

ACTION CONCERTÉE EN COURS
Programme de recherche en sécurité routière FRQSC, SAAQ, FRQS
volet : Synthèse des connaissances

BILAN CRITIQUE DES STRATÉGIES DE COMMUNICATION ET D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES MÉDIATIQUES SUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

CHERCHEURE PRINCIPALE **Micheline Frenette, Université de Montréal**

COLLABORATEUR - Claude Giroux, Ministère de la Santé et des Services sociaux Québec

PARTENAIRES Fonds de recherche du Québec - Société et culture; Société de l'assurance automobile du Québec; Fonds de recherche du Québec - Santé

RÉSUMÉ DU PROJET

La conception et l'évaluation de campagnes de communication sur la sécurité routière nécessitent des investissements considérables, financiers et humains. À cet égard, une démarche rigoureuse qui tire profit des connaissances accumulées et de l'expérience des campagnes antérieures augmente les probabilités de réussite. Le projet proposé consiste à faire le bilan critique et à jour de la recherche et des pratiques quant aux stratégies de communication et d'évaluation des campagnes médiatiques sur la sécurité routière, de manière à permettre son utilisation par les responsables de futures campagnes. La base des synthèses existantes sera élargie en considérant, en plus des médias de masse, les applications interactives associées à l'Internet et en incluant, en plus des évaluations de campagnes de sécurité routière, les évaluations de stratégies particulières de persuasion (sans qu'elles soient nécessairement incarnées dans une campagne) et les études sur la perception des enjeux de la sécurité routière de la part du public (ex., leur compréhension des causes des accidents, etc.).

Le cadre théorique de l'analyse des stratégies étudiées s'inspire d'une démarche en tandem qui consiste à combiner les modèles qui nous viennent de la recherche en persuasion avec ceux issus de la recherche sur l'influence des médias pour optimiser les campagnes sociales. Le rapport final comprendra la synthèse des études recensées (description détaillée des stratégies de communication validées et identification des zones grises de la recherche) et les recommandations de meilleures pratiques pour la conception et l'évaluation des campagnes médiatiques et des applications interactives en sécurité routière. La démarche en tandem utilisée, l'élargissement des documents considérés et la prise en compte du rôle d'Internet dans les campagnes étudiées constituent un apport intéressant à l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine. Le transfert des connaissances aux partenaires de l'Action concertée et du milieu constitue la principale retombée souhaitée du projet et ce, dans le but de contribuer à l'amélioration des campagnes tout en éclairant le travail des gestionnaires et professionnels impliqués dans ces actions. Rédigé en tenant compte de l'avis et des besoins exprimés par des praticiens impliqués dans l'élaboration de campagnes de sécurité routière, le rapport sera aussi mis en ligne et présenté de manière à faciliter la recherche d'informations relatives aux campagnes, aux moyens et aux stratégies qui y sont utilisés, aux fondements théoriques identifiés, et à l'évaluation de l'efficacité.

DURÉE DU PROJET, MONTANT OCTROYÉ ET DATE DE DÉPÔT DU RAPPORT FINAL

Le projet est d'une durée de 1 an, le montant total octroyé est de 24 986 \$ et le rapport final est attendu pour le 1er avril 2014.

Ces données sont celles transmises au moment du dépôt de la demande et de l'annonce des résultats.