

Automobile et alcool : produits dangereux!

Autor(en): **Bovée, Jean-Paul / Strasser, Catherine**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Défis / proJURA**

Band (Jahr): **1 (2003)**

Heft 3: **La prévention**

PDF erstellt am: **21.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-823906>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Jean-Paul Bovée

Entretien
avec
Catherine StrasserBPA (Bureau suisse de
prévention des accidents),
chargée d'information Suisse
romande.

Automobile et alcool :

produits dangereux !

Du bon usage des produits dangereux ? Il y a surtout des comportements dangereux ! On choisit ou non de prendre des risques.

Dans la publicité, certains produits (alcool, tabac) sont associés à des attitudes ou à des images : richesse, beauté, jeunesse, virilité...

Cela relève de la psychologie.

Mais en ce qui concerne la conduite automobile, les lois à venir seront plus strictes, plus répressives, notamment en ce qui concerne l'alcool.

Il faut savoir que le retrait du permis de conduire est perçu comme une sanction dure et reste un moyen de dissuasion relativement efficace.

Dans ce domaine, pour faire de la prévention, comment s'adresser aux jeunes ?

Il n'y a pas vraiment de recette. La question est complexe du point de vue sociologique. Les affiches agressives, provocatrices ou sanglantes, par exemple, ne sont pas les plus efficaces, comme l'ont montré les expériences réalisées en Angleterre et en France. Leurs effets sont peu durables (quelques semaines).

Des campagnes reposant sur la psychologie sont souvent plus performantes pour sensibiliser les jeunes.

Un exemple : la campagne menée à Fribourg reposant sur des panneaux intitulés «Ici s'est tuée telle personne...», posés sur les lieux des accidents.

Les jeunes «essaient», ce qui est naturel. Le problème est de poser des limites.

Un sociologue, Lebreton, observe que la société devient de plus en plus sécurisée, les risques diminuent, la liberté augmente, l'individualisme se développe, les limites reculent, ce qui a tendance à générer une volonté d'aller toujours au-delà. Les jeunes manquent de repères.

Le contexte social et les dispositions mentales sont également des facteurs importants (dépassement des limites, sentiment de devoir être le meilleur, diffusion de la mode consistant à pratiquer des sports extrêmes, etc.)

La prévention est-elle efficace ?

Nous avons une certitude : le nombre d'accidents mortels a diminué depuis

1980, malgré l'augmentation du nombre de voitures. Mais il est difficile d'identifier objectivement les causes principales de cette évolution.

Plusieurs éléments se combinent, par exemple :

- la meilleure qualité des véhicules et les dispositifs de sécurité ;
- l'amélioration de l'état des routes ;
- le perfectionnement des moyens d'intervention des services de secours (qualité, rapidité) ;
- l'augmentation des connaissances et des techniques médicales ;
- et, bien sûr, les campagnes de prévention.

Quant à savoir quelle est l'influence réelle de chacun de ces facteurs...

Pourrait-on envisager, par exemple une prévention dans les établissements publics en fin de soirée ?

Face à la forte augmentation de la consommation d'alcool chez les jeunes, des actions de ce type peuvent s'avérer efficaces. Un exemple : les opérations «Nez Rouge», lancées au Québec. Mais ces campagnes sont limitées dans le temps (fêtes de fin d'année). On pourrait envisager de les étendre.

Le BPA encourage des initiatives privées consistant à prévoir des bus destinés à ramener les gens lors de fêtes ou de soirées. Mais ces actions sont de faible ampleur face à la dimension du problème.

On est en présence de phénomènes de «lobbying» (comment, par exemple, diffuser et rendre facilement accessibles des boissons sans alcool bon



marché ?). Comment valoriser dans les médias les « capitaines de soirées », qui renoncent à boire pour ramener les autres (comme c'est le cas, par exemple, au Canada) ?

Des possibilités existent-elles du côté de la formation ?

On peut distinguer plusieurs niveaux d'action :

- éduquer ;
- prévenir ;
- sanctionner, réprimer.

Des actions sont menées par le BPA dans les écoles : un support de cours (comportant notamment des feuilles didactiques, des fiches de travail et des « clips » vidéo) est envoyé aux enseignants afin de leur permettre de sensibiliser les élèves aux risques liés à la consommation excessive d'alcool. Mais il est difficile de savoir dans quelle mesure ce matériel est utilisé.

Le BPA a également mis en place des cours pour les récidivistes de l'alcool au volant. Ils comprennent six fois deux heures de formation et des entretiens avec des psychologues. Les participants, par exemple, apprennent à se maîtriser. Ils sont évalués en cours de formation et la durée du retrait de permis peut ainsi être réduite (ce qui explique en partie le succès de ces cours).

L'introduction du permis de conduire à l'essai pendant une année pourra également être dissuasif.

Et du côté des moniteurs d'auto-école ?

En ce qui les concerne, il ne semble pas qu'une formation différente ou complémentaire soit vraiment nécessaire ; leur rôle n'est pas prépondérant. En effet, les gens deviennent dangereux seuls...

Mais sur ce plan, on peut noter qu'il existe de bons simulateurs capable de tester les effets de l'alcool au volant.

Y a-t-il des collaborations trans-frontalières en matière de prévention ?

Actuellement, ce type de collaborations se réduisent à peu de chose (par exemple des actions ponctuelles). Pourtant, les problèmes se présentent de manière assez semblable de part et d'autre des frontières.

Quel est le rôle des banques et celui de la publicité ?

On peut tout d'abord relever qu'il est devenu relativement aisé, pour un jeune, d'acquérir une automobile

grâce aux facilités de crédit offertes par les banques.

En ce qui concerne la publicité, la tendance actuelle met l'accent sur la liberté de mouvement, la possibilité d'aller partout facilement plutôt que sur la vitesse ou la puissance (qui restent néanmoins souvent des messages sous-jacents ou diffus).

En conclusion, insistons sur le fait qu'il faudrait pouvoir intervenir au niveau des valeurs, des convictions, des comportements qui amènent à la décision de prendre ou non un risque, par exemple en valorisant les attitudes « normales » au détriment des comportements « héroïques » et « invincibles » (voir à ce propos, à titre d'exemple, la campagne du BPA intitulée « dunning never dies »).

Pour plus de renseignements :

BPA Actuel, revue du BPA paraît cinq fois par an.

Site internet : www.bpa.ch