

Réduire les comportements dangereux



Description

Dans 98 % des événements survenant aux passages à niveau, le comportement des usagers est mis en cause.



Hormis les suicides, force est de constater que les usagers ne se mettent pas en danger intentionnellement.

Il s'agit tantôt d'un manque d'attention (trop accaparé par un smartphone, un casque audio), tantôt d'une incompréhension du risque (franchissement volontaire, course à la vue du train à quai, emprunt d'un itinéraire interdit).

Les actions de sensibilisation peuvent être menées localement et concerneront un nombre restreint de personnes. L'efficacité est toute relative et à renouveler régulièrement.

Les actions de sensibilisation via la presse quotidienne peuvent être organisées localement ou nationalement et concerneront un nombre d'usagers plus important.



L'efficacité est moyenne et à renouveler souvent.

Les actions de sensibilisation via un canal audiovisuel et/ou les réseaux sociaux sont à organiser au niveau national.

Le nombre de personnes sensibilisées est substantiel pour une efficacité importante.

Ce type de sensibilisation est efficace dès lors qu'il améliore la compréhension du risque et que l'usager accepte de modifier ses habitudes.

Pour les récalcitrants, la réflexion peut porter sur des aménagements NUDGE capables d'influencer le comportement de l'usager à son insu.



Cette démarche, très complexe et empruntant des logiques différentes de celles habituellement utilisées, peut être efficace dès lors que les aménagements restent compatibles avec le passage à niveau ciblé et la culture régionale qui imprègne chaque individu.



Fiches « Action » rattachées

A6

Mener une action de communication à grande ampleur - Multi acteurs/multi secteurs

A7

Mener une action locale de sensibilisation

A8

Expérimenter et définir une liste des aménagements « NUDGE »

Mener une action de communication à grande ampleur
Multi acteurs/multi secteurs



Description



Dans le cadre du rendez-vous des partenaires de la sécurité routière piloté par la Délégation à la Sécurité routière (DSR) et le(s) gestionnaire(s) des infrastructure(s) ferroviaire(s) ou dans tout autre cadre, les actions de sensibilisation à portée nationale peuvent être de différentes natures :

- la réalisation de campagnes télévisées ou média affinitaires labellisés « Sécurité routière » ;
- des actions de communication déployées simultanément par l'ensemble des partenaires sur leurs réseaux de communication respectifs selon des thèmes et calendriers partagés par tous ;
- des actions ponctuelles et planifiées par les forces de l'ordre sur tout ou partie du territoire,
- des actions de sensibilisation par la presse écrite réalisées notamment dans le cadre de campagne annuelle ou pluriannuelle ;
- une multitude d'actions déployées localement, sous pilotage national, selon la volonté du collectif de partenaires (Journaux municipaux, actions terrain, information en ligne, etc.).



Acteur(s) concerné(s)

Les gestionnaires des infrastructures routières et ferroviaires, la DSR, la DGITM, les communes et intercommunalités, les départements, les commissions départementales, les membres du Rendez-vous des partenaires de la sécurité routière : DGITM, DSR, UCLIR, EPSF, BEA-TT, AMF, ADF, FNTR, FNTV, OTRE, KEOLIS, UTPF, UIC, UTP, CEREMA, Mobilité Club France, ECF, Éducation nationale, AFT, AFOC, ANATEP, APF, Le GART, NOTRE TEMPS, Associations de victimes, AFTRAL, FNAUT, STRMTG, etc.



Recommandations



Utiliser les flyers et éléments de compréhension disponibles sur l'espace SharePoint du Rendez-vous des partenaires de la Sécurité routière aux PN.



Coordonner les actions de sensibilisation entre les différents acteurs.



Rapport efficacité/coût attendu



L'efficacité et les coûts peuvent varier de faibles à fortes en fonction des caractéristiques des actions de communication, notamment les cibles visées et les médias utilisés.

[Retour sommaire](#)



Mener une action locale de sensibilisation



Description



Face à une problématique localisée et spécifique, des actions locales de sensibilisation sont à organiser à l'initiative de l'ensemble des acteurs concernés

Ces actions peuvent être individuelles ou collectives.



La commission départementale peut notamment être l'occasion d'identifier des actions locales de sensibilisation menées par le gestionnaire de l'infrastructure ferroviaire et/ou le gestionnaire de voirie.



Dans le cadre de la déclinaison régionale du Rendez-vous des partenaires de la sécurité routière pilotée par la Délégation à la Sécurité routière et le(s) gestionnaire(s) des infrastructure(s) ferroviaire(s), des actions locales de sensibilisation peuvent être organisées.



