

Campagne de sensibilisation à la sécurité dans les transports scolaires



Etude d'impact

JANVIER 2010



- SOMMAIRE -

Remerciements	1
Contexte de l'étude	2
Organisation et méthodologie adoptée	2
Résultats	4
<i>Point de vue élèves</i>	4
Détails des questions fermées	4
Assimilation	8
Aspects favoris de la campagne selon les élèves	8
Axes d'amélioration selon les élèves.....	9
<i>Point de vue encadrants</i>	13
Les points forts de la campagne.....	13
Principaux aspects positifs.....	14
Les points faibles de la campagne.....	15
Principaux aspects à reconsidérer.....	17
Préconisations de l'ESCI JC	18
Conclusion.....	19
<i>Limites</i>	19
<i>Collaboration constructive</i>	19

Remerciements

Nous tenons à remercier le Conseil Général pour la confiance accordée à l'ESCI Junior Consulting dans la réalisation de cette étude d'impact.

Nous voulons plus particulièrement remercier M. Georges THEURIAUX, Directeur Général Adjoint des Infrastructures et Déplacements au Conseil Général de l'Ain, et Mme Sandrine RUTY, Chargée de la Sécurité Routière, avec qui nous avons travaillé en étroite collaboration pour le succès de ce projet.

Nous remercions également l'équipe administrative de l'ESCI de l'Ain pour leur participation au bon fonctionnement de ce projet, et leur dévouement à notre association.

Contexte de l'étude

L'ESCI Junior Consulting, association d'étudiants désireux de compléter leur formation de niveau Master à l'Ecole Supérieure de Commerce et d'Industrie de l'Ain, a été sollicité par le Conseil Général courant Juin 2009 pour mener une étude d'impact. Ce projet a été réalisé en étroite collaboration avec le Conseil Général de l'Ain, par le biais de **Mme Sandrine RUTY**, Chargée de la sécurité routière et **M. Georges THEURIAUX**, Directeur Général Adjoint des Infrastructures et Déplacements.

Le Conseil Général de l'Ain souhaitait répondre à deux objectifs principaux au sujet de sa campagne de sensibilisation à la sécurité dans les transports scolaires, réitérée chaque année depuis 5 ans :

1. **évaluer l'efficacité des messages transmis ;**
2. **identifier des axes d'amélioration pour les prochaines campagnes**

Organisation et méthodologie adoptée

Ce projet a été mené de bout en bout en étroite collaboration avec Georges THEURIAUX (Directeur Général Adjoint des Infrastructures et Déplacements au Conseil Général de l'Ain) et Sandrine RUTY.

Nous avons synthétisé ci-dessous, le déroulement de cette étude :

Septembre	Construction du cahier des charges pour l'étude d'impact (attentes, méthodologie, etc.)
Octobre	Campagne de sensibilisation Réalisation du design des questionnaires
Novembre	Diffusion des questionnaires auprès des deux cibles retenues
Décembre	Retour des questionnaires puis traitement des réponses Analyse et préconisations

Etant donné que cette campagne de sensibilisation a mis en interaction deux populations, les élèves (participants) et encadrants (enseignants, autocaristes), nous avons basé cette étude d'impact sur la réalisation de deux questionnaires adaptés aux deux cibles respectives : les participants et les encadrants.

Questionnaire	Objectifs	Typologie des questions
Elèves	Impact des messages fournis lors de la campagne Préconisations	9 questions fermées 1 question ouverte
Encadrants	Etat des lieux du déroulement de la campagne	1 question fermée 2 questions ouvertes

En ce qui concerne l'échantillonnage, il a été convenu d'administrer les questionnaires à l'ensemble des participants et encadrants, en se basant, d'une part, sur le droit d'opinion de l'ensemble des personnes concernées, et, d'autre part, sur un objectif de qualité en cherchant à obtenir le maximum d'axes de progrès pour le futur. Ainsi, en termes de chiffres, cela représentait deux populations mères réparties de la manière suivante :

- **8500 élèves** de 6^e de **64 collèges** du département de l'Ain
- **250 encadrants**

Sur le plan organisationnel, et compte tenu du nombre important de questionnaires à saisir, nous avons fait appel à **36 étudiants de l'ESCI de l'Ain** supplémentaires, extérieurs à l'ESCI Junior Consulting, pour la phase de saisie informatique des réponses des questionnaires retournés sur un logiciel d'études statistiques. Pour ce qui est de la phase de traitement, seule l'équipe de l'ESCI Junior Consulting a réalisé l'analyse de ces données pour en extraire des préconisations et une synthèse globale de l'étude.

Au total, l'ensemble de ce projet aura représenté un total de **plus de 160 heures de travail** cumulées (création du questionnaire, organisation de la session de saisie informatique et analyse des réponses), réparties sur la période d'Octobre 2009 à début Janvier 2010.

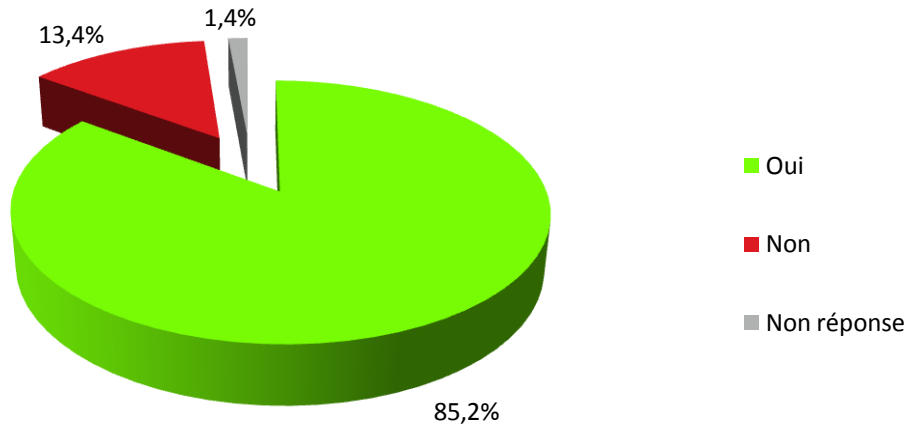
Enfin, en ce qui concerne le taux de retour des questionnaires, il est important de rappeler que cette étude a connu des taux de retour très satisfaisants. Effectivement, 5472 questionnaires d'élèves ont été retourné - soit **64,3% des élèves** de 6^{ème} de l'Ain - et 132 questionnaires encadrants - soit **52,8% des encadrants concernés**. Ces taux apportent les bases d'une vision globale représentative des populations concernées.

