

Question écrite de Caroline Cassart, Députée,
à Valérie De Bue, Ministre de la Fonction publique,
de l'Informatique, de la Simplification administrative,
en charge des allocations familiales, du Tourisme,
du Patrimoine et de la Sécurité routière, concernant
L'impact du Covid-19 sur la campagne BOB d'été

Madame la Ministre,

La saison estivale est souvent synonyme de campagne BOB d'été. L'opération de sensibilisation et de contrôle de la consommation d'alcool vise à faire évoluer les mentalités afin de faire baisser la trop grande tolérance vis-à-vis de l'alcool au volant et inciter les fêtards à désigner un BOB pour garantir un retour en sécurité.

Madame la Ministre, l'été 2020 ne ressemblant à aucun autre, quel sera l'impact pour la campagne BOB d'été? L'opération pourra-t-elle être maintenue? Lors de l'édition 2019, un impact significatif sur la sécurité routière a-t-il été constaté?

Je vous remercie.

Réponse de la Ministre De Bue:

Les objectifs de la Wallonie sont ambitieux en matière de sécurité routière: réduire par deux le nombre de décès de la circulation en 2030 et atteindre une vision zéro en 2050.

La consommation excessive d'alcool ou de drogues constitue un des paramètres principaux des accidents de la route qui influence la fréquence et la gravité des accidents.

Cet été 2020 sera effectivement particulier à la suite de plusieurs mois de confinement.

Toutefois, l'AWSR a lancé la campagne dite Alcool en ce mois de juin comme chaque année. Pour l'information de l'honorable membre, Bob est utilisé pour la campagne alcool de fin d'année, en Wallonie comme en Flandre et Bruxelles-Capitale. Depuis 5 ans, la campagne de juin porte sur le sujet de l'alcool sans mentionner Bob qui est une marque protégée.

L'AWSR a initié la campagne de sensibilisation à l'alcool au volant via un affichage sur les autoroutes d'une part, et surtout via les médias sociaux afin de faire évoluer les mentalités quant aux boissons à 0 % d'alcool. Comment? En présentant les boissons 0 % alcool sous un nouveau regard, sympathique, ludique c'est-à-dire en stimulant la découverte et la dégustation de cocktails sans alcool (moktails) au travers de fiches recettes établies par un expert Wallon de renom.

Quant à l'accompagnement de la campagne de sensibilisation par des contrôles routiers, la Police intégrée prévoit des actions de contrôles ciblées et répétées entre juin et septembre. Il va de soi que l'AWSR s'associera à cette démarche locale afin de plébisciter auprès des conducteurs la consommation 0 % alcool en version « tendance » (moktails), et bien sûr stimuler la sécurité routière.

Concernant l'impact des campagnes de sensibilisation sur la conduite sous influence de l'alcool, on observe une réduction progressive, mais lente du pourcentage de conducteurs positifs lors des contrôles routiers, année après année.

Cette tendance est toutefois bien trop faible et lente. Les résultats restent interpellant: l'alcool intervient dans 25 % des accidents mortels. Durant les nuits de week-end, ce pourcentage dépasse malheureusement les 50 %.

Les comportements doivent donc encore évoluer pour réduire drastiquement les drames régulièrement rapportés dans la presse.