



Un cadre pour l'accélération de l'engagement des jeunes envers les mesures de sécurité routière

Supporté par



AUTEURE
Umayangga Yogalingam

FÉVRIER 2023

Remerciements

Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière

Le Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière est le comité consultatif de la jeunesse de Parachute. Il est composé de 20 jeunes de 15 à 24 ans venus de tout le Canada. Assurer la coprésidence du projet Pour les jeunes conducteurs, par les jeunes conducteurs avec ce groupe de jeunes passionnés, engagés et avisés a été une expérience particulièrement enrichissante. Nous tenons à remercier les membres du conseil des jeunes pour leur généreuse contribution à la coprésidence de ce projet, qui a bénéficié de leur temps, de leur expertise et de leurs expériences.

Leila Bautista (Dartmouth, Nouvelle-Écosse)

Justine Crevier (Ville de Québec, Québec)

Sarah D'Amours Thompson (Montréal, Québec)

Aidan D'Souza (Toronto, Ontario)

Benjamin Fedoruk (Murillo, Ontario)

Janaya Gerwing (Saskatoon, Saskatchewan)

Keana Gigliotti (Red Deer, Alberta)

Kayleigh Jeanveau (Sudbury, Ontario)

Shiv Jhattu (Caledon, Ontario)

Spécialistes

Les spécialistes des transports et de la mobilisation des jeunes suivants ont généreusement contribué à la création de ce cadre en s'appuyant sur leur expertise.

Clinton D'Souza (Marsh McLennan Insurance / Compagnie d'assurances Marsh McLennan)

Matt Evans (Ontario Students Against Impaired Driving / « Étudiants de l'Ontario contre la conduite avec facultés affaiblies »)

Carl Fakeley (Société d'éducation des conducteurs D2L / D2L Driver Education Ltd.)

Liane Fransblow (Hôpital de Montréal pour enfants, programme de prévention des blessures)

Anne Marie Hayes (Teens Learn to Drive / « Les ados apprennent à conduire »)

Dr. Sherry Huybers (Dalhousie University / Université Dalhousie)

Sana' Khasawneh (Youth for Road Safety / « Les jeunes pour la sécurité routière »)

Sylvia Larke (Société Springboard, cours Weed out the Risk « Éliminer le risque de la marijuana »)

Dawn Regan (Mothers Against Drunk Driving Canada / « Mères contre l'alcool au volant, Canada »)

Brandy Tanenbaum (Centre Sunnybrook des sciences de la santé, programme P.A.R.T.Y. « Prévention des traumatismes liés à l'alcool et aux risques »)

Peter Wytka (arrive alive DRIVE SOBER / « arrivez en vie, CONDUISEZ SOBRE »)

La table des matières

Remerciements	2
La table des matières	3
Renseignements généraux	4
Méthodologie.....	6
Le cadre.....	7
Principes directeurs	8
Mobilisation significative des jeunes	8
• Équité, diversité, inclusion et accessibilité	9
• Perspective de réduction des méfaits.....	9
Domaines de priorité	10
• Partenariat avec les jeunes	10
• Communication auprès des jeunes.....	12
• Mesures d'action sociale auprès des jeunes	16
• Développement des capacités des jeunes	20
• Promotion assurée par les jeunes	24
Conclusion	27
Références.....	28
Annexe A :	
Sommaire des recommandations du cadre	30

Renseignements généraux

Les collisions sur la route sont la troisième cause de mortalité des jeunes de 15 à 24 ans au Canada. Les jeunes et les jeunes adultes perdent aussi la vie dans des collisions à une fréquence plus élevée que tout autre groupe d'âge de moins de 75 ans (Statistique Canada, 2020). De plus, les jeunes représentent 25 % de l'ensemble des blessures et des décès en lien avec la circulation routière, alors qu'ils ne représentent que 13 % des titulaires de permis de conduire au Canada. Les collisions routières représentent un risque grave pour le bien-être et la qualité de vie des jeunes au Canada. De nombreux jeunes, en particulier en dehors des grands centres urbains qui disposent de réseaux de transports publics solides, se déplacent principalement avec des véhicules motorisés du fait de leur caractère pratique, de leur efficacité et du manque d'autres possibilités en matière de moyen de transport.

Les comportements de conduite dangereux que les jeunes risquent fortement d'adopter comprennent la distraction au volant, les excès de vitesse et la conduite sous l'emprise de la fatigue. Distraction au volant – Ce comportement inclut la rédaction de SMS et la consultation des réseaux sociaux au volant, la musique forte, l'influence des passagers et l'inattention. Il a été cité par les jeunes qui ont participé à ce projet comme l'un des problèmes de sécurité routière les plus prévalents chez les jeunes de 15 à 24 ans. Parmi les autres comportements dangereux des jeunes, on peut citer la conduite sous l'influence de l'alcool ou du cannabis, les comportements de conduite agressifs ou imprudents, et l'utilisation inadéquate ou absente de la ceinture de sécurité. La communication auprès des jeunes aux fins de sensibilisation et d'éducation comporte des difficultés et des occasions uniques par rapport aux actions menées auprès d'autres groupes démographiques. De nombreux facteurs influencent les comportements de conduite des jeunes et les

exposent particulièrement aux risques de blessure et de décès. Les principaux facteurs comprennent : les croyances et les perceptions des jeunes relatives aux comportements de conduite et à la sécurité routière, leurs expériences et leurs connaissances dans le domaine de la conduite, les normes sociales, l'influence des pairs, l'influence des parents, le développement cérébral, l'état émotionnel, les facteurs cognitifs, la personnalité, les facteurs démographiques, l'adoption d'autres comportements à risque, les événements qui surviennent dans l'environnement de conduite et les facteurs systémiques.

Outre les conséquences les plus directes des blessures et des décès dus à des collisions routières chez les jeunes, d'autres conséquences affectent divers aspects de la vie des jeunes. Ces conséquences comprennent le poids psychologique des collisions routières pour les jeunes concernés et leurs familles, ainsi que les coûts financiers liés aux factures médicales, la réparation des véhicules et les dégâts matériels. Sans surprise, la sécurité routière a des effets vastes sur les jeunes et sur la société dans son ensemble.

On constate une nécessité de réorienter la conversation de façon à mettre fin à la culpabilisation des jeunes victimes de ces incidents en rejetant la faute de l'insécurité des routes sur eux, et pour donner aux jeunes des outils propices à l'amélioration de la situation en mettant à leur disposition les connaissances, les compétences et les stratégies qui leur permettront d'adopter des comportements et des pratiques de conduite plus sécuritaires de se faire les partisans de changements systémiques au sein de leurs communautés pour parvenir à une meilleure sécurité pour tous sur les routes. La deuxième décennie d'action pour la sécurité routière de l'Organisation mondiale de la Santé, dont l'objectif est de réduire le nombre de décès et de blessures en lien avec la circulation

routière d'au moins 50 % d'ici 2030, reconnaît maintenant que les jeunes sont des intervenants qui peuvent influencer la sécurité routière, ce qui montre que l'on commence à observer cette réorientation de la conversation dans le monde entier (Organisation mondiale de la Santé, 2021).

Pour garantir le statut des jeunes à titre d'intervenants à part entière dans le domaine de la sécurité routière, les organisations doivent établir des partenariats avec les jeunes et interagir avec eux de façon profonde et durable, et mettre en œuvre et évaluer des programmes de sécurité routière. Cette perspective peut être intimidante pour de nombreuses raisons, notamment en cas de manque de connaissances sur les pratiques prometteuses pour la mobilisation des jeunes, de déficit budgétaire, de limitation du temps et des ressources disponibles pour la mobilisation des jeunes, de manque d'adhésion au sein de l'organisation quant à l'importance de la mobilisation des jeunes et de refus de percevoir les jeunes comme des experts capables de contribuer de façon significative à l'avancement de la sécurité routière. Bien qu'un volume important de ressources soit dédié à la mobilisation des jeunes en général, on constate un manque de stratégies et de ressources criant pour la mobilisation des jeunes dans le domaine de la sécurité routière, dans un monde transformé par la pandémie de COVID-19.