Résultats

Point de vue élèves

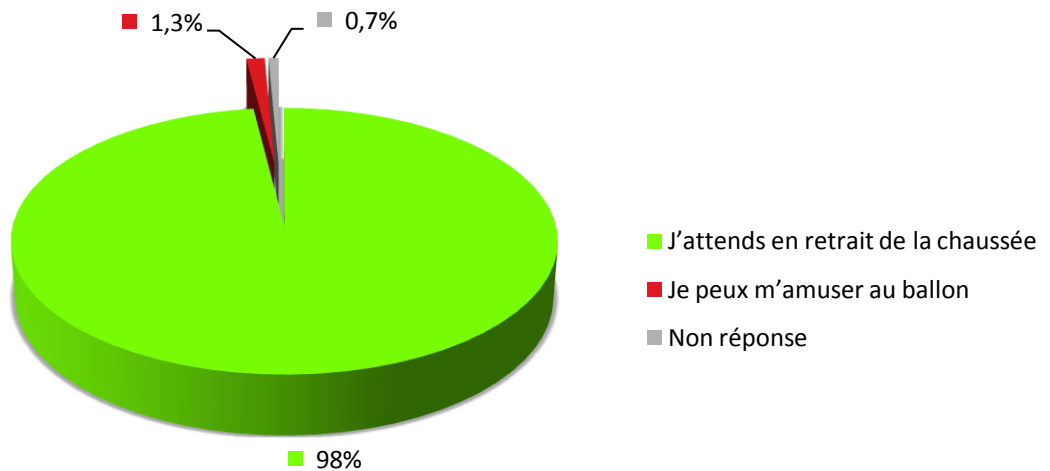
Détails des questions fermées

Question 1 : Un cartable doit-il avoir des bandes réfléchissantes pour être visible la nuit ?



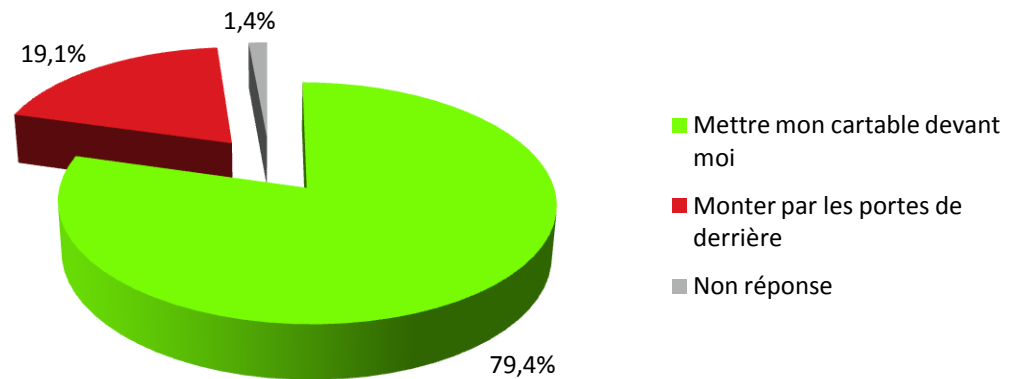
Les élèves de sixième de l'Ain qui ont répondu au questionnaire ont intégré à 85,2% le fait que leur cartable doit être muni de bandes réfléchissantes pour être visible la nuit. Cependant, nous ignorons par l'intermédiaire de cette question, si cette prérogative de la prévention routière est bien respectée pas les collégiens de 6^{ème}.

Question 2 : Lorsque j'attends le bus...



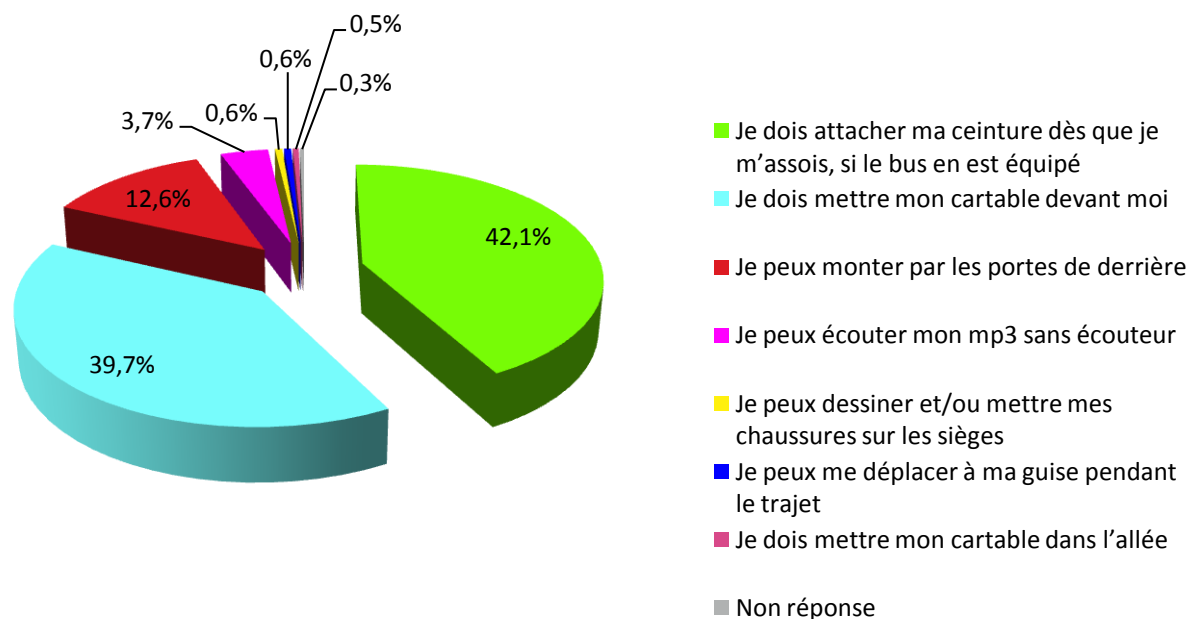
A une très grande majorité, 98%, les élèves connaissent la manière la plus sécuritaire pour eux d'attendre le bus. Nous pouvons affirmer que cette notion de sécurité est très bien assimilée par les 6^{ème} de l'Ain.

Question 3 : Lors de la montée dans le bus, je dois...



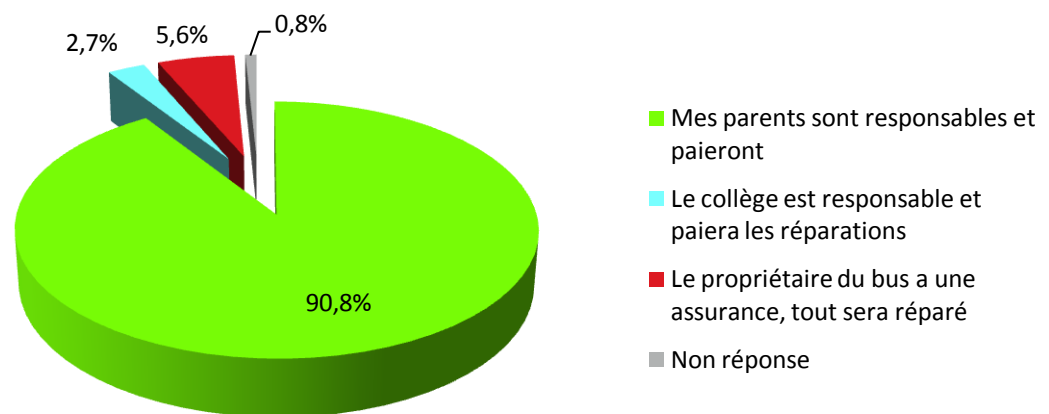
Cette question permet de renseigner uniquement sur deux points suite à la perte de plusieurs modalités lors du changement de format du questionnaire avant l'impression. Cependant, nous observons que les élèves savent qu'ils doivent mettre leurs cartables devant eux pour monter dans le bus. Par contre, une notion importante semble mal assimilée : 1249 des élèves pensent qu'ils peuvent monter par les portes de derrière du bus.

