

## images choc et humour noir pour lutter contre l'inattention des piétons

En Suisse, 1100 personnes ont été grièvement blessées ou tuées en raison de l'inattention en 2013. Aujourd'hui, la distraction est l'un des principaux facteurs d'accidents de la circulation. Dans un sondage effectué par le bpa en 2012, deux tiers des piétons avouaient téléphoner ou écouter de la musique pendant leurs déplacements à pied, des comportements répandus chez les personnes âgées de 15 à 29 ans. C'est précisément à ce jeune public que s'adresse le spot de prévention de la Police lausannoise « Anastase : le tour de magie ». Un film grinçant, mêlant images choc et humour noir, afin de viser une communication virale sur internet et toucher le public cible en utilisant ses codes. Avec l'appui du bpa, le spot est également diffusé en Suisse alémanique et des outils ont été mis en place sur la toile afin de mesurer la diffusion du message et son impact sur le public.

La distraction était à l'origine d'un accident grave sur 4 en 2013. Pour la majorité des accidents de ce type, la source d'inattention n'a pas pu être identifiée par la police, mais un sondage du bpa – Bureau de prévention des accidents réalisé en 2012 - révèle que 66% des piétons reconnaissent téléphoner ou écouter de la musique pendant un déplacement à pied. Les cas liés à la distraction touchent en priorité les milieux urbains et l'étude montre que ces comportements sont de plus en plus répandus chez les personnes âgées de 15 à 29 ans.

Afin de toucher ce jeune public, la Police de Lausanne a choisi de lancer une communication virale sur internet avec un film de 60 secondes intitulé « Anastase : le tour de magie ». Un spot délibérément décalé et surprenant, avec des images choc et de l'humour noir, à découvrir dès aujourd'hui sur la page Facebook du bpa, sur les sites internet, Youtube et Twitter de la Ville de Lausanne. La campagne sera également relayée par nos différents partenaires – t1, CHUV, ACS, TCS et par des plates-formes en ligne ciblées jeune public. L'objectif est de marquer les esprits par des images fortes afin que le piéton se souvienne au moment de traverser que son attention doit être focalisée sur les dangers qui l'entourent.

Afin d'augmenter la visibilité sur la toile, des affiches seront présentes du 11 au 24 mai dans les rames du métro lausannois m1 et la police de Lausanne mènera des actions de prévention sur le terrain en mai-juin. Cette campagne bénéficie du parrainage du Conseiller fédéral Alain Berset, Chef du département fédéral de l'intérieur, de la snowboardeuse Géraldine Fassnacht, du créateur de Titeuf-ZEP, de l'humoriste Vincent Veillon et du footballeur international suisse Gökhan Inler qui ont aimé le spot et se sont engagés à le partager sur leurs réseaux sociaux.

Grâce au soutien logistique et financier du bpa, des outils ont été mis en place pour mesurer le succès de la diffusion virale du message et procéder à une analyse de l'impact de ce spot sur le public cible : est-il perçu différemment par les hommes et les femmes, incite-t-il à des changements de comportements, comment sont reçues les images percutantes etc. Un concours en ligne permettra de gagner 5 ipads mini par tirage au sort.

Le corps de police

Lausanne, le 5 mai 2015

[Pour visionner le film](#)

Statistiques, pp. 66-67 du [Rapport SINUS 2014](#); sondage pp.82-83 du [Rapport SINUS 2013](#) du bpa

### Renseignements complémentaires :

Anne Plessz, chargée de prévention. Police de Lausanne +41 21 315 33 05

Magali Dubois, déléguée bpa pour la Suisse romande +41 31 390 21 12