

Cabinet

Lancement de la campagne de communication Sécurité routière à l'occasion de l'ouverture du salon de l'auto et du deux roues

Eléments d'intervention

Accueil et remerciements :

J'ai souhaité vous réunir cette après midi pour vous présenter les objectifs et le contenu de la nouvelle campagne de communication en matière de sécurité routière, dont j'ai souhaité prendre l'initiative.

M. le président VIE a bien voulu nous accueillir et nous accompagner cet après midi, à l'occasion du lancement de cette campagne, qui est aussi l'occasion de témoigner de l'engagement en faveur de la sécurité routière des organisateurs du Salon de l'auto et du deux roues, qui sera inauguré ce soir.

C'est l'occasion aussi pour moi de remercier les services de la DDEA et plus particulièrement la coordinatrice sécurité-routière, Maryline COMBES, et son équipe ; Ainsi que les représentants des forces de l'ordre, police et gendarmerie, pour leur travail de terrain, ainsi que toutes les personnes présentes aujourd'hui qui ont collaboré à cette action.

La situation de la sécurité routière dans le département

Je veux d'abord le rappeler avec force, parce qu'on a dans ce domaine la mémoire courte : l'action entreprise au cours de ces dernières années en matière de sécurité routière a porté ses fruits. En dix ans, le nombre de morts sur les routes de Haute-Garonne a été divisé par deux ¹.

C'est d'autant plus remarquable que la population du département a fortement cru pendant cette période.

La tendance récente de l'année 2009 reste, malgré les efforts déjà accomplis, également positive, et ce de façon nettement plus marquée qu'au niveau national. Au 31 octobre dernier, les accidents avaient baissé par rapport de 2008 de 22,6 %, les tués de 5,17 % et les blessés de 18,13 %.

¹ ...et même plus : 73 morts en 2008 contre 160 en 1998

Un point noir : les accidents touchant les 2 roues

Si globalement, le nombre de tués est en baisse d'année en année sur les routes, l'accidentalité des deux-roues reste quant à elle préoccupante.

Cette campagne de communication est le fruit d'un constat simple : sur les routes, en Haute-Garonne, **1 mort sur 3 est un conducteur de deux-roues motorisés.**

En effet en 2009, les tués en deux-roues représentent un tiers des tués alors qu'ils n'étaient que d'un quart en 2008. Depuis le 1^{er} janvier 2009, ce sont déjà 19 conducteurs de deux-roues qui ont perdu la vie sur un total de 59 tués sur les routes du département. (16 motards et 3 scooters).

Face à ce constat : **une première priorité est d'agir sur les comportements, et d'abord sur celui des conducteurs de deux roues.**

Dans 3 accidents sur 4, en effet, la responsabilité directe ou indirecte du deux-roues motorisés est avérée. Les motocyclistes continuent à rouler à des vitesses supérieures à celles des autres usagers, et l'on observe une **anticipation** insuffisante de leur part.

2^{ème} aspect important : l'analyse fine des accidents graves montrent que sont largement impliqués une certaine catégorie d'usagers de deux roues motorisés : qui sont ils ?

- généralement **des hommes d'une quarantaine d'année**
- **effectuant leur trajet domicile travail,**
- **et qui veulent gagner du temps** pour aller à leur travail en changeant de mode de transport pour éviter les embouteillages.

Or, l'expérience montre tristement qu'ils n'ont pas forcément la maîtrise de leur engin. « On ne s'improvise pas motard ».

Les objectifs de cette campagne.

Face à ces constats, le but principal de cette opération est de sensibiliser les deux-roues aux dangers liés à leurs pratiques quotidiennes pour continuer à sauver des vies dans notre département, et aussi de sensibiliser l'ensemble des usagers de la route à la vulnérabilité des conducteurs de deux-roues.

Il est apparu évident que seul des messages forts pourraient marquer les esprits, afin de modifier les comportements en matière de conduite. C'est ce que nous avons essayé de faire à travers cette campagne de communication et sensibilisation, au risque peut être de choquer pour une meilleure prise de conscience collective.

Cette campagne s'adresse à tous, en particulier aux usagers des deux roues motorisés mais aussi à son entourage et également aux automobilistes.

Les modalités

Cette campagne qui débute aujourd'hui même se décline sur plusieurs supports : affichage urbain, affichage sur les arrières de bus, déclinaison en spots radios, spots audiovisuels, au cinéma....pendant une durée d'un mois environ.

Un double visuel est le support de cette campagne, il cible deux catégories d'usagers de deux roues motorisés :

- le motard quadragénaire qui veut gagner du temps, trajet domicile travail
- les usagers des scooters plus jeunes (et qui se tuent également : 3 morts cette année..).

Au delà de cette campagne de communication, un ensemble coordonné d'actions.

Bien entendu, cette campagne s'inscrit dans le cadre d'une action plus générale.

Conformément aux instructions que j'ai reçues de M. le ministre de l'intérieur, j'ai demandé aux services de police et de gendarmerie d'accentuer au cours de cet automne les contrôles, et en particulier en ciblant les 2 roues. Un effort tout particulier doit être fait au niveau des routes départementales secondaires où la grande majorité des accidents se produit.

Par ailleurs, nous réfléchissons également, et nous souhaitons y associer pleinement les professionnels, à proposer l'année prochaine un module de formation volontaire pour les nouveaux détenteurs du permis de moto, afin de mieux les sensibiliser à la maîtrise de leur engin.