Souvent, les jeunes ne considèrent pas que la sécurité routière est un sujet important et appelant des mesures urgentes. Toutefois, certains jeunes ont cité la visibilité d'un sujet de société comme un facteur contribuant à l'intérêt qu'ils portent à ce dernier. Un sujet devient plus important à leurs yeux s'ils entendent leurs parents ou leurs pairs en parler, s'ils le voient apparaître sur les réseaux sociaux et s'ils entendent des histoires vraies et des statistiques sur ce sujet. La possibilité de recevoir une éducation en profondeur sur un sujet de société et de le comprendre entièrement grâce à des documents accessibles, faciles à comprendre et intéressants contribue aussi à l'intérêt que l'on porte à ce sujet. Les jeunes ont indiqué que la participation à la mise en œuvre d'un changement positif par l'application de mesures concrètes et tangibles est un facteur de motivation important en faveur d'une mobilisation autour d'un sujet de société, tel que la sécurité routière.

En reconnaissance de la nécessité de mettre en œuvre de nouvelles stratégies novatrices pour communiquer auprès des jeunes et les mobiliser, le projet Pour les jeunes conducteurs, par les jeunes conducteurs de Parachute a été créé pour offrir aux intervenants de la sécurité routière un cadre et des outils de mise en œuvre connexes pour mobiliser les jeunes Canadiens de 15 à 24 ans et exercer une influence positive sur leurs connaissances, leurs attitudes et leurs comportements en matière de conduite et de sécurité routière. Bien que les changements de comportement constituent un facteur du renforcement de la sécurité sur les routes, les intervenants de la sécurité routière devraient s'efforcer d'appuyer et d'améliorer les facteurs systémiques qui affectent la sécurité des jeunes sur les routes, notamment en ce qui concerne les politiques, la réglementation, les mesures d'ingénierie, l'application des lois et la technologie. Ces aspects systémiques pour l'amélioration doivent aussi être abordés en partenariat avec les jeunes pour parvenir à terme à des routes plus sûres, non seulement pour les jeunes, mais pour toutes les populations.

Pour les jeunes conducteurs, par les jeunes conducteurs

La coprésidence du projet est aussi assurée par le Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière, avec pour objectif de réduire efficacement la fréquence des décès sur la route chez les jeunes conducteurs en collaborant avec de jeunes Canadiens de 15 à 24 ans pour :

- comprendre les catalyseurs, les obstacles, les attitudes et les perceptions qui affectent les comportements de conduite sécuritaires des jeunes conducteurs;
- définir de nouvelles possibilités et moyens de renforcement de la sensibilisation des jeunes aux questions de sécurité routière, en mettant particulièrement l'accent sur les solutions axées sur la technologie et les communications;
- créer un cadre et des outils qui guideront la mobilisation des jeunes conducteurs et de leurs passagers dans les initiatives de sécurité routière de Parachute.

CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Le Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière, un comité consultatif de la jeunesse composé de jeunes de 15 à 24 ans, a assuré la coprésidence du projet Pour les jeunes conducteurs, par les jeunes conducteurs. L'objectif du Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière est de mobiliser l'expertise et les voix des jeunes et de les intégrer aux programmes de sécurité routière de Parachute axés sur la jeunesse. Le point de vue des jeunes est fondamental et indispensable pour garantir

la qualité et la valeur des programmes de sécurité routière de Parachute axés sur la jeunesse et, à terme, pour renforcer la santé des jeunes partout au pays. Le conseil représente un engagement pour garantir que les programmes sont conçus, mis en œuvre et évalués au bénéfice des jeunes et en collaboration avec eux. Le cadre, qui représente la théorie du changement du projet, ainsi que les outils et les ressources employées pour la collecte des données en vue de l'élaboration du cadre, ont été créés en collaboration avec le Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière.

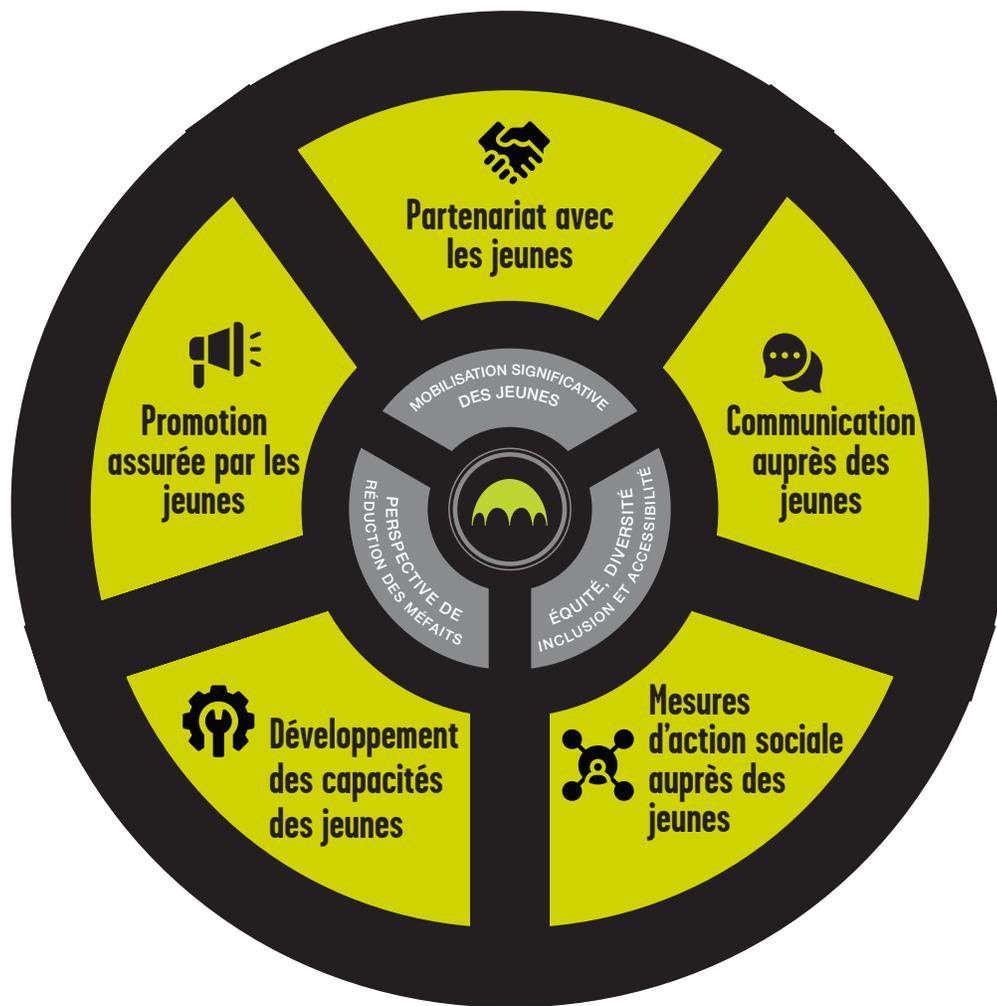
Méthodologie

Les principes directeurs du cadre, ses domaines de priorité et ses recommandations ont été influencés par les activités de collecte de données suivantes pour s'assurer que cet outil, dont l'élaboration est fondée sur des données probantes, pourrait être appliqué dans des contextes divers.

- **Un examen de la littérature et une analyse du contexte** ont été réalisés en novembre et en décembre 2021. L'examen de la littérature et l'analyse du contexte résument les conclusions relatives aux facteurs qui influencent le comportement de conduite des jeunes, l'engagement des jeunes et les stratégies de partenariat pour les programmes de promotion de la santé et de prévention des blessures ainsi que sur les outils et plateformes utilisés pour mobiliser les jeunes dans le cadre de programmes de promotion de la santé et de prévention des blessures. Les conclusions de 120 articles de journaux anglophones et de 14 sources de la littérature grise entre 2016 et 2021 ont été extraites et analysées pour créer un rapport sommaire, rédigé en français et en anglais. Ce rapport visait

à renforcer la compréhension des pratiques exemplaires en matière de mobilisation des jeunes dans le domaine de la sécurité routière et à contribuer aux sujets clés concernant les outils de collecte de données.