Question 4 : Dans le bus...



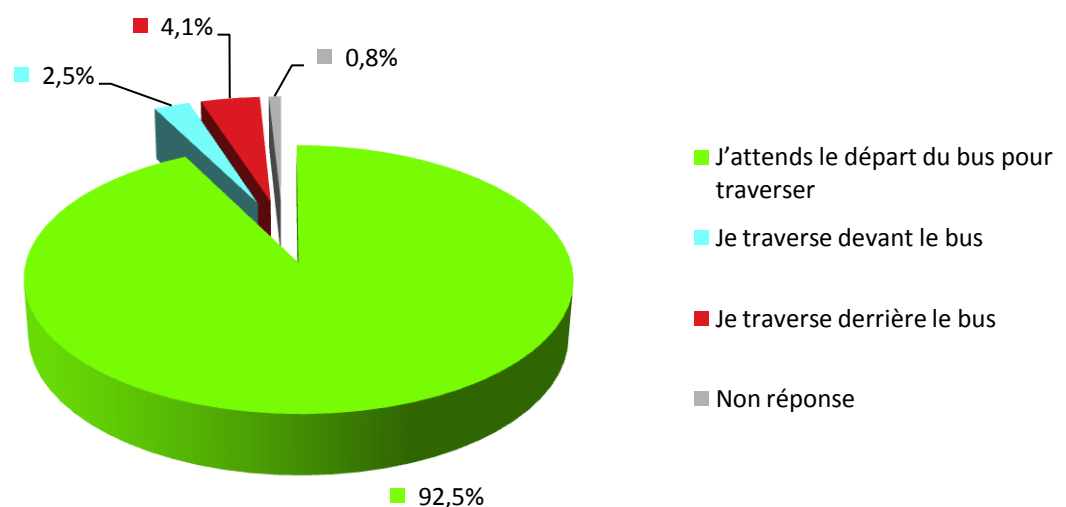
Cette question nous permet d'affirmer que les notions de sécurité dans le bus sont bien comprises par les collégiens. Des bases telles qu'attacher la ceinture de sécurité ou encore mettre son cartable devant soi pour éviter de faire trébucher un autre élève. Par contre, à la vue des réponses à cette question nous constatons une nouvelle fois qu'une partie importante des étudiants pensent qu'ils peuvent monter par les portes arrières (1574 réponses).

Question 5 : Si je détériore le bus (tags, chaussures sur les sièges...)



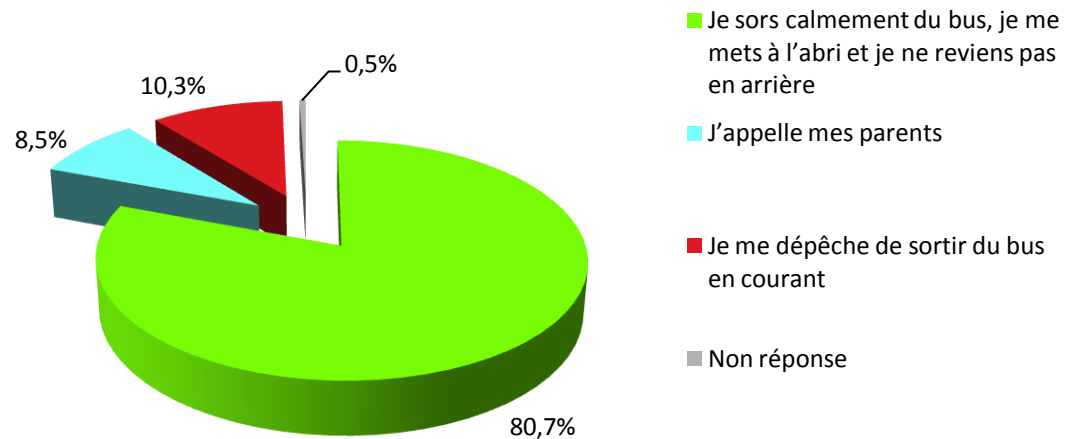
Les **65% des collégiens de 6^{ème} de l'Ain** dont nous avons eu le retour de questionnaires, **ont répondu correctement à 90,8% au sujet de la responsabilité de leurs parents** en cas de dégradation dans le bus.

Question 6 : Lorsque je descends du bus...



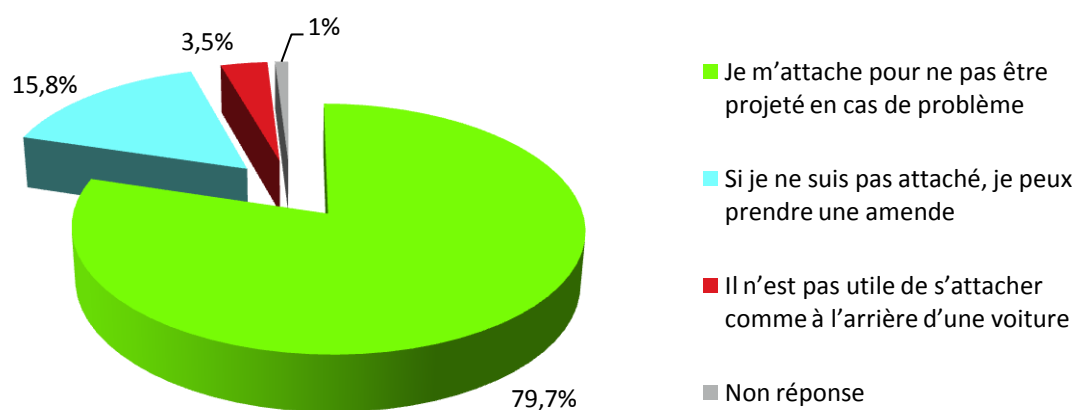
Nous observons que le message lié à la descente du bus a visiblement été bien compris lors de cette campagne.

Question 7 : En cas d'accident...



La campagne a réussi à sensibiliser à hauteur de 80% les élèves sur les premiers réflexes à avoir en cas d'accident. En outre, il apparaît nécessaire d'insister sur ce message, pour presque 20% des répondants.

Question 8 : Dans un bus équipé de ceintures de sécurité...



Plus de 4900 élèves ont assimilé les risques en cas d'accident liés à un défaut de port de ceinture de sécurité. Par contre, seulement 1000 élèves ont renseigné le fait qu'il

peuvent prendre une amende s'ils ne s'attachent pas. La viabilité de ce message est peut être affaiblie par le fait que tous les bus ne sont pas équipés de ceintures de sécurité. Cet élément est ressorti une cinquantaine de fois lors de la question ouverte n°10, mais nous ne l'avons pas comptabilisé dans les réponses exposées, pour cause d'être hors sujet par rapport à la question initiale. Cependant, il s'agit d'un aspect important que nous avons mis en lumière dans les préconisations.