Acteur(s) concerné(s)

Les gestionnaires des infrastructures routières et ferroviaires, la DREAL, les communes et intercommunalités, les départements, les commissions départementales, les établissements scolaires, forces de l'ordre, les représentants locaux représentant les membres du Rendez-vous des partenaires de la sécurité routière : DSR, UCLIR, EPSF, BEA-TT, AMF, ADF, FNTR, FNTV, OTRE, KEOLIS, UTPF, UIC, UTP, CEREMA, Mobilité Club France, ECF, Education nationale, AFT, AFOC, ANATEP, APF, Le GART, NOTRE TEMPS, Associations de victimes, AFTRAL, FNAUT, STRMTG, etc.



Recommandations



Le SharePoint du Rendez-vous des partenaires de la Sécurité Routière aux PN dispose de flyers et éléments de compréhension



Les actions de sensibilisation sont à coordonner entre les différents acteurs.



La nature des actions autorise une mise en œuvre avec une présence physique, par la presse, sur les réseaux, ciblées sur des riverains, envers des professionnels ou des établissements scolaires, etc.



Rapport efficacité/coût attendu



Dès lors qu'une action lancée en commission départementale répond à un besoin collectif et local, son action sera d'autant plus efficace qu'elle permettra l'association de l'ensemble des acteurs concernés.

En termes de coût, il est relativement faible dès lors qu'elles sont organisées avec les moyens matériels et humains des acteurs concernés

[Retour sommaire](#)



Expérimenter et définir une liste d'aménagements « NUDGE »



Description



Richard THALER, professeur d'économie et de sciences comportementales a défini une approche marketing capable d'influencer les choix de l'individu.

Un nudge (ou « coup de pouce » en français) est une incitation bienveillante qui vise à encourager l'adoption d'une attitude positive, pour soi ou pour le collectif.

Un nudge cherche à induire une réaction instinctive et positive sans être une contrainte.

Il ne rend pas l'adoption du comportement obligatoire et ne fait que l'inciter.



La réflexion nudge consiste à définir un ensemble d'aménagements, d'informations, dont la réalisation influencerait le choix des usagers dans le respect de l'usage et des fonctionnalités des passages à niveau désignés.



Chaque passage à niveau étant différent, un panel d'outils nudge est à définir et expérimenter afin de laisser le choix aux gestionnaires d'infrastructures routières et ferroviaires dans la mise en œuvre.

L'outil nudge apporte une réponse pour un comportement déviant détecté sur un PN donné, le même outil pouvant obtenir une efficacité différente sur d'autres PN, voire selon les habitudes locales.



Acteur(s) concerné(s)

Les gestionnaires des infrastructures routières et ferroviaires, la DREAL, les communes et intercommunalités.



Recommandations



Une démarche nudge efficace ne peut couvrir l'ensemble des problématiques liées au comportement des usagers.

Elle demeure une démarche complémentaire à l'ensemble des actions menées en parallèle.



L'approche nudge peut prendre la forme suivante :

- une signalétique ;
- des aménagements ;
- etc.



La sensibilité de la mise en œuvre de ces outils d'influence invite à une conception dans le respect des principes énoncés par des professionnels reconnus dans le domaine du comportement humain.

L'efficacité des expérimentations, à tester sur plusieurs PN aux caractéristiques différentes afin d'affiner l'efficacité du dispositif et les conditions d'emploi, confirme la typologie de PN concernée par l'aménagement.

Chaque expérimentation doit faire l'objet de consignes claires précisant les objectifs et indicateurs de suivis des résultats.

Un état « 0 » est réalisé avant la réalisation des aménagements.

L'efficacité est mesurée à deux périodes différentes.



La confirmation des résultats est du ressort des gestionnaires des infrastructures routières et ferroviaires en s'appuyant sur les résultats mesurés, chiffrés et déclarations des partenaires associés à l'expérimentation.

En particulier, la vérification de l'efficacité de l'effet dans le temps est à prendre en compte.

Les tests de messages nudge doivent prendre en compte le contexte réglementaire et en particulier les prescriptions en matière de signalisation verticale et horizontale.



Rapport efficacité/coût attendu



L'expérimentation et la définition étant justement l'objet de cette fiche Action, la détermination de l'efficacité et des coûts associés n'est, pour le moment, pas possible.

[Retour sommaire](#)

