

Rapport de recherche

PROGRAMME ACTIONS CONCERTÉES

Bilan critique des stratégies de communication et d'évaluation des campagnes médiatiques sur la sécurité routière

Chercheure principale

Micheline Frenette, Université de Montréal

Cochercheur

Claude Giroux, Ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS)

Autre(s) membre(s) de l'équipe

Sabrina Dubé-Morneau, Université de Montréal

Maxime Boivin, Université Laval

Établissement gestionnaire de la subvention

Université de Montréal

Numéro du projet de recherche

2013-OU-171597

Titre de l'Action concertée

Programme de recherche en sécurité routière FRQSC, SAAQ, FRQS

Partenaire(s) de l'Action concertée

La Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ), le Fonds de recherche du Québec - Santé (FRQS) et le Fonds de recherche du Québec - Société et culture (FRQSC)

RÉSUMÉ

Titre promotionnel. Les campagnes de sécurité routière : Vers une alliance entre la recherche et la pratique

1. Principales questions.

L'étude porte sur les campagnes de communication en sécurité routière. Ces dernières utilisent des médias imprimés, électroniques et numériques pour sensibiliser les citoyens et promouvoir des comportements sécuritaires. De précédentes synthèses ont conclu que leur succès est favorisé par l'utilisation d'un modèle théorique, la segmentation des publics, l'utilisation d'activités complémentaires et le recours à la recherche documentaire en amont, la recherche formative en cours de route et la recherche évaluative en aval. Leurs auteurs ont trouvé peu de campagnes fondées sur un cadre théorique et ont constaté le manque d'évaluations rigoureuses.

Le fossé séparant les praticiens des chercheurs intéressés aux campagnes est documenté. Pour encourager l'intégration de la recherche lors de futures campagnes, un bilan critique et à jour des connaissances sur les stratégies de communication des campagnes de sécurité routière a été fait, en examinant plusieurs exemples. Afin d'étudier l'arrimage entre les études et les campagnes, la théorie du comportement planifié a servi de cadre intégrateur. On y postule que les comportements relatifs à la santé et à la sécurité sont déterminés par des attitudes qui découlent de croyances quant a) aux *conséquences* des actions, b) aux *normes sociales* et c) au *contrôle* exercé face aux situations à risques.

2. Principaux résultats et principales pistes de solution

Principaux résultats. Une grande disparité caractérise la proportion d'études consacrées aux différents volets relatifs à la sécurité routière. En général les problématiques sont bien documentées et les travaux s'appuient sur des méthodologies variées, mises à jour régulièrement. Pour ce qui est des croyances et du comportement des automobilistes, on parvient à dresser un portrait satisfaisant, mais la recherche sur les campagnes demeure limitée, particulièrement en ce qui concerne leur évaluation. La plupart des campagnes n'intègrent pas de fondements théoriques et il y a discordance entre les connaissances actuelles et les stratégies des campagnes. Nous avons tenté de démontrer que la synergie entre la recherche et la pratique est souhaitable.

Une majorité des campagnes tentent d'augmenter la perception du risque en illustrant les **conséquences** possibles pour des conducteurs se considérant invulnérables. Dans ces cas, les jeunes hommes, qui sont plus résistants à la menace, sont paradoxalement le plus souvent visés. Les **normes sociales** sont beaucoup moins présentes dans les campagnes, à l'exception du cas de l'alcool au volant où on fait appel à l'entourage du conducteur. Enfin, le soutien au conducteur pour favoriser un meilleur **contrôle** sur sa conduite est particulièrement absent. Même si les médias numériques peuvent apporter de nouvelles opportunités : l'*interactivité*, la *personnalisation* et la *mobilité*, nous avons trouvé peu de réalisations où leur plein potentiel a été exploité.

Principales pistes de solution pour le transfert des connaissances.

- À partir des données colligées, préparer des présentations sur des thèmes spécifiques (par exemple, l'utilisation de la peur dans les campagnes pour les jeunes, la présence des normes sociales dans les stratégies de campagnes, etc.), en conservant le souci de faire lier la recherche et la pratique.
- À partir du rapport complet, produire un livre numérique offrant des hyperliens vers des campagnes archivées.
- Élaborer un document portant sur l'évaluation des campagnes à l'intention des promoteurs qui souhaitent mesurer le succès de leurs campagnes et leur concordance avec les meilleures pratiques.

Principales pistes de solution pour les campagnes.

- Utiliser un cadre conceptuel pour planifier les campagnes sur une longue période et observer à moyen terme l'évolution des attitudes et des comportements des automobilistes.
- Adopter une pratique d'évaluation systématique et rigoureuse des campagnes permettant d'accumuler des connaissances sur la pertinence des stratégies.
- Favoriser un rapprochement entre le milieu de la recherche et le milieu de la pratique pour optimiser les futures campagnes de sécurité routière.

Principales pistes de solution pour la recherche.

- Augmenter les investissements dédiés à la synthèse des connaissances en sécurité routière de manière à permettre leur mise à jour continue
- Compléter l'analyse de contenu, à l'aide du modèle TCP, des diverses plateformes des campagnes archivées et en examiner la complémentarité.

- Faire une démarche de synthèse semblable pour la documentation déjà recueillie sur les autres thématiques de sécurité routière (i.e., fatigue au volant, cyclistes, etc.) et faire des liens entre les croyances guidant le comportement des usagers de la route et les stratégies des campagnes sur ces thématiques.
- Développer un programme de recherche privilégiant l'axe de prévention et en employant un cadre conceptuel (tel que la TCP) pour maintenir les connaissances à jour et à compléter notre connaissance des besoins spécifiques au Québec.
- Étudier la synergie entre les multiples actions de prévention en sécurité routière et favoriser leur concertation en vue de forger une culture de la sécurité routière débutant dès l'enfance.

3. Contexte du projet en lien avec l'appel de propositions.

La présente étude se distingue des précédentes synthèses en :

- 1) intégrant aux évaluations de campagnes des études expérimentales et des études sur les attitudes et le comportement des automobilistes ;
- 2) utilisant l'exemple de campagnes archivées pour illustrer des stratégies étudiées tout en favorisant la lecture informelle des pratiques de production;
- 3) employant un cadre conceptuel pour apprécier la concordance et faciliter le rapprochement entre les savoirs scientifiques et la pratique professionnelle;
- 4) distinguant la stratégie de communication et le format des messages, mettant en évidence l'importance du travail créatif dans le succès des campagnes ;
- 5) touchant les enjeux du transfert des connaissances entre les communautés de chercheurs et de partenaires praticiens, et en soulignant son importance dans l'amélioration des campagnes.