Assimilation

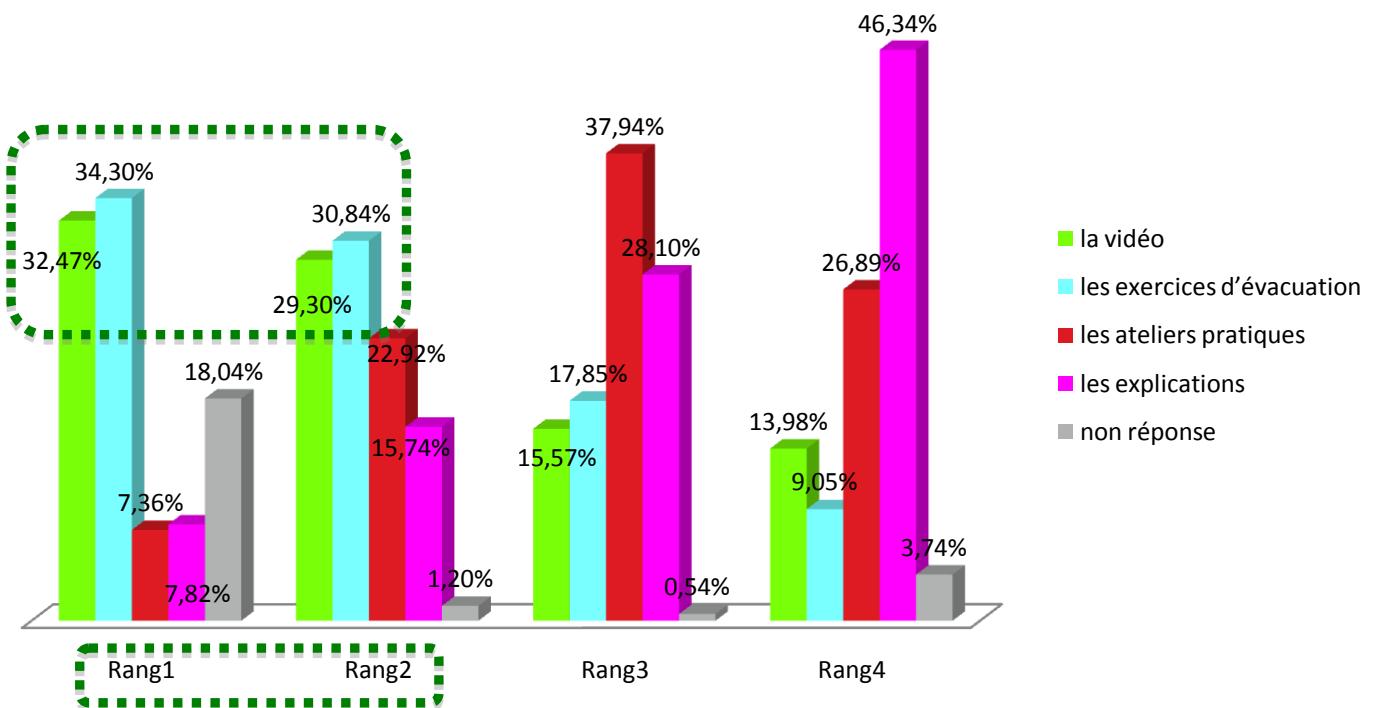
Sur le plan général, plus de **1600 élèves** soit **29,3%**, ont répondu correctement à l'ensemble des **questions posées au sujet des règles de bases de sécurité et de comportement** à avoir dans les **transports scolaires**.

Le taux de questionnaires entièrement justes retournés est abaissé par deux **méconnaissances** principalement : pour **plus de 80%** des répondants de la possibilité d'être **verbalisé** en cas de **non port de la ceinture de sécurité** ; ainsi que 20% des interrogés qui ignorent l'interdiction de monter par les portes arrières dans les cars scolaires.

Par ailleurs, les **règles élémentaires de sécurités et les consignes en cas d'accident** ont été **largement intégrées par les 6^{ème}**. Effectivement, tous critères confondus, plus de **80% des réponses** données aux questions à ce sujet sont **justes**. Il semble donc que les fondamentaux ont été assimilés.

Aspects favoris de la campagne selon les élèves

Question 9 : Dans toute l'opération, qu'est ce qui t'as le plus intéressé ? (classé par ordre de préférence)

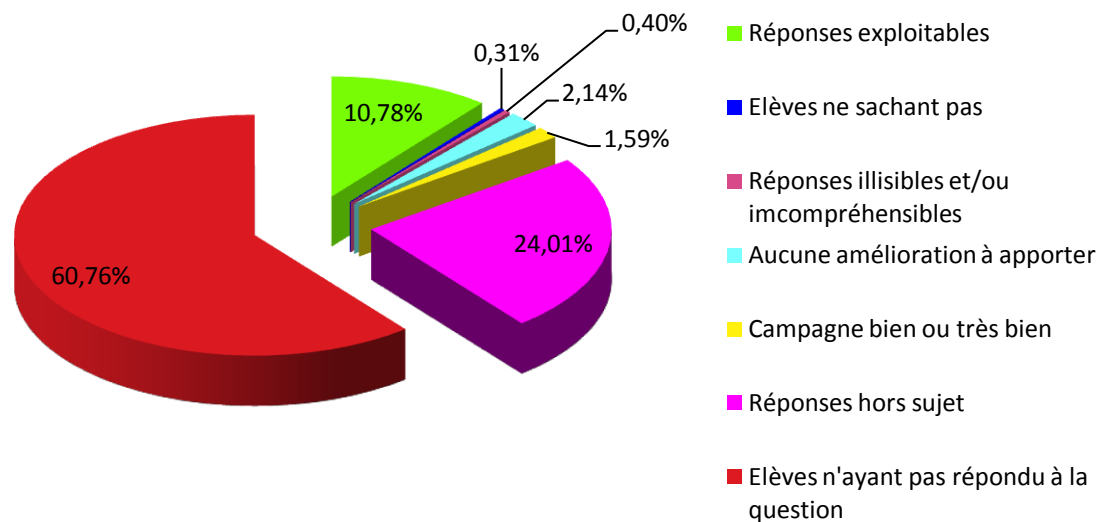


Cette question nous permet d'identifier les principaux points de la campagne qui ont eu la préférence des élèves sixièmes.

Nous remarquons que les deux premiers rangs - à gauche - mettent en lumière les modes de communication et d'explications alternatives. En ce sens, les vidéos - en vert - ou les simulations d'actions concrètes - telles que les exercices d'évacuations, en bleu - sont largement plébiscitées par rapport aux explications dites classiques.