- **Un sondage national sur la sécurité routière des jeunes** a été réalisé en mai et en juin 2022. Son objectif était de cerner les idées et les perceptions des Canadiens de 15 à 24 ans quant aux comportements de conduite sécuritaires, leurs comportements sur la route, les facteurs et les personnes qui influencent leurs comportements de conduite et les sources d'information fiables sur le sujet de la sécurité routière. En tout, 224 jeunes Canadiens ont participé au sondage : 204 personnes ont répondu au sondage en anglais, et 17 personnes ont répondu au sondage en français. Les participants au sondage venaient de 10 provinces et d'un territoire : la plupart d'entre eux vivaient en Ontario, au Québec, en Alberta et en Colombie-Britannique.
- On a réuni des **groupes de consultation**



tous les mois avec le Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière pour explorer en profondeur des sujets divers en lien avec la sécurité routière et la mobilisation des jeunes. On a créé dix groupes de consultation, et on a étudié des sujets tels que les préférences des jeunes en matière de réseaux sociaux, les éléments des publicités en faveur de la sécurité routière qui trouvent un écho parmi les jeunes, ainsi que les pratiques exemplaires pour la communication et la promotion de la sécurité routière auprès de la jeunesse.

- **Des entrevues menées par des pairs**, assurées par des membres du Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière, ont été réalisées en juillet et en août 2022 pour sonder en profondeur les opinions des jeunes sur la sécurité routière, les comportements de conduite et la mobilisation des jeunes. Les membres se sont appuyés sur un guide d'entrevue, dont la rédaction avait été commune et comportant des questions ouvertes

comme fermées, pour procéder à des entrevues avec un à trois de leurs pairs âgés de 15 à 24 ans. Ils ont pris des notes lors de ces conversations.

- **Des entrevues menées auprès d'experts** ont aussi été réalisées. Elles concernaient 11 personnes, venues de tout le pays, spécialisées dans la sécurité routière et faisant appel aux jeunes au sein de leur organisme. On a interrogé ces experts sur les sujets de la sécurité routière, des pratiques exemplaires pour la mobilisation des jeunes et sur leurs points de vue quant aux comportements de conduite des jeunes. Ces entrevues étaient fondées sur un guide élaboré en collaboration avec le Conseil canadien des jeunes pour la sécurité routière.

Le cadre

Les objectifs de ce cadre sont les suivants :

- aider les intervenants de la sécurité routière canadiens à comprendre ce qui constitue une mobilisation significative des jeunes, ainsi que l'importance et les bénéfices de cette mobilisation pour améliorer la sécurité routière;
- améliorer la compréhension des intervenants de la sécurité routière quant aux solutions fondées sur la technologie et sur la communication pour toucher les jeunes conducteurs et leurs passagers;
- armer les intervenants de la sécurité routière de stratégies et de pratiques efficaces pour appuyer la mobilisation des jeunes dans le cadre de leurs programmes et initiatives en faveur de la sécurité routière.

Le cadre se compose de trois principes directeurs, cinq domaines de priorité et des recommandations relatives à chacun de ces domaines. Les domaines de priorité ne sont pas forcément des catégories distinctes : elles peuvent se recouper et s'appuyer les unes sur les autres. Elles apparaissent comme des catégories distinctes pour représenter visuellement les divers éléments nécessaires à la mobilisation des jeunes dans le domaine de la sécurité routière. Les organismes peuvent choisir les éléments du cadre qu'ils souhaitent mettre en œuvre pour l'adapter au mieux à leur mandat et à leurs objectifs. Les recommandations décrites dans le cadre sont fondées sur des thèmes récurrents dans les données recueillies pour ce projet. Il s'agit de stratégies qui, d'après les jeunes comme les experts de la sécurité routière et de la mobilisation de la jeunesse, mèneront à des changements des connaissances, des attitudes et des comportements des jeunes conducteurs.

Principes directeurs

Il s'agit de principes à appliquer à tous les aspects de la mobilisation des jeunes dans le cadre des programmes de sécurité routière et qui peuvent contribuer à l'orientation des efforts en la matière. Ces trois principes directeurs étaient des thèmes

importants et récurrents lors de toutes les activités de collecte de données, et de nombreuses personnes considéraient qu'il serait nécessaire de réorienter la mobilisation des jeunes dans les programmes de sécurité routière vers un modèle durable, influent et qui leur donne les outils pour agir par eux-mêmes. On encourage les organismes à définir la signification de chacun des principes directeurs dans le contexte de leur propre environnement et à établir des politiques et des procédures qui garantiront le respect de ces principes directeurs.

MOBILISATION SIGNIFICATIVE DES JEUNES

Une mobilisation significative des jeunes dans les programmes de promotion de la santé et de prévention des blessures mènera à une santé et une sécurité accrues pour la jeunesse et à un renforcement de l'efficacité des programmes. Une mobilisation significative des jeunes met à disposition de ces derniers de nombreuses possibilités de mettre leurs compétences en pratique, y compris en matière de leadership dans un contexte réel, de prendre des décisions qui ont une incidence sur leur vie quotidienne et pousse les organismes à reconnaître la valeur de leur voix pour influencer leurs communautés (Ramey et coll., 2019). Les activités de mobilisation des jeunes favorables à leur autonomisation et à l'intégration d'un sentiment d'indépendance dans cette population comportent trois éléments : le développement des compétences, la mise à disponibilité de possibilités et la conscience critique (Cardarelli et coll., 2021).

Les exemples de mobilisation significative des jeunes dans le domaine de la sécurité routière peuvent comprendre des modifications de l'environnement bâti, la diffusion de renseignements et de ressources sur les comportements sécuritaires auprès de leurs pairs et au sein de leurs réseaux, ainsi que la création de programmes visant à répondre à des besoins précis pour la sécurité routière (Vision Zero for Youth [Vision Zéro pour la jeunesse], pas de date). Les

intervenants peuvent adopter de nombreux modèles et théories pour la mobilisation des jeunes en appui de leur action, notamment avec la théorie sociale critique de l'autonomisation des jeunes (Jennings et coll., 2006), le développement positif des jeunes (Hinson et coll., 2016) et le modèle de McCain pour la mobilisation des jeunes (Heffernan et coll., 2017).

Bien qu'une mobilisation significative des jeunes dans le domaine de la sécurité routière puisse prendre des formes différentes en fonction du contexte et des ressources disponibles, certaines stratégies décrites par les spécialistes et les jeunes reçus en entrevue dans le cadre de ce projet sont mentionnées couramment.

- **Trouver les jeunes là où ils sont :** On ne peut pas attendre des jeunes qu'ils prennent l'initiative de rechercher des renseignements sur la sécurité routière et des possibilités de mobilisation. Ils peuvent être trop occupés, manquer d'intérêt à l'égard du sujet, ne pas être suffisamment informés, ou ne pas être en mesure d'accéder aux ressources et aux renseignements. Les organismes peuvent s'efforcer de faciliter l'accès des jeunes à l'information sur la sécurité routière en allant les trouver là où ils se trouvent. Par exemple, il peut s'agir d'établir des relations avec des organismes communautaires, des écoles de la région et d'autres lieux dans lesquels les jeunes sont souvent mobilisés pour atteindre notamment ceux qui, parmi eux, sont particulièrement exposés aux conséquences négatives des collisions routières. Il peut aussi s'agir de communiquer avec les jeunes sur les plateformes qu'ils utilisent souvent, telles qu'Instagram, TikTok, YouTube, Snapchat et Discord.
- **Traiter les jeunes comme des preneurs de décisions experts :** Les jeunes connaissent au mieux leurs besoins, ainsi que leurs lacunes en matière de connaissances et de compétences. En assignant aux jeunes les étiquettes de victimes ou de fauteurs de troubles sur la route dans le contexte du sujet complexe et multiforme de la sécurité routière, il existe un risque de créer une prophétie autoréalisatrice : les jeunes accepteraient alors les rôles qui leur sont attribués dans ce domaine, menant à un manque de motivation et d'efforts ainsi qu'à une nécessité

de modifier des comportements de conduite dangereux. Cette situation peut aussi mener des organismes à perdre leur crédibilité auprès des jeunes et à faire perdre à ces derniers tout intérêt envers ce que les organismes en question ont à dire. En reconnaissant aux jeunes le statut de preneurs de décisions experts plutôt que celui de simples récipiendaires, on peut fournir des outils aux jeunes qui mettent en œuvre des changements au sein de leurs communautés.

