

Communiqué de presse

24 octobre 2024

Changement d'heure et baisse de visibilité :

84 % des Français se sentent vulnérables sur la route¹

- **Le changement d'heure aura lieu ce week-end, dans la nuit de samedi à dimanche. Avec le passage à l'heure d'hiver, la baisse de la luminosité devient un facteur de risque pour tous les usagers de la route, et particulièrement pour les plus vulnérables.**
- **Chaque année, ce changement d'heure s'accompagne d'une hausse des accidents de la route : + 42 % de morts parmi les piétons entre 17h et 19h dans les jours qui suivent. Près de la moitié des piétons tués chaque année le sont entre octobre et janvier.²**
- **Assurance Prévention, l'association de France Assureurs, dévoile les résultats de son étude sur les risques liés à la visibilité : 84 % des Français sont plus inquiets pour leur sécurité sur la route lorsque la visibilité diminue. 19 % déclarent avoir déjà vécu un accident lié à cette baisse de visibilité.**
- **Si les Français pensent être plus vigilants dans les jours qui suivent le changement d'heure, ils n'adoptent pas encore suffisamment les bons réflexes pour se protéger.**

Des actions de sensibilisation dans 10 villes

le 25 oct. de 7h à 10h et de 16h à 19h et le 26 oct. de 8h à 11h et de 16h à 19h

L'association Assurance Prévention ira à la rencontre des Français afin de sensibiliser les piétons, cyclistes et trottinettistes et distribuera des kits de visibilité : porte-clés, flyers, stickers rétroréfléchissants et clips chaussures lumineux.

À Paris (place de l'Opéra, place de la République et Gare Saint-Lazare) **et à Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier,**

Nantes, Rennes, Strasbourg et Toulouse.

Contactez-nous pour organiser votre venue et des interviews avec les porte-paroles et le public :

Claire Mathurin – cmathurin@entrenousoitdit.fr – 06 30 10 92 22

Florine Liétin – flietin@entrenousoitdit.fr – 06 95 59 21 62

Plus de 8 Français sur 10 sont inquiets face au changement d'heure

Quand la visibilité baisse sur la voie publique, plus de 8 Français sur 10 (84 %) sont préoccupés pour leur sécurité sur la route, mais aussi pour celle des autres usagers (80 %) et 93 % des parents pour celle de leurs enfants. Certains usagers se sentent davantage en danger, en premier lieu les cyclistes (90 %), suivis des trottinettistes (87 %), des motocyclistes (86 %) puis des piétons (82 %).

Cette inquiétude est d'ailleurs justifiée, puisque 19 % des usagers de la route disent avoir déjà vécu un accident à cause d'une baisse de visibilité et 34 % ont failli en avoir un.

Le passage à l'heure d'hiver est également un sujet d'inquiétude en ce qui concerne la cohabitation des différents usagers sur la route puisque 61 % pensent qu'il complique le partage de la route entre les différents usagers.

Des réflexes de visibilité à renforcer

70 % des Français pensent adopter la plupart du temps la bonne attitude pour garantir leur sécurité et celle des autres lorsque la visibilité est réduite et 77 % disent qu'ils vont prendre plus de précautions pour leur sécurité avec le changement d'heure (79 % pour celle des autres usagers).

Pour autant, si les Français connaissent les bons réflexes, ils ne les adoptent pas systématiquement. Ainsi, lorsque la visibilité est réduite :

- Seuls 73 % des piétons déclarent emprunter les trottoirs la plupart du temps,
- 72 % des piétons ne portent pas de vêtements clairs la plupart du temps,
- 50 % des cyclistes ne portent pas d'accessoires réfléchissants la plupart du temps,
- 45 % des trottinettistes n'allument pas leurs feux la plupart du temps,
- 41 % des cyclistes ne vérifient pas leur équipement lumineux la plupart du temps,
- 38 % des motocyclistes n'allument pas leurs feux la plupart du temps.

Une campagne de sensibilisation pour se rendre plus visible

Seuls 18 % des Français estiment être très bien informés des risques liés à la baisse de visibilité sur la route. À l'occasion du passage à l'heure d'hiver, l'association Assurance Prévention lance une campagne presse et digitale pour rappeler les bons réflexes pour se rendre visible.

« Chaque année, le changement d'heure s'accompagne malheureusement d'une augmentation des accidents qui touche particulièrement les usagers les plus vulnérables. Les Français ont conscience du danger mais n'adoptent pas systématiquement les bons gestes pour se protéger. À travers notre campagne de sensibilisation dans les médias et sur le terrain dans 10 villes, nous les alertons sur l'importance de se rendre visibles quand la visibilité baisse. », explique Éric Lemaire, vice-président d'Assurance Prévention.

Pour connaître les lieux de distribution : <https://www.assurance-prevention.fr/nos-actions/campagne-visibilite-changement-heure-2024>

1. *Étude réalisée par Harris Interactive pour l'association Assurance Prévention en ligne du 1er au 3 octobre 2024 auprès d'un échantillon de 2111 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.*

2. <https://www.securite-routiere.gouv.fr/chaque-situation-sa-conduite/changement-dheure>

À propos de l'association Assurance Prévention :

Assurance Prévention est l'association des assureurs français au service de la prévention des risques du quotidien. Elle émane de France Assureurs, le nom d'usage de la Fédération Française de l'Assurance qui rassemble 254 entreprises d'assurance et de réassurance représentant 99 % du marché des entreprises régies par le Code des assurances. Assurance Prévention porte au nom des assureurs, seule ou en partenariat avec les pouvoirs publics ou d'autres organismes, des actions collectives de sensibilisation du grand public aux risques du quotidien : santé, risques routiers, accidents de la vie courante, risques numériques, risques naturels... L'association mène également des études, afin de faire avancer la connaissance des risques et d'adapter ses messages de prévention.