Axes d'amélioration selon les élèves

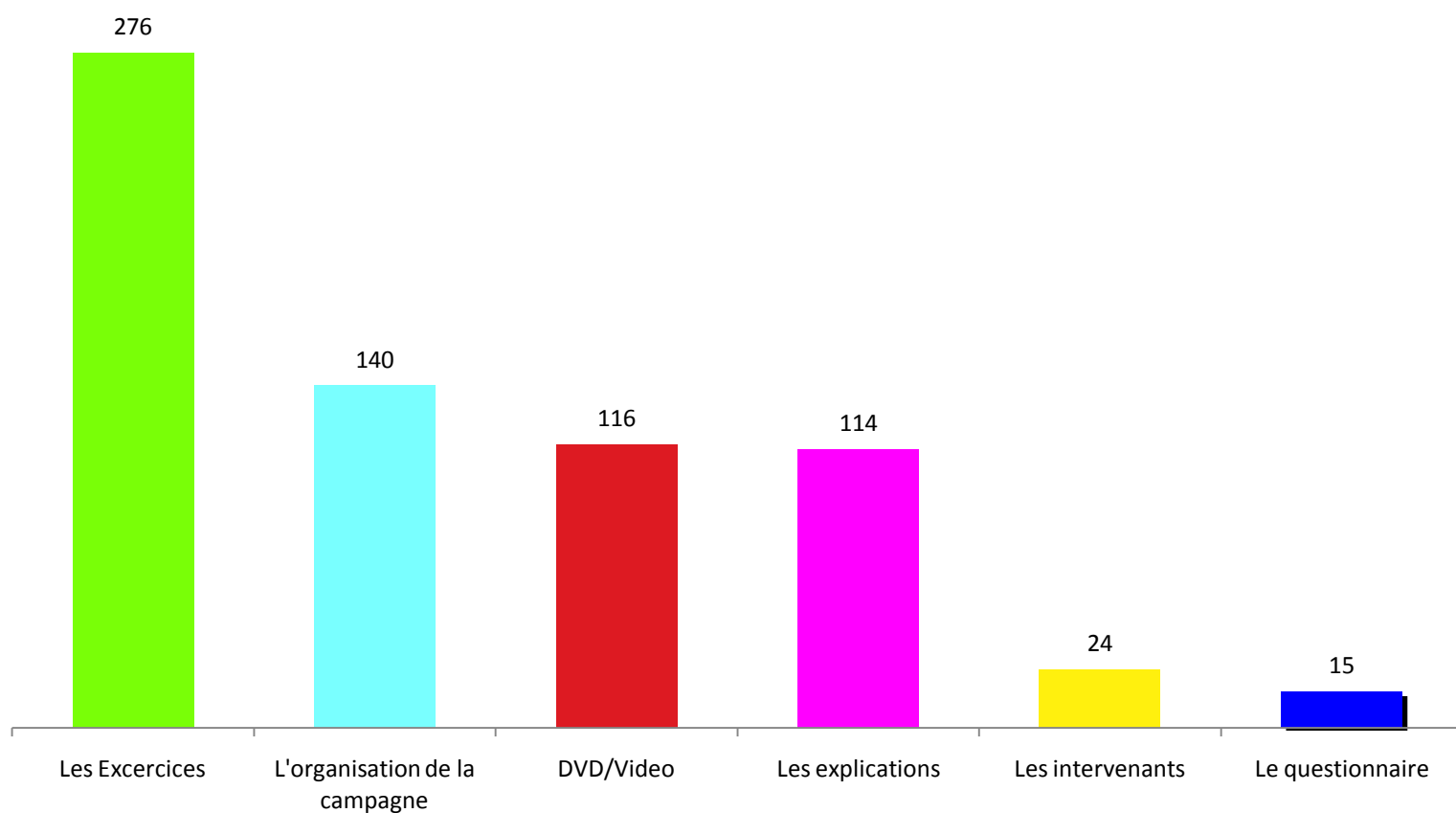
Question 10 : Selon toi, quelles seraient les améliorations à apporter à cette campagne ?



Le but de cette question était de demander de façon ouverte et libre aux élèves de s'exprimer au sujet des améliorations à apporter à la campagne. Malheureusement, cette question n'a permis d'obtenir que **11% de réponses exploitables, soit 590 unités**. Cependant, elle a permis d'extraire de nombreuses idées d'améliorations pour les années futures.

Par ailleurs, les 24% de réponses hors sujet ont apporté des explications que nous avons pris en compte pour nos préconisations.

Vision des élèves : les points de la campagne à améliorer classés par items (Nombre de fois mentionnées)



Les intervenants

24

- 11 : Que les intervenants parlent plus fort
- 7 : Faire intervenir des personnes accidentées
- 4 : Intervenants, chauffeurs trop sévères
- 1 : Plus de policiers
- 1 : Être plus pédagogue

Le questionnaire

15

- 7 : Question 10 non comprise
- 5 : Questions mal posées (8,9 et 10)
- 1 : Ne pas préciser si il y a plusieurs réponses
- 1 : "J'aimerais qu'il n'y ai pas de questions idiotes"
- 1 : Questionnaire inutile

Les exercices**276**

- 110 : Plus de simulations, d'évacuations, de variétés (ex : comment se -- protéger de la fumée, du feu)
- 58 : Réaliser des exercices avec le car en mouvement pour simuler un - - accident afin de mieux comprendre les règles de sécurité (sortir par les vitres, le toit...)
- 30 : Apprendre à se servir des outils de secours (extincteur, brise glace, trousse de secours, ouverture des portes, de la trappe) ou avoir des démonstrations
- 24 : Passer plus de temps dans le car
- 14 : Faire participer tous les élèves aux exercices pratiques et/ou les évacuations
- 10 : Rendre plus réel les exercices (ex : fumé)
- 5 : Participer à un accident en réel
- 3 : Faire brûler un car
- 2 : Faire renverser le bus
- 2 : Parler de la détérioration du bus
- 2 : Expliquer les conséquences d'une bouscule dans un bus (en cas d'accident, etc.)
- 2 : Montrer tous les dangers du bus
- 2 : Montrer l'importance de la ceinture
- 1 : Appliquer la théorie
- 1 : Apprendre à descendre plus vite d'un bus accidenté
- 1 : Apprendre à mieux se protéger dans un bus lors d'un accident
- 1 : Bloquer la porte du car pendant l'exercice pour éviter les triches de certains élèves
- 1 : Créer des jeux de rôles
- 1 : Etre moins secoué
- 1 : Faire des exercices sur des accidents "grave"
- 1 : Utiliser une voiture tonneau
- 1 : Moins d'exercices pratiques
- 1 : Passer moins de temps dehors
- 1 : Expliquer comment s'est passé les exercices d'évacuation (Feedback, etc.)
- 1 : Faire toutes les explications avant de monter dans le bus

DVD/Vidéo**116**

- 42 : Avoir plus de vidéo
- 30 : Vidéo trop violente, choquante ("vidéo d'Amélie"), ne pas montrer d'accident
- 13 : Rendre le film plus réel (accident réel, personnes ayant eu un grave accident, passant par le pare brise, morts, blessés)
- 6 : Faire des vidéos plus longues
- 6 : Vidéo pas assez marquantes, violente, effrayante
- 5 : Améliorer les vidéos (images et son)
- 4 : Avoir d'autres vidéos
- 3 : Avoir des vidéos moins longues pour toutes les voir
- 2 : Avoir une vidéo en 3D
- 1 : Changer la musique des vidéos
- 1 : Changer les personnages de la vidéo
- 1 : Ajouter le discours d'une personne ayant vécu un accident
- 1 : Améliorer les explications de la vidéo
- 1 : Ne pas monter des vidéos contenant des enfants à des collégiens