- **Offrir aux jeunes des possibilités de mobilisation diverses :** Les jeunes ont de nombreuses priorités, des aptitudes et des expériences différentes, et peuvent être plus ou moins à l'aise pour participer. En offrant aux jeunes des possibilités de renforcement de leurs connaissances et de leurs compétences en lien avec la circulation routière, on peut améliorer la portée des actions en la matière et renforcer l'intérêt envers la sécurité routière. Les jeunes peuvent entrer en contact avec les renseignements et les compétences en lien avec la sécurité routière par l'intermédiaire de l'art, de la musique, de l'apprentissage par le théâtre, de la création de contenu, de la défense des droits et plus encore. Il s'agit aussi de minimiser les obstacles à la participation, par exemple en mettant à disposition des outils et en éliminant ou en atténuant les coûts que les jeunes doivent engager directement pour participer à ces efforts.
- **Adopter un langage, des intérêts et des tendances qui parlent aux jeunes :** Les jeunes sont nombreux à ne pas apprécier de crouler sous les données, dans la mesure où ce mode de communication ne favorise pas l'intégration de l'information et peut sembler impersonnel. On recommande d'éviter d'utiliser un langage spécialisé ou des sigles qui peuvent ne pas correspondre aux connaissances du jeune public visé, ou bien de les expliquer le cas échéant. Il peut aussi être plus facile d'expliquer des concepts complexes en utilisant des analogies et des exemples pertinents pour les jeunes. On peut demander à des jeunes de passer en revue le contenu créé avant de le diffuser afin de s'assurer qu'il est adapté à un public jeune.

ÉQUITÉ, DIVERSITÉ, INCLUSION ET ACCESSIBILITÉ

Les jeunes ne constituent pas une population homogène. L'intersection des identités implique que différentes populations de jeunes ont des besoins différents. On recommande aux organismes de tenir systématiquement compte des inégalités auxquelles certains jeunes sont confrontés en matière d'accès aux transports et de bien-être du fait d'obstacles systémiques en lien avec l'identité ethnique, le statut socioéconomique, le statut d'immigration, le genre, l'âge, le handicap et la région de résidence, entre autres facteurs. Par exemple, les dangers de la conduite sur des routes verglacées dans des réserves isolées nécessitent des ressources dédiées, uniques et accessibles pour limiter les conséquences négatives pour les jeunes Autochtones, telles que la noyade. De la même façon, les nouveaux arrivants originaires de pays dans lesquels les règles de circulation et les types de véhicules utilisés sont très différents sont eux aussi confrontés à des difficultés uniques pour utiliser les routes canadiennes. Outre la mort et les blessures, les routes et les comportements de conduite dangereux peuvent constituer des obstacles pour les populations de jeunes mal desservies pour accéder à des services importants et vis-à-vis de nécessités telles que les soins de santé, l'emploi et l'éducation.

On encourage les organismes à perfectionner leur compréhension des conditions inégales auxquelles les populations de jeunes mal desservies parmi leur public cible sont confrontées et à faire preuve d'initiative pour créer et mettre en œuvre des activités visant à améliorer leur accès et leurs possibilités lors de la planification, de la mise en œuvre et de l'évaluation des programmes de sécurité routière dont l'objectif est de répondre à leurs besoins en la matière. En fonction des besoins du public cible de chacun des intervenants, la création d'interventions particulières à l'intention des populations de jeunes conducteurs, plus exposées aux comportements de conduite à risque, peut être nécessaire pour influencer efficacement leur compréhension et leurs connaissances relatives aux comportements à risque et à la sensibilisation à ces risques. On peut par exemple citer, parmi les interventions de sécurité routière à l'intention d'une population précise, la création d'une visite guidée à

l'intention des jeunes nouveaux arrivants à Surrey, en Colombie-Britannique. Cette intervention a mobilisé de jeunes nouveaux arrivants, une population plus exposée que la moyenne aux risques de blessures et de décès sur la route, avec la création d'une visite à pied qui encourage des conversations sur le sujet de la sécurité routière et l'échange de ressources entre les jeunes et leurs familles, et mène à une amélioration de leur bien-être grâce à la création de relations significatives au sein de la communauté. Les jeunes nouveaux arrivants de Surrey ont participé à la planification d'activités axées sur l'art, ainsi qu'à des conversations sur la visite à pied et la sécurité routière (Art On the Go [Art mobile], pas de date).

PERSPECTIVE DE RÉDUCTION DES MÉFAITS

Les experts de la sécurité routière et de la mobilisation des jeunes reçus en entrevue étaient nombreux à souligner la nécessité de l'adoption d'une perspective axée sur la réduction des méfaits pour établir des programmes de sécurité routière et créer des messages visant à prévenir la conduite avec facultés affaiblies chez les jeunes. Une perspective axée sur la réduction des méfaits s'éloigne d'un modèle entièrement fondé sur l'abstinence et reconnaît que certains jeunes conducteurs consommeront de l'alcool et d'autres substances.

Dans le contexte de la sécurité routière, la conduite avec facultés affaiblies est le comportement que nous souhaitons modifier, pas la consommation d'alcool ou de drogues. Les jeunes et les experts reçus en entrevue affirment avoir constaté que les « sermons » sur la consommation d'alcool et de drogues ainsi que sur la légalité de la consommation de ces substances dans le cadre de conversations sur la sécurité routière auprès des jeunes n'avaient que peu de chances de capter l'attention de ces derniers, qu'ils pouvaient mettre les jeunes qui consomment ces substances mal à l'aise et ainsi empêcher les messages sur la sécurité routière de les atteindre, et pouvaient entraîner de la confusion quant aux comportements que l'on tente de modifier.

L'adoption d'une perspective axée sur la réduction des méfaits dans le contexte de la sécurité routière implique la mise à disposition de stratégies concrètes à l'intention des jeunes pour leur permettre d'atténuer les torts liés aux risques immédiats pour

eux-mêmes et pour les autres après avoir consommé de l'alcool ou des drogues, sans nécessairement essayer de réduire la consommation d'alcool et de drogues (Ball, 2007). Cette approche mène à une déstigmatisation de la consommation de substances et aborde les réalités de la consommation d'alcool et de drogues chez les jeunes en fournissant des renseignements fondés sur des données probantes pour favoriser leur sécurité.

Domaines de priorité



PARTENARIAT AVEC LES JEUNES

« Les jeunes en âge de conduire veulent être traités comme des adultes, pendant une période au cours de laquelle ils gagnent en maturité et assument de nouvelles responsabilités. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Ce domaine de priorité présente les modalités d'un partenariat significatif avec les jeunes dans le contexte de la sécurité routière, ainsi que des stratégies pour y parvenir.

Un partenariat avec les jeunes exige l'investissement à long terme de ressources pour que des représentants de la jeunesse s'engagent dans tous les aspects de l'initiative, notamment en ce qui concerne la définition des objectifs, la prise de décisions et l'évaluation. Ils renforcent leurs compétences et leur capacité à accomplir le travail d'amélioration de la sécurité routière par eux-mêmes, et leurs pairs et leurs partenaires bénéficient de leur expertise ainsi que de leurs excellentes connaissances : on crée ainsi un mécanisme durable pour parvenir à une mobilisation des jeunes sur la durée dans le domaine de la sécurité routière. Les organismes peuvent

mettre en œuvre des partenariats avec les jeunes de différentes manières, notamment en formant des comités consultatifs de la jeunesse, en créant un réseau d'ambassadeurs des jeunes et en organisant des examens et des évaluations des besoins dirigés par des jeunes.

Recommandations

- Intégrer un partenariat avec les jeunes dans le plan stratégique.
- Établir un comité consultatif de la jeunesse en collaboration avec lequel assurer la création et la présidence des initiatives de sécurité routière.
- Collaborer avec un réseau d'ambassadeurs des jeunes.
- Faire participer les jeunes à l'évaluation des messages et des programmes en faveur de la sécurité routière.

Intégrer un partenariat avec les jeunes dans le plan stratégique.

