater ses amis, accélérer pour ne pas être en retard à un rendez-vous et pour ne gagner que quelques minutes au final, ce sont tout autant d'irresponsabilités de conduite qui n'affichent qu'un seul résultat dramatique : en 2004, 83 personnes, victimes directes ou indirectes d'accidents, ont été tuées sur nos routes.

Le gouvernement souhaite mettre un terme à ce fléau qui n'est pas une fatalité. Pour l'endiguer, il est de la responsabilité de chacun d'entre nous de rendre la route plus sécurisée.

Ensemble, et une bonne fois pour toutes, faisons chuter ce chiffre dramatique. Trop de vies ont déjà été gâchées pour ne pas réagir.»

5.- LES ELEMENTS CLES DE LA CAMPAGNE

1

*Un label impactant
pour fédérer*



Un outil identifiable qui permettra d'assurer une cohérence d'ensemble de la campagne, en synergie avec les thèmes développés au niveau territorial par la sécurité routière et que nous mettrons à la disposition de tous les leaders d'opinions (associations, journalistes, etc.).

2

*Des modules télévisés mensuels de 2'30
pour établir les bilans de campagne*

3

*Des conférences de presse mensuelles
avec tous les journalistes pour relayer l'information*

4 *Une nouvelle signalétique routière*



Les panneaux « L'alcool et la vitesse tuent – Prudence » sont aujourd'hui banalisés et vieillissants. Nous prévoyons de mettre en place une nouvelle solution de signalétique intégrée à la campagne et associée au label fédérateur pour sensibiliser à nouveau les usagers de la route aux dangers d'une conduite à risques.

5

Une première phase de campagne percutante



SECURITE ROUTIERE
Protégeons la vie. Changeons.



MAQUETTE

6

Une seconde phase de campagne sensibilisatrice

MAQUETTE

En 2004, 166 personnes victimes d'un accident de la route sont aujourd'hui handicapées à vie.



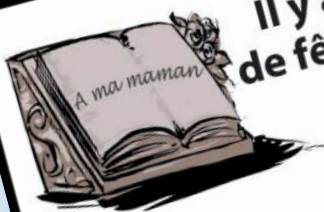
**Il y a des lendemains
de fête qui durent toute
une vie...**



SECURITE ROUTIERE
Protégeons la vie. Changeons.



En 2004, 83 personnes tuées dans un accident de la route manquent à vie à des dizaines d'amis, de familles et d'orphelins.



**Il y a des lendemains
de fête qui durent toute
une vie...**



SECURITE ROUTIERE
Protégeons la vie. Changeons.



7 *Les piqûres de rappel pour maintenir la pression*



Pour ce long week-end, ça serait dommage de devoir changer de voiture.

ARRÊTONS LE MASSACRE

SECURITE ROUTIERE
Protégeons la vie. Changeons.



GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE



Si ça repoussait, ça se saurait.
L'alcool au volant et la vitesse tuent.

ARRÊTONS LE MASSACRE

SECURITE ROUTIERE
Protégeons la vie. Changeons.



GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE

MAQUETTE



**CELLULE
COMMUNICATION DU
GOUVERNEMENT DE LA
NOUVELLE-CALÉDONIE**

Yohann MARCEL
Tel. 78 27 06
yohann.marcel@gouv.nc

***Ensemble,
nous pouvons gagner
ce nouveau pari !***