L'organisation de la campagne**140**

- 47 : Faire une campagne, action de sensibilisation plus longue, la prolonger dans le temps (ex: "réaliser des exercices chaque semaine pendant 2 mois")
- 24 : Que tous les élèves puissent faire tout le programme (voir toutes les vidéos, réaliser tous les exercices, participer à tous les ateliers pratiques)
- 15 : Campagne à réaliser dans d'autres classes (CM2 et/ou 5ème et/ou 4ème et/ou 3ème)
- 12 : Réaliser plus de campagne de sensibilisation dans une année (exercices, interventions, etc.)
- 3 : Tout faire en une seule journée
- 3 : Contrôler les acquis (test, questionnaires, etc.)
- 3 : Créer un livre, livret explicatif, BD éducative
- 3 : Apprendre plus d'informations sur les premiers soins
- 2 : Prévoir, créer plus de jeux sur la sécurité routière
- 2 : Faire cette campagne dans tous les établissements, à tous les élèves
- 2 : Trop d'élèves dans une même session
- 2 : Faire plus participer les élèves pour rendre la campagne plus attractive
- 2 : Réaliser la campagne tous les ans
- 1 : Mettre des chaises pendant les explications
- 1 : Ne pas faire d'activité à l'extérieur quand il fait froid
- 1 : Faire la campagne les après-midis
- 1 : Faire une journée d'intervention avec tous les parents, enfants, etc.
- 1 : Plus de matériel
- 1 : Organiser une exposition
- 1 : Faire suivre les vidéos d'ateliers pratiques
- 1 : Faire la campagne dans toute la France
- 1 : Faire la campagne dans le monde entier pour qu'il y ait moins d'accident
- 1 : Donner les réponses du questionnaire
- 1 : Faire des campagnes de sécurité à la radio
- 1 : Refaire un test un fin d'année
- 1 : Affiches plus grandes de la couleur des gilets
- 1 : Penser aux élèves ne parlant pas français
- 1 : Offrir à chacun un bracelet réfléchissant
- 1 : Inciter les élèves à être plus sérieux
- 1 : Campagne plus moderne

Les explications**114**

- 51 : Plus d'explications, de détails (sur les accidents, les dangers, les consignes de sécurités, sur le nombre de blessés et de morts, etc.)
- 21 : Les rendre plus simple à comprendre, plus attractives
- 20 : Condenser les explications car trop longues
- 10 : Expliquer, montrer les conséquences d'un accident "pour les choquer"
- 6 : Avoir des photos d'accident
- 1 : Apporter des précisions sur les numéros d'urgences
- 1 : Trop de répétitions dans les textes
- 1 : Plus d'exemples
- 1 : Avoir des photos moins sanglantes
- 1 : Parler de violence
- 1 : Parler des gens qui ont écrasé des enfants

D'après les élèves, des explications plus courtes et avec un langage simplifié et plus adapté à leur niveau, permettraient de mieux intégrer les messages de cette campagne de sensibilisation. Ainsi, leurs axes de progrès portent sur :

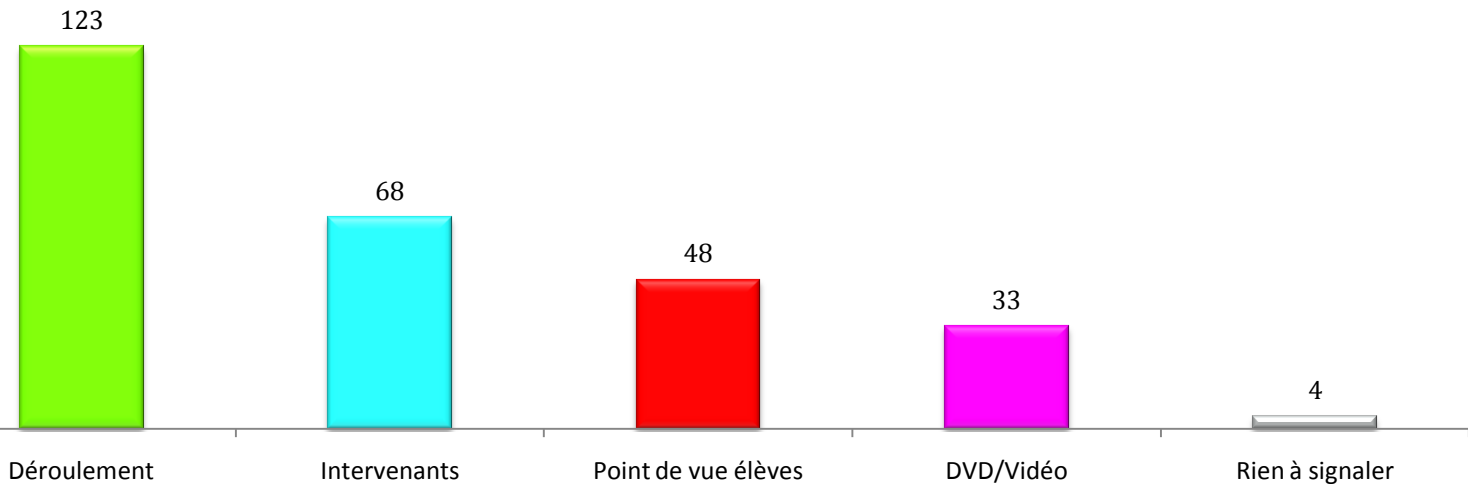
- **l'amélioration des supports de communication** via une utilisation plus massive de vidéos et la projection de photographies plus réelles ;
- **l'augmentation de la variété d'exercices simulant des mises en situations concrètes ;**
- **une meilleure organisation du déroulement des modules**, puisque **20.4% des élèves** répondants, ont déploré des problèmes d'organisation du fait que tous n'ont pas pu réaliser le programme en entier et participer aux ateliers pratiques.

Point de vue encadrants

Cette campagne apparaît comme utile pour 99,2% des encadrants qui ont répondu.

Les points forts de la campagne

Vision des encadrants : les points forts de la campagne classés par items (Nombre de fois mentionnées)



Déroulement 123

87 : Approche pratique concrète/Mise en situation réelle (entrée dans le bus + explications sur place)
 10 : Explications en générale (rappel des règles de sécurité, des réflexes à avoir, des erreurs à éviter, du respect des règles, etc.)
 8 : Sensibilisations aux dangers sur les transports scolaires
 4 : Echange avec les élèves après le visionnage
 3 : Responsabilisation des élèves
 2 : Sensibilisations au respect du matériel scolaire
 2 : Explications extincteurs
 2 : Animation
 1 : Court et condensé
 1 : La campagne est envisagée sous plusieurs angles (sécurité, sanction, législation)
 1 : Début de l'année pour les 6ème
 1 : Bonne organisation
 1 : Coordination : application 8 jours après la projection : bon timing

Point de vue élèves 48

16 : Sensibilisation par la peur/choc (prise de conscience, risques, soutien de l'information)
 8 : Rappel des consignes de sécurité de base
 5 : Rappel des sanctions encourues
 5 : Implication des élèves qui jouent le jeu de la mise en scène (stimulation : les messages passent mieux)
 3 : Montrer les vrais dangers/réalisme
 4 : Le fait que la campagne s'adresse à tous les élèves (même ceux qui ne prennent pas le bus)
 4 : Discours adaptés et clairs/approche pédagogique
 1 : Permet de retenir des conseils pour l'avenir
 1 : Les supports multiples (film, bande dessinée, etc.)
 1 : Interactivité pour la prise de conscience