« Je trouve que certains organismes se montrent presque condescendants avec les jeunes. D'après moi, on ne montre pas souvent aux jeunes le respect qui leur est dû, ce qui leur fait perdre tout intérêt pour de nombreux organismes. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

On reconnaît officiellement le statut d'intervenants des jeunes dans le cadre de la deuxième décennie d'action pour la sécurité routière de l'Organisation mondiale de la Santé, ce qui constitue un changement par rapport à la première décennie d'action pour la sécurité routière. Il est indispensable que les organismes de sécurité routière accordent la priorité à l'amélioration de la sécurité routière pour les jeunes générations. Un moyen d'y parvenir consiste à faire de l'établissement d'un partenariat avec les jeunes, qui ferait de ces derniers des partenaires compétents et égaux, un objectif stratégique. On s'assure ainsi que des ressources et des activités sont dédiées à la poursuite de cet objectif lors de la planification. On favorise ainsi la durabilité à long terme du partenariat avec les jeunes, et on exprime la position de l'organisme quant à la valeur de ce partenariat.

Établir un comité consultatif de la jeunesse en collaboration avec lequel assurer la création et la présidence des initiatives de sécurité routière.

« Il s'agit d'un excellent outil de renforcement des capacités de leadership pour les jeunes... Nous nous concentrons sur la sécurité routière, mais nous oublions que ces jeunes sont en train de devenir les adultes qui dirigeront le monde à l'avenir. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 4

Un comité consultatif de la jeunesse (CCJ) est un groupe de jeunes sélectionnés par des organismes pour travailler en partenariat avec ces derniers et, souvent, pour formuler des conseils sur les questions qui les affectent. Dans de nombreux domaines, les CCJ émergent comme un modèle populaire et organisé de mobilisation et de création d'un partenariat avec les jeunes. Idéalement, les membres des CCJ doivent, avec l'organisme, coprésider à la planification d'une initiative, à sa mise en œuvre et à son évaluation. Les CCJ constituent l'un des outils permettant aux organismes de fournir aux jeunes des outils pour le renforcement de compétences importantes de leadership et de défense des droits qui sont non seulement nécessaires pour permettre la formation de la prochaine génération de partisans de la sécurité routière, mais aussi pertinentes pour leurs objectifs personnels et professionnels.

Collaborer avec un réseau d'ambassadeurs des jeunes.

« Tellement de jeunes ont été terriblement affectés par des collisions routières : certains d'entre eux ont survécu à ces collisions, d'autres ont perdu un proche dans une collision fatale. Nous devons leur faire comprendre qu'ils ont un rôle à jouer du fait de leur connaissance intime du sentiment de perte causé par le décès d'un être cher sur la route et des conséquences des collisions routières »

– EXPERT INTERROGÉ N° 9

Les programmes d'ambassadeurs de la jeunesse forment des jeunes et leur offrent un mentorat et du soutien pour travailler au sein de leurs communautés pour y renforcer la sensibilisation et l'éducation sur les questions de sécurité routière. Les ambassadeurs sont au fait des tendances parmi leurs pairs, des types de messages auxquels ces derniers peuvent

être réceptifs et des meilleurs canaux sur lesquels communiquer avec eux. Les ambassadeurs sont souvent des personnes qui ont été affectées par des collisions routières, directement ou indirectement. Les ambassadeurs peuvent contribuer à la diffusion de messages en faveur de la sécurité routière de diverses façons, notamment :

- en créant une chaîne gérée par des jeunes sur YouTube et sur d'autres réseaux sociaux et plateformes numériques : on pourra y diffuser un contenu propice à la communication entre pairs – il s'agit d'une méthode efficace pour influencer les jeunes et les rendre réceptifs aux messages et aux renseignements sur la sécurité routière;
- en assurant la promotion et l'échange de ressources et de renseignements en faveur de la sécurité routière, ainsi que ceux de leurs expériences personnelles sur leurs propres comptes sur les réseaux sociaux;
- en assurant des programmes en personne en s'appuyant sur les ressources fournies dans des lieux destinés aux jeunes tels que les écoles et les centres communautaires.

Idéalement, les ambassadeurs devraient pouvoir déterminer par eux-mêmes la façon dont ils souhaitent diffuser les messages en faveur de la sécurité routière et élaborer une stratégie, et ils devraient pouvoir mettre ces plans en œuvre avec l'appui des organismes. On peut établir des mesures incitatives à l'intention des ambassadeurs avec la validation de la réalisation d'heures de bénévolat obligatoires, avec la délivrance d'une rétribution et avec le développement de compétences pertinentes pour les objectifs personnels et professionnels. Parmi les compétences importantes qu'ils peuvent perfectionner et renforcer, on peut citer l'organisation d'événements, la gestion de projets, les connaissances médiatiques, le marketing, l'art oratoire et le leadership.

On recommande de recruter des ambassadeurs dans lesquels les autres jeunes pourront se reconnaître, qui sont représentatifs de la population (en particulier les populations jeunes, qui sont particulièrement exposées aux comportements de conduite dangereux) et qui sont en mesure de présenter leurs expériences personnelles en lien avec la sécurité routière et les comportements de conduite. Quand

on recrute des ambassadeurs, il est aussi important de comprendre quelles périodes de la vie des jeunes sont particulièrement chargées et quels événements sont importants pour optimiser le recrutement et la mobilisation.

Faire participer les jeunes à l'évaluation des messages et des programmes en faveur de la sécurité routière.

« La chose la plus importante que j'ai apprise, c'est qu'il est indispensable d'évaluer les méthodes employées pour modifier les comportements. En fin de compte, il s'agit de comportements, et toute variable peut avoir ou non une influence. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 6

Il peut être compliqué de faire la démonstration de l'efficacité des programmes de sécurité routière, mais des partenariats avec les jeunes pour la réalisation d'évaluation peuvent fournir des perspectives importantes sur les lacunes en matière de connaissances et de compétences et sur les méthodes qui marchent auprès de la jeunesse. Ils donnent aussi aux jeunes la possibilité de renforcer des compétences personnelles et professionnelles importantes.

L'évaluation est cruciale pour définir l'efficacité de l'initiative pour la modification des comportements et l'atteinte des autres objectifs établis. De nombreux organismes de promotion de la sécurité routière ont recours à des enquêtes menées auprès des jeunes avant et après les interventions pour définir si elles ont eu un effet. Les experts de la sécurité routière ont cité la réalisation de ces enquêtes parmi les difficultés. Un accès rapide aux enquêtes, par exemple grâce à des codes QR ou à des plateformes conçues avec les jeunes à l'esprit telles que SurveyMonkey et Google Forms, peut mener à une participation plus large aux enquêtes. D'autres possibilités accessibles peuvent permettre à des jeunes handicapés ou atteints de blessures de participer, par exemple en offrant une assistance téléphonique pour les enquêtes. On peut créer des mesures incitatives à l'intention des jeunes : il peut par exemple s'agir de la chance de gagner un prix une fois les enquêtes préalable et postérieure à l'initiative remplies. On peut aussi définir la portée

et les chiffres relatifs à la mobilisation, organiser des groupes de discussion et observer les comportements pour évaluer l'efficacité.

En confiant la responsabilité de divers aspects des évaluations à des jeunes, avec l'appui de professionnels, on peut cultiver la solidité des partenariats établis avec les jeunes tout en permettant à ces derniers de renforcer leurs compétences, de s'investir dans les questions de sécurité routière et de voir des changements positifs. Les jeunes peuvent participer à la création d'outils adaptés à cette population, à la collecte et à l'analyse de données, à des séances de remue-méninges sur le sujet des stratégies de mobilisation des jeunes, à la création d'un rapport définitif ou à bien d'autres tâches. L'embauche de jeunes étudiants stagiaires peut aussi favoriser l'intégration des jeunes dans le processus, tout en éveillant leur intérêt pour les questions de sécurité routière.



