

Rapport
de recherche
PROGRAMME ACTIONS CONCERTÉES

**Adaptation des messages préventifs à l'orientation
régulatrice des conducteurs**

Chercheur principal

François Bellavance, HEC Montréal

Cochercheurs

Jean-Charles Chebat, HEC Montréal
Linda Lemarié, Université de Neuchâtel – Suisse

Établissement gestionnaire de la subvention

HEC Montréal

Numéro du projet de recherche

2013-OU-171592

Titre de l'Action concertée

Programme de recherche en sécurité routière FRQSC, SAAQ, FRQS

Partenaires de l'Action concertée

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

Résumé

Le bilan routier fait état de 361 personnes décédées sur les routes québécoises en 2015 (SAAQ, 2016). Un chiffre qui, bien qu'en diminution en comparaison à la moyenne des dernières années, reste encore trop élevé. Dans la majorité des cas ce sont des facteurs humains tels que l'ébriété du conducteur et/ou l'adoption d'une vitesse excessive qui sont en cause. Malgré tous les risques liés à l'adoption de ces comportements dangereux, certains conducteurs continuent à mettre leur vie en danger ainsi que celle de leurs passagers et des autres usagers de la route.

Pour enrayer ce phénomène, la Société de l'assurance automobile du Québec (SAAQ) a développé des campagnes de sensibilisation et de prévention visant à modifier les attitudes et les comportements en matière de sécurité routière. Cependant force est de constater que ces efforts, bien qu'ayant eu des retombées positives, peinent à atteindre les conducteurs les plus à risque. En effet comme démontré au sein de nombreuses recherches au cours des dernières années, les utilisateurs de la route les plus dangereux semblent également les moins sensibles aux messages véhiculés par les campagnes de sécurité routière.

Ce projet de recherche a pour objet de répondre à deux questions principales : 1) Qui sont les conducteurs à risque ? Quelles caractéristiques particulières permettent de les identifier et de les distinguer ? et 2) A quel type de messages de prévention sont-ils le plus sensible ?

Pour répondre à la première question, 10 000 questionnaires ont été envoyés à des conducteurs sélectionnés par la SAAQ : 5000 à des conducteurs « à risque » (échantillon aléatoire parmi les conducteurs ayant eu au cours des deux dernières années, deux infractions ou plus au Code de la sécurité routière

ou une seule infraction pour grand excès de vitesse) et 5000 à des conducteurs « responsables » (échantillon aléatoire parmi les conducteurs n'ayant eu aucun point d'inaptitude au cours des quatre dernières années). Sur ces 10 000 questionnaires, 2064 ont été retournés complétés (20,6%) dont 768 dans le groupe des conducteurs « à risque » et 1266 dans le groupe « responsable ». Le questionnaire comportait plusieurs variables dont l'âge et le sexe des conducteurs, le nombre d'années d'expérience de conduite, le type d'infractions au code de la route qu'ils avaient commises (groupe à risque), leur orientation régulatrice, leur tendance à l'égard de la recherche de sensations, leur locus de contrôle et leur perspective temporelle (Présent hédoniste, Présent fataliste, Futur, Passé positif, Passé Négatif).

L'analyse des réponses obtenues et la comparaison entre les deux groupes nous a permis de mettre en évidence plusieurs différences entre les conducteurs « à risque » et les conducteurs « responsables ». Certaines de ces différences avaient déjà été mises en évidence dans la littérature et sont validées par notre recherche, à savoir:

- Les hommes sont en plus forte proportion dans le groupe « à risque » : Le groupe « à risque » compte 464 hommes (58,9%) contre 324 femmes (41,1%) alors que le groupe des conducteurs « responsables » dénombre 801 femmes (63,4%) contre seulement 463 hommes (36,6%).
- Le risque diminue avec l'âge et l'expérience de conduite : Les conducteurs du groupe « à risque » sont significativement plus jeunes que ceux du groupe « responsables ». Ils ont également, en moyenne, moins d'années d'expérience de conduite.
- Les conducteurs dans le groupe « à risque » sont davantage en recherche de sensations fortes : La relation entre recherche de sensations et prise de risque

au volant, déjà mise en avant au sein de nombreuses études, est également démontrée au sein de notre échantillon.

D'autres différences apportent un regard nouveau sur certains traits de personnalité caractéristiques des conducteurs « à risque » et notamment :

- Le locus de contrôle : Les conducteurs appartenant au groupe « à risque » se sont révélés significativement plus de type « interne », c'est-à-dire qu'ils attribuent leurs réussites et leurs échecs davantage à eux-mêmes qu'aux autres ou à la chance.
- L'orientation régulatrice : Les résultats de cette première partie de l'étude viennent supporter notre proposition selon laquelle les conducteurs du groupe « à risque » sont davantage de type « promotion » que les conducteurs du groupe « responsable ». Ils sont de fait davantage influencés dans leur vie par la réalisation de leur désir que par l'évitement de l'échec ou des risques.

Pour répondre à la deuxième question, nous avons évalué et comparé quatre messages préventifs qui se distinguaient sur deux éléments : 1) la formulation du message (orienté négativement : ne pas adopter un comportement dangereux ; versus orienté positivement : adopter un comportement sécuritaire) et 2) la finalité (désirable : réaliser ses désirs ; versus indésirable : mourir). Une firme de sondage a recruté 1196 conducteurs québécois qui ont visionné un des quatre messages, sélectionné aléatoirement, et répondu en ligne à un questionnaire. A partir des résultats obtenus lors de cette deuxième phase, nous pouvons conclure que le message classique, indiquant ne pas adopter un comportement dangereux sur la route sous risque d'accident ou de mort (c.-à-d. message avec une orientation négative et une finalité indésirable), est le message qui fonctionne le mieux sur l'ensemble de la

population de conducteurs. Cependant, concernant les conducteurs les plus à risque, un message mettant en avant les désirs qui ne pourront pas être réalisés du fait de l'adoption du comportement peu sécuritaire (c.-à-d. message avec une orientation négative et une finalité désirable), semble plus efficace pour réduire leurs intentions de prendre des risques au volant que le message classique.

Les travaux effectués au sein de ce projet de recherche avaient pour objectif global de permettre aux intervenants en matière de sécurité routière de renouveler leurs pratiques. Dans un premier temps il est important de comprendre que les conducteurs plus à risque ne sont pas des conducteurs comme les autres. Ils sont caractérisés par certains traits de personnalité qui peuvent expliquer leur imperméabilité à certains discours de sécurité routière. Les praticiens du domaine sont invités à prendre en considération ces caractéristiques dans le choix du discours à adopter dans les messages préventifs.

De plus, sur la base de ces travaux, il peut être recommandé, lorsque l'objectif est d'atteindre les conducteurs ayant des comportements plus dangereux sur la route, de mettre l'emphase davantage sur ce que ces conducteurs ne pourront pas accomplir du fait de leurs comportements non sécuritaires que sur ce qu'ils risquent en termes d'accident ou de mort.