DVD/Vidéo 33

26 : Important (Bien fait/efficace et pertinente dans la prise de conscience en terme de sécurité routière grâce au réalisme)
 5 : Film 1 : avec des élèves et localisé dans le cadre de l'Ain -> identification
 2 : Très utile pour amorcer la discussion avec les élèves

Intervenants 68

35 : interventions : Crédibilité de la campagne (contact avec l'uniforme/réalisme - impact du discours)
 7 : Prestation attractive (impact des échanges, qualité des messages, regroupement des acteurs)
 7 : Nombreux et dévoués / impliqués
 6 : Explications claires du gendarme
 4 : Discours complémentaires
 3 : Communication des numéros important (sérieux, utilité)
 3 : Intégration de conducteurs de car
 2 : Les intervenants sont très compétents (ANATEEP)
 1 : Informer les conducteurs sur les dangers de la route

Au vue des résultats des deux questions ouvertes, le premier constat est **le nombre plus élevé de points forts exposés que de points faibles - respectivement 276 et 178 réponses**. Il est important de rappeler que les personnes répondantes n'étaient pas limitées dans le nombre de réponses à donner.

Principaux aspects positifs

Approche pratique : points fort de la campagne

Il est clairement ressorti de l'opinion des encadrants, que les exercices d'évacuation et les mises en situations diverses sont de loin le meilleur moyen de transmettre, et surtout de faire intégrer les messages aux élèves. Effectivement, 87 personnes ont exprimé ce point sur 132 répondants - soit plus de 65%.

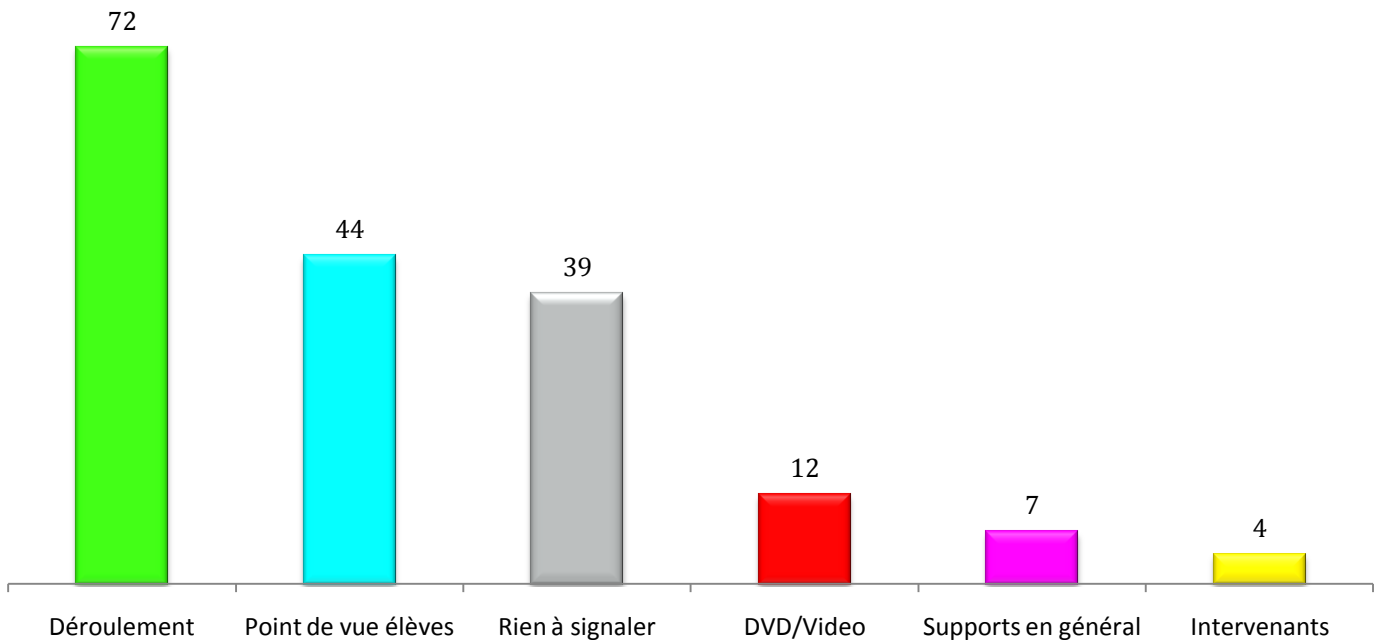
Importance des intervenants

35 encadrants ont perçu une crédibilité très importante pour l'auditoire, émanant des professionnels portant l'uniforme et véhiculant des discours complémentaires de « terrains ».

De plus, il est clairement souligné par les répondants que l'implication des intervenants, leurs dévouements ainsi que la clarté de leurs propos ont un impact direct sur la compréhension des messages diffusés.

Les points faibles de la campagne

Vision des encadrants : les points faibles de la campagne classés par items (Nombre de fois mentionnées)



Intervenants

4

- 2 : Vocabulaire du pompier trop familier/vulgaire
- 1 : Favoriser les cas réels plutôt que les discours (ex pompier : plutôt une intervention extérieure qu'un discours (appel de secours, faire en sorte que les élèves soient impliqués)
- 1 : Absence de parents d'élèves ce qui permettrait de prolonger les messages

Déroulement

72

- 14 : Coordination/gestion du temps (ex : anticipation de la venue des gendarmes, délai entre vidéo et exercices trop longs, ne tient pas en une heure, répartition du temps entre les acteurs, suite des actions illogique)
- 14 : Trop d'élèves par sessions (Cars trop petits pour contenir plusieurs classes, trop nombreux pour la discussion dans le bus, bruit et distance ne permettent pas une bonne écoute, information préalable avant mise en situation)
- 8 : Un peu court pour intégrer tous les messages (1h d'intervention = trop court pour assimiler correctement)
- 4 : Manque d'exemples concrets et de situations
- 3 : Côté ludique : ce n'est pas un jeu!/Manque de sérieux dans les exercices
- 2 : Agitations des élèves le vendredi en dernière heure
- 2 : Exercice d'évacuation : manque de réalisme (fumigènes inoffensifs)
- 2 : Manque d'échange avec les professionnels
- 2 : Manque de précisions au niveau des consignes
- 2 : Manque de temps pour les questions des élèves (débat après vidéo)
- 2 : Message de sécurité de base pas assez martelés pour un public de 6ème (enfants ont besoin de répétitions)
- 2 : Obliger de prendre des heures sur des cours (début d'année : beaucoup de travail)
- 2 : Une heure d'intervention : un peu long
- 2 : Vidéo peu visible
- 1 : Exercice d'application aurait gagné à être plus en situation (bus en déplacement)
- 1 : Exercice d'évacuation devrait être fait plus de deux fois
- 1 : Exercice d'évacuation n'a pas eu lieu
- 1 : Explications un peu trop imagées et longues
- 1 : Manque d'implication des professeurs principaux
- 1 : Mise en avant des coûts de remise en l'état
- 1 : Mise en avant des coûts de transport (financé par le conseil général/famille)
- 1 : Passivité des élèves face aux interventions des intervenants
- 1 : Prolongation logique : appliquer les consignes et apporter une action répressives aux contrevenants
- 1 : Trop axé répressif -> viser la préventions
- 1 : Utilisation pratique du marteau et de l'extincteur