COMMUNICATION AUPRÈS DES JEUNES

« ...nous nous efforçons d'utiliser des méthodes novatrices pour diffuser des messages en faveur de la sécurité routière auprès des jeunes : on ne peut pas présenter des statistiques et des renseignements avancés. Ces méthodes ne captent pas leur attention. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 9

Ce domaine de priorité concerne le choix de stratégies efficaces pour communiquer directement auprès des jeunes sur les questions de sécurité routière par le biais de médias classiques et numériques ainsi que des réseaux sociaux. On a demandé à des jeunes quels types de contenu, de ressources, de publicités et d'autres supports en lien avec la sécurité routière avaient retenu leur

attention, ce qui leur avait plu et ce qui leur avait déplu, et quels types de messages avaient une chance de résonner auprès d'eux à long terme et de potentiellement modifier leurs attitudes, leurs croyances et leurs comportements sur les sujets de la sécurité routière et des comportements de conduite. Les jeunes comme les experts ont mentionné la nécessité d'appliquer constamment un processus de consultation et de collecte de commentaires auprès des jeunes sur leurs méthodes de communication préférées dans le cas de la diffusion de renseignements et de messages sur la sécurité routière. Les jeunes participants, en particulier, considéraient que les organismes ne comprennent pas le public jeune, et que leurs tentatives en faveur d'une communication pertinente pour les jeunes et dans laquelle ils pourraient se reconnaître pouvaient souvent avoir l'effet inverse, créant un sentiment de « malaise » et de scepticisme auprès de ce public.

Recommandations

- Assurer la conception en collaboration avec des représentants des jeunes et tester les messages auprès d'eux.
- Rester à jour sur les préférences et les pratiques des jeunes vis-à-vis des réseaux sociaux et des médias numériques.
- Employer des stratégies de marketing social dans lesquelles les jeunes se reconnaissent.
- Employer des techniques narratives pour déclencher un sentiment d'empathie et modifier les attitudes des jeunes.

Assurer la conception en collaboration avec des représentants des jeunes et tester les messages auprès d'eux.

« De nombreuses publicités qui s'efforcent de parler aux jeunes sur un mode dans lequel ils se reconnaissent ont un effet inverse. Ces messages essaient de reproduire des tendances courantes chez les jeunes, mais les dénaturent jusqu'à engendrer un sentiment de malaise auprès du public cible, qui fuira à la simple vue de la publicité. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Il est important de diffuser des messages pertinents pour les jeunes et qui leur parlent pour renforcer leur sensibilisation et leur fournir les connaissances et compétences nécessaires pour parvenir à un changement de comportement. Les jeunes aiment le contenu factuel et propice à l'apprentissage présenté sous des formes créatives et amusantes. La conception de messages sur la sécurité routière en collaboration avec des jeunes peut permettre d'atteindre cet objectif et d'optimiser l'influence d'un organisme sur son public jeune. Les jeunes sont au fait des tendances les plus récentes, de la façon dont leurs pairs utilisent les plateformes et des tons crédibles pour la communication auprès d'un public jeune.

Il n'y a pas de façon correcte de développer des projets en partenariat avec les jeunes et de tester la communication auprès d'eux. Un processus de conception collaboratif peut être guidé par des stratégies et des modèles de mobilisation et de marketing social, par exemple avec l'approche de

conception axée sur l'utilisateur (Dwivedi, Upadhyay et Tripathi, 2012) et la dynamique de système fondée sur la communauté (Hovmand, 2016). On peut employer de nombreuses méthodes pour mobiliser les jeunes autour de la conception et de la mise à l'essai de messages relatifs à la sécurité routière, notamment en créant des groupes de discussion et en organisant des entrevues individuelles. Gardez le principe directeur suivant à l'esprit : mobilisation significative des jeunes en faveur des lignes directrices générales sur la mobilisation de la jeunesse dans la conception et la mise à l'essai collaboratives des messages sur la sécurité routière.

Nombre des experts reçus en entrevue ont parlé d'un manque de priorité accordée aux messages sur les sujets relatifs à la sécurité routière, que l'on considère comme relevant du bon sens, par exemple dans le cas de la conduite avec facultés affaiblies, par rapport aux générations précédentes. On recommande aux organismes de ne pas supposer que les jeunes disposent des connaissances et des compétences nécessaires à la prévention de la conduite avec facultés affaiblies simplement parce que les générations précédentes étaient massivement exposées à des messages autour de ce sujet. La conception et la mise à l'essai des messages en collaboration avec des représentants de la jeunesse peuvent permettre d'évaluer les connaissances et les lacunes des jeunes sur les sujets en lien avec la sécurité routière et les comportements de conduite.

Rester à jour sur les préférences et les pratiques des jeunes vis-à-vis des réseaux sociaux et des médias numériques.

« Il est important de se démarquer de ce qui existe actuellement. Efforcez-vous de vous placer à l'avant-garde des stratégies de communication. Il ne s'agit pas d'adopter des tendances de marketing émergentes : il s'agit d'inventer de nouvelles tendances. Ces efforts échoueront parfois, et seront parfois couronnés de succès, mais ce travail en vaut la peine. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Les préférences des jeunes en matière de réseaux sociaux, la fréquence de leur utilisation de ces réseaux, ainsi que leurs préférences quant aux

émetteurs des messages relatifs à la santé et à la sécurité routière et aux formats utilisés pour la diffusion de ces messages sont en changement constant. En demandant directement aux jeunes de formuler leurs préférences, les organismes peuvent s'assurer au mieux que leurs messages sur la sécurité routière atteindront un public jeune divers.

Les jeunes préfèrent les réseaux sociaux qui leur confèrent plus d'autonomie. Actuellement, les jeunes utilisent plus fréquemment Instagram, YouTube et Snapchat chaque jour ou chaque semaine plutôt que Twitter ou Facebook. D'ailleurs, selon le sondage national sur la sécurité routière des jeunes, 50 % des jeunes n'utilisent pas du tout Twitter et 36,7 % des jeunes n'utilisent pas du tout Facebook. D'autres réseaux sociaux sont populaires parmi les jeunes, tels que Reddit, Discord et BeReal. Instagram, YouTube et TikTok sont les trois réseaux sociaux que les participants au sondage utilisent pour trouver des renseignements sur la santé et la sécurité. Outre les réseaux sociaux, la plupart des jeunes trouvent des renseignements sur la santé et la sécurité auprès de leurs écoles, sur des sites Web, sur les médias traditionnels tels que la télévision, la radio et les journaux, ainsi que dans des contextes de soins de santé.

Les jeunes préfèrent les modes de communication interactifs et instantanés (Michel et coll., 2019). Les interactions sociales, les activités importantes, l'apprentissage de nouvelles compétences et connaissances ainsi que les prix ou le matériel publicitaire gratuit constituent des facteurs qui favorisent la mobilisation des jeunes (Marie Creamer, Hughes et Snow, 2020). Les jeunes ont tendance à être des consommateurs passifs de contenu et sont plus susceptibles d'interagir au moyen de clics et de « J'aime », mais ils hésitent davantage à prendre l'initiative de commenter, de partager des publications ou de publier du contenu d'utilisateur. La mobilisation par le biais du contenu sur les réseaux sociaux relève de la gestion de l'identité en ligne : les jeunes ont plus de chances d'interagir avec un contenu donné et d'appuyer le message qu'il porte si ce message correspond à leur image de marque personnelle. Les modes de mobilisation qui exigent peu d'effort, comme la publication d'un émoji dans les commentaires pour indiquer son approbation du message, peuvent également s'avérer

efficaces pour mobiliser les jeunes et accroître la portée du message (Guo et coll., 2020). Un accès facile à l'information peut aussi constituer une stratégie efficace pour renforcer les interactions des jeunes avec un contenu donné, par exemple avec l'utilisation de publicités et de liens à balayage vers le haut sur Snapchat et Instagram.

Employer des stratégies de marketing social dans lesquelles les jeunes se reconnaissent.

« De nombreuses [publicités] sont mélodramatiques et ne comprennent pas le public... les entreprises et les gouvernements ne comprennent pas le public jeune. »

– ENTREVUE ENTRE PAIRS

Le marketing social fait appel à des stratégies de marketing commercial pour faire la promotion de meilleurs résultats pour les personnes et la société grâce au changement des comportements (National Social Marketing Centre [Centre national du marketing social], 2022). Il est important de comprendre le public jeune pour établir avec exactitude et de façon fiable quelles méthodes ont des chances de retenir leur attention. On a demandé aux jeunes quelles caractéristiques des messages sur la sécurité routière (par le biais de publicités et de messages d'intérêt public) leur avaient plu, et lesquelles leur avaient déplu. On peut s'appuyer sur ces caractéristiques pour créer des messages plus efficaces qui peuvent mener à des changements de comportement ou à d'autres résultats souhaités :

- des messages fondés sur l'humour ou sur les tendances qui ont cours parmi les jeunes (par exemple en utilisant des jeux de mots, des sous-entendus et des références à la culture populaire);
 - Exemple : Compte Twitter de la police régionale de York (en anglais)
- des messages qui représentent la jeunesse et les tendances qui ont cours parmi les jeunes (des représentations stéréotypées, forcées et fondées sur des clichés peuvent faire perdre tout intérêt aux jeunes rapidement et mener à une perte de crédibilité);
- des messages qui font appel à des émotions, tels que des récits de survivants de collisions routières, présentant des scénarios probables sur les conséquences et des outils permettant aux

jeunes d'adopter des comportements de conduite plus sécuritaires;

- des messages dont la compréhension nécessite un niveau d'effort minimal : le message est immédiatement clair, il est concis, fait appel à des statistiques faciles à comprendre et privilégie l'image plutôt que le texte;
- des messages dans lesquels les jeunes peuvent se reconnaître : cela peut prendre la forme de l'intégration d'une jeunesse réelle et diverse, de la communication auprès de sous-groupes au sein de cette jeunesse, ou encore de la représentation de scénarios et d'évènements pertinents pour les jeunes (p. ex., le bal des finissants);
- des éléments qui attirent immédiatement l'attention . par exemple, on peut utiliser des grands caractères imprimés en gras, des bruits intenses ou de la musique;
- des slogans mémorables, dont les jeunes se souviendront;
 - Exemple : campagne « Driving high is a DUI » (« Conduire gelé, c'est conduire les facultés affaiblies ») (en anglais) de la SGI (Saskatchewan Government Insurance [assurance gouvernementale de la Saskatchewan]);
- une exposition répétée à des messages sur différentes plateformes, notamment sur les réseaux sociaux, à la radio, à la télévision, sur des tableaux d'affichage et dans des publicités sur des sites Web.

Le contenu que les jeunes partagent volontiers avec leurs pairs ou avec le public est drôle, intéressant, présente des solutions efficaces ou des conseils pratiques et ils peuvent s'y reconnaître. C'est aussi le cas du contenu qu'ils n'avaient pas vu précédemment. Le marketing social doit être assuré de façon à permettre aux jeunes de réfléchir au message diffusé. La remise en cause de croyances existantes grâce à l'éducation, la réflexion sur les conséquences de la conduite dangereuse pour les aspects de la vie chers au public cible et l'incitation à la réflexion du point de vue d'autrui sur l'attitude à adopter dans des situations diverses en lien avec la sécurité routière sont toutes des stratégies permettant d'encourager l'introspection chez les jeunes.

La régularité et le suivi des messages sur la sécurité routière sont aussi importants pour renforcer l'intégration de l'information chez les jeunes et pour potentiellement éveiller leur intérêt sur les sujets des comportements de conduite sécuritaires et de la sécurité routière, et pour les amener à leur accorder de l'importance. Parmi les méthodes de renforcement des messages, on peut citer :

- l'incitation auprès des jeunes à suivre les plateformes sur les réseaux sociaux qui présentent du contenu en lien avec la sécurité routière;
- l'offre de produits promotionnels utiles (p. ex., des bons de réduction pour des taxis, des supports pour écouteurs, des trousseaux de premiers soins) comportant des renseignements sur la sécurité routière et des liens vers des ressources connexes;
- l'incitation auprès des enseignants à engager des conversations avec leurs élèves conformément aux programmes scolaires, et la mise à disposition de lignes directrices en la matière;
- la mise à disposition de renseignements sur la marche à suivre pour les jeunes qui souhaitent se joindre à des comités et à des clubs scolaires ou qui souhaitent devenir des ambassadeurs de la sécurité routière.

Les réactions aux messages fondés sur la peur étaient mitigées. Les messages de ce type s'appuyaient sur des images choquantes et explicites pour communiquer auprès des jeunes sur le sujet de la sécurité routière, l'objectif étant de leur « faire peur » de façon à les décourager d'adopter des comportements de conduite dangereux. Certains jeunes étaient ouverts à ce mode de communication et considéraient qu'il s'agissait d'une technique efficace pour modifier les comportements de conduite, étant donné que les jeunes qui ont l'âge de conduire ont l'âge de consulter du contenu représentant les conséquences des comportements de conduite dangereux. D'autres jeunes, comme les experts, considéraient que cette méthode pouvait être traumatisante pour certains jeunes, et qu'elle était souvent efficace à court terme seulement (Koehler et coll., 2022).

Selon la littérature, les techniques visant à effrayer ou fondées sur une peur extrême ne peuvent être efficaces que si les jeunes croient que les conséquences des comportements de conduite dangereux sont probables et qu'ils sont en mesure d'éviter ces conséquences. Les techniques visant à effrayer ou fondées sur une peur extrême peuvent avoir des effets néfastes si elles ne sont pas appliquées avec soin. Par ailleurs, il est plus difficile d'influencer les publics masculins et les plus jeunes avec des campagnes fondées sur la peur, et les effets de ces dernières sont souvent de courte durée (Robertson et Pashley, 2015; National Youth Leadership Council [Conseil national du leadership de la jeunesse], 2016). Étant donné les réactions mitigées aux messages fondés sur la peur, on ne recommande pas d'avoir recours à ce type de messages pour la communication auprès des jeunes.

Employer des techniques narratives pour déclencher un sentiment d'empathie et modifier les attitudes des jeunes.

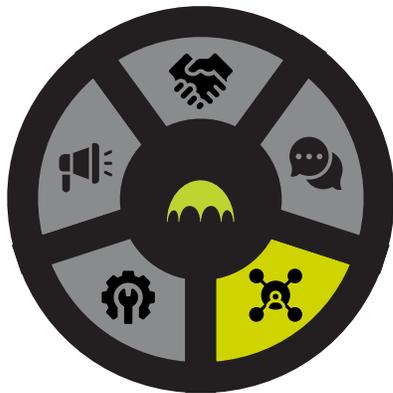
« Je suis plus sensible à la vue de dommages réels qu'à celle de personnage des dessins animés sur un écran. Une seule histoire suscitant l'empathie est une méthode plus simple pour mettre le public à la place de quelqu'un de façon à ce qu'il comprenne le risque de causer des dommages et de la douleur par son propre comportement imprudent. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

L'un des principaux thèmes récurrents concerne l'efficacité des récits personnels sur les conséquences des incidents en lien avec la sécurité routière sur les attitudes et les perceptions des jeunes sur les questions de sécurité routière. Certains jeunes ont indiqué qu'en voyant et en entendant les récits réels de personnes affectées par des événements dus à des comportements de conduite dangereux du point de vue du conducteur, d'un passager, d'un membre de la famille des personnes impliquées, ou encore d'un premier répondant, par exemple, on avait attiré leur attention et on leur avait permis de réfléchir à la façon dont les dangers de la conduite imprudente les concerne, eux comme les personnes qui partagent leur vie.

Selon le sondage national sur la sécurité routière des jeunes, le facteur le plus important pour amener les jeunes à s'intéresser à une question donnée est le lien qui les y rattache : plus précisément si le sujet en question a des conséquences importantes pour eux-mêmes, leur famille, leurs amis, les personnes de leur âge et qui partagent leur identité ethnique, ainsi que les conséquences potentielles pour leur communauté. De la même façon, les jeunes s'intéressent à des sujets qui correspondent à leurs intérêts et à leurs valeurs, notamment leurs valeurs morales.

Idéalement, les récits personnels utilisés pour renforcer la sensibilisation aux questions de sécurité routière doivent illustrer les conséquences de comportements de conduite dangereux, tels que les blessures, le handicap, les effets psychologiques et les conséquences financières néfastes. De nombreux jeunes ont indiqué qu'ils se reconnaissent plus facilement dans les récits de survivants et des personnes affectées qui partagent certaines de leurs caractéristiques démographiques, en particulier dans le cas des membres de leur groupe d'âge, et que ces récits déclenchent en eux un plus grand sentiment d'empathie.