Supports en général

7

- 1 : Erreurs dans le questionnaire
- 1 : Côté marchand (stylos offerts)
- 1 : Un support papier serait intéressant en fin de campagne
- 1 : Manque de documents multimédia pour susciter l'intérêt
- 1 : Questionnaire : papier glacé inadapté
- 1 : Un support (diaporama ou vidéo) avec des images "chocs" aurait eu plus d'impact
- 1 : Certains 6ème ne comprennent pas le questionnaire

Point de vue élèves

44

- 19 : Elargir la campagne 5ème et/ou 4ème et/ou 3ème (entre autre lorsque les élèves doivent passer plusieurs heures en car : voyages, caractère actuel trop ponctuel, pour plus d'impact)
- 5 : Ponctuel : aurez plus d'impact avec de la récurrence/conseils directement oubliés
- 3 : Rappel en 4ème/3ème (/+ accent civisme sur le transport)
- 3 : Vocabulaire des intervenants parfois trop compliqué
- 2 : Peu de choses retenues/campagne rapidement oubliée
- 1 : Campagne qui devrait être accompagnée de mesures de sanction en cas de manquement de sécurité
- 1 : A court terme les élèves de 6ème ne voient pas l'utilité (c'est plus approprié aux 4ème/3ème)
- 1 : Faire des piqûres de rappel dans l'année
- 1 : Mieux cadrer les questions posées aux élèves
- 1 : Elèves qui ne font pas la relation entre la campagne et le réel
- 1 : Trop d'informations
- 1 : Discours incohérent avec la réalité sur certains points (consignes d'évacuation difficiles à respecter en cas d'incendie, manque de ceinture dans le bus, sur effectif)
- 1 : Insister plus sur le port obligatoire et l'utilité de la ceinture de sécurité
- 1 : Pas assez choquant ou parlant
- 1 : Comportement post campagne : élèves ne mettent pas la ceinture
- 1 : Peu de résultats
- 1 Campagne non intégrée dans le programme scolaire (sécurité = thème de 5ème)

DVD/Vidéo

12

- 2 : Certains élèves ont été choqués trop fortement par les images (jusqu'aux larmes parfois)
- 2 : Film en 3D : limite du ridicule (les enfants ont rigolés pendant la simulation d'accidents)
- 2 : Pas assez percutant/à revoir : manque de témoignages d'accidentés / la campagne télévisée "un accident n'arrive jamais par hasard" : modèle à suivre
- 2 : Manque de crédibilité au niveau des personnages et du dialogue
- 1 : Film 2 : peu pertinent
- 1 : Manque une vidéo sur les dangers des différents transports scolaires
- 1 : Prévenir les élèves avant visionnage de la violence des images
- 1 : La campagne télévisée "un accident n'arrive jamais par hasard" : modèle à suivre

Principaux aspects à reconsidérer

Organisation du déroulement de la campagne

Certains aspects dans le déroulement ont été recensés par 72 personnes comme négatif. Dans cet item, la coordination, la gestion du temps des interventions et l'interactivité, ont été problématiques selon 14 personnes. En ce sens, 8 personnes ont qualifié le temps d'intervention d'une heure de « trop court pour une assimilation correcte ».

D'autre part, sur le plan organisationnel, 14 autres répondants ont considéré qu'il y avait trop d'élèves par session, ce qui était nuisible à une écoute et un déroulement optimum.

Elargissement de la campagne

Par rapport aux élèves, il a été regretté par 19 encadrants que la campagne ne soit pas élargie aux classes supérieures. Dans le même sens, 5 personnes ont estimé qu'il y avait un manque de récurrence et que les messages ponctuels avaient tendance à être très rapidement oubliés.

Préconisations de l'ESCI JC

Au vue des résultats de l'étude, la **campagne est efficace et utile**. Les messages importants sont visiblement bien passés. Le double ciblage de cette étude a été très important car il permet de confronter, de mettre en parallèle la vision des élèves concernés et celle des enseignants. Par ce biais, au terme de l'analyse des **réponses complémentaires** des deux cibles de cette étude, il semble nécessaire d'orienter les axes de progrès vers :

1. les moyens de communication

- a. il apparaît que les supports soient à refondre, notamment sur le plan visuel (vidéos, photos, supports pédagogiques type livret, etc.). La vidéo a été perçue comme importante grâce à une sensibilisation par le choc marquée, mais quelques modifications ciblées permettraient à ce support d'impacter encore plus l'auditoire.
- b. les intervenants sont indéniablement des piliers fondamentaux de la campagne. Cependant il semble nécessaire que la pédagogie employée soit la plus adaptée possible au public, qui est composé d'enfants de 11-12 ans.

2. l'organisation des sessions

- a. le temps imparti et la taille des groupes de chaque module se révèlent être des paramètres importants à réexaminer pour l'optimisation de la campagne.
 - b. le cheminement des liens entre les modules a parfois été une source de désorganisation et de baisse d'impact dans les messages. L'articulation des modules est donc un effort à fournir pour une campagne plus homogène.
 - c. les contenus gagneraient à être plus orientés sur l'effet d'expérience et le concret (mises en situation, ateliers, exemples, etc.)
 - d. pour toujours plus d'efficacité, le mélange combinant l'aspect ludique et l'aspect informationnel paraît être un axe à suivre
3. Le fossé entre le théorique et le réel
- a. aspects matériels

Conclusion

Limites

- Qualité d'apport avec rationalité « limitée »
- Implication du corps enseignant via une préparation en amont de la campagne, aux divers sujets abordés avec les élèves (notamment la vidéo)

Collaboration constructive

L'ESCI Junior Consulting a travaillé avec le Conseil Général dans un contexte gagnant-gagnant. En effet, notre collaboration pour ce projet, porté et mené par l'équipe de M.THEURIAUX et Mme RUTY, nous a permis d'appréhender plusieurs situations.

Depuis la considération du besoin exposé par Mme RUTY, en passant par des étapes d'envergures comptant le recueillement/traitement/analyse de plus de 5400 questionnaires, jusqu'à la présentation des résultats aux représentants des diverses organisations publiques ou privés impliquées dans la campagne, nous avons pu progresser en mode projet dans d'excellentes conditions, grâce à des échanges dynamiques et constructifs. Il s'agit là de facteurs clés qui ont permis de mener à bien ce projet commun.

En outre, nous avons cherché à apporter au Conseil Général notre réactivité nécessaire pour obtenir des réponses les plus exhaustives possibles afin d'avoir une vision complète et refléter fidèlement la perception des élèves et des encadrants de cette campagne via cette étude d'impact à la sensibilisation de la sécurité dans les transports scolaires.

Fort de cette concrétisation que nous jugeons pédagogiquement bénéfique, nous espérons que l'ESCI Junior Consulting sera de nouveau sollicitée par le Conseil Général de l'Ain, dans le cadre d'autres projets d'envergure.