MESURES D'ACTION SOCIALE AUPRÈS DES JEUNES

« Je pense que la façon la plus efficace pour amener les gens à conduire plus prudemment est d'assumer le rôle de bon modèle de comportement. Généralement, les jeunes conducteurs imitent ce qu'ils voient, soit à titre de passagers dans la voiture de leurs parents et de leurs amis, soit chez les autres conducteurs avec lesquels ils partagent la route. Il est aussi possible de renforcer la

sensibilisation en présentant les conséquences du non-respect des règles de sécurité routière. »

– ENTREVUE ENTRE PAIRS

Ce domaine de priorité concerne les personnes qui influencent les jeunes et la façon dont on peut influencer les jeunes par l'intermédiaire de ces influenceurs.

Les connaissances, les attitudes et les comportements des jeunes sont influencés par les membres de leurs réseaux du fait de leur statut et de la perception de leur pouvoir et de leur fiabilité. Ces groupes peuvent constituer un canal efficace pour la diffusion de messages relatifs à la sécurité routière auprès des jeunes. Leurs membres peuvent aussi montrer l'exemple en matière de comportements de conduite. Selon le sondage national sur la sécurité routière des jeunes, les personnes les plus influentes en ce qui concerne les comportements de conduite des jeunes sont leurs pairs, leurs parents, les éducateurs et le personnel de leurs écoles et les experts. On a indiqué que les membres de la fratrie des jeunes ainsi que les célébrités et les influenceurs étaient les personnes qui avaient le moins d'influence sur leurs comportements de conduite. Un partenariat avec les membres des réseaux des jeunes pour diffuser des messages de sécurité routière peut permettre d'améliorer l'ouverture à ces messages et d'augmenter la probabilité que ces jeunes adoptent des comportements de conduite plus sécuritaires. Quelles que soient les personnes avec lesquelles les intervenants établissent des partenariats, les jeunes veulent valider l'exactitude des messages et examineront les publications à la recherche de liens vers des sites Web de confiance et de logos de sources officielles et spécialisées (O'Brien et coll., 2016).

Recommandations

- Accorder la priorité à l'éducation et à la communication entre pairs.
- Former les parents à la mise à disposition en temps opportun de renseignements exacts sur la sécurité routière.
- S'appuyer sur les écoles et les éducateurs pour la diffusion de renseignements.
- Collaborer avec des experts et des organismes fiables.
- Réévaluer le recours aux influenceurs actifs sur

les réseaux sociaux.

Accorder la priorité à l'éducation et à la communication entre pairs.

« Voir mes amis conduire en toute sécurité renforce mes bonnes habitudes de conduite, et le fait de voir beaucoup de mes amis adopter des comportements de conduite sécuritaires (par exemple en refusant de conduire les facultés affaiblies) me fait hésiter à adopter des habitudes de conduite dangereuses auxquelles ils ne s'adonnent pas ou susciterait chez moi un sentiment de culpabilité le cas échéant. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Les jeunes sont notamment influencés par les comportements de leurs pairs : l'influence des pairs peut constituer un facteur de risque comme de protection pour les jeunes conducteurs. Les actions des pairs étaient l'un des thèmes majeurs mentionnés dans le cadre de toutes les activités de collecte de données comme une solution potentielle à l'intention des jeunes. Les organismes pourraient ne pas être en mesure de communiquer directement auprès de tous les membres de leur jeune public cible, mais ils pourraient communiquer avec des jeunes influents au sein de leur groupe de pairs, exerçant ainsi une influence indirecte.

La communication entre pairs peut prendre la forme de conversations au sein du groupe de pairs. Si certains jeunes font preuve d'un investissement en faveur du sujet des comportements de conduite dangereux au sein de leur groupe de pairs, cela peut encourager leurs amis à s'intéresser à ce sujet. Les conversations entre pairs dans un contexte informel peuvent tourner autour du sujet des conséquences que des comportements de conduite dangereux ont eu pour eux et leurs pairs. Elles peuvent aussi traiter de méthodes visant à remettre en question les comportements de conduite dangereux telles que la pression par les pairs positive, de stratégies visant à limiter ou prévenir les situations incitant l'adoption de comportements de conduite dangereux, de la marche à suivre dans des situations difficiles du point de vue de la sécurité routière et de l'influence de la pression par les pairs sur les comportements de conduite. Les pairs peuvent

aussi exercer une influence en jouant le rôle de modèle de comportement et en montrant l'exemple de comportements de conduite sécuritaires auprès d'autres jeunes. De nombreux jeunes affirment être plus conscients et prudents vis-à-vis de leurs compétences de conduite quand ils voient un de leurs pairs ou un membre de leur famille conduire prudemment.

La volonté de protéger son statut social et d'entretenir des liens amicaux peut constituer l'un des obstacles à la promotion de conversations au sein de groupes de pairs. En prenant l'initiative d'aborder les sujets de la sécurité routière et des comportements de conduite à risque au sein du groupe de pairs, les jeunes pourraient mettre ces aspects de leur vie en danger, ce qui peut les faire hésiter à engager ces conversations. De plus, la dépendance aux appareils mobiles dans de nombreux domaines, par exemple en ce qui concerne la communication avec ses amis, peut aussi constituer un facteur démotivant pour les jeunes qui envisagent de parler avec leurs pairs des dangers de la distraction au volant. La mise à disposition de possibilités pour les jeunes d'exercer certaines des compétences nécessaires pour interagir avec leurs pairs et les éduquer sur les sujets en lien avec la sécurité routière et les comportements de conduite en dehors d'un contexte de conduite, par exemple grâce à une formation à l'assertivité, peut être une méthode efficace pour promouvoir des changements de comportement au sein d'un groupe de pairs et pour réorienter la culture de conduite dans une direction plus sécuritaire.

L'éducation entre les pairs peut aussi prendre la forme de messages relatifs à la sécurité routière créés et diffusés par des jeunes, pour des jeunes. Ces mesures peuvent renforcer l'acceptation et l'adhérence à ces messages du fait de la crédibilité dont bénéficient les jeunes au sein de leur groupe de pairs. Les membres d'un groupe de pairs peuvent présenter leurs expériences en lien avec la sécurité routière, les problèmes qu'ils ont rencontrés et ce qu'ils ont fait pour les régler, des méthodes permettant de surveiller ses propres comportements de conduite, des stratégies de lutte contre l'ennui pendant la conduite et des techniques permettant aux conducteurs de limiter les effets de la pression par les pairs sur leurs comportements de conduite. Pour ce faire, on peut appliquer plusieurs méthodes efficaces,

par exemple avec des vidéos courtes diffusées sur une plateforme d'échange de vidéos telles que TikTok, en assurant des présentations en classe et en organisant des discussions entre plusieurs groupes de jeunes. Les jeunes les plus à même d'influencer leurs pairs ont des caractéristiques communes, et la mise à profit de leur influence et de l'acceptation qu'elle peut amener peut être efficace pour communiquer avec certains sous-groupes de la jeunesse :

- Les jeunes un peu plus âgés, par exemple ceux qui ont 14 ou 15 ans, sont plus ouverts aux messages et à leur influence que ceux qui ont 17 ou 18 ans.
- Certains jeunes sont les gardiens du statut social au sein de leur école : ce sont les élèves que leurs camarades admirent. Ils peuvent occuper une position au sein de leur école ou de leur communauté qui inspire le respect.
- Les quasi-pairs sont des jeunes qui ne sont pas forcément à la même étape de leur vie que leur public cible, mais qui sont relativement proches en âge de ce dernier et disposent d'une expertise qui inspire le respect. Il peut par exemple s'agir d'étudiants en médecine ou en soins infirmiers ou de jeunes qui ont achevé un programme et assurent un rôle de mentorat.

Le ciblage de la population de pairs peut aussi permettre de communiquer auprès de sous-groupes de la jeunesse difficiles à atteindre et souvent mal desservis plus facilement qu'avec des méthodes plus classiques. Cette stratégie fait appel à des messages sur mesure à l'intention de sous-groupes de jeunes qui partagent certains intérêts, comportements, normes et valeurs. Le recours à l'influence locale des membres d'un groupe de pairs considérés comme des influenceurs peut être efficace pour diffuser des messages relatifs à la sécurité routière par le biais des réseaux de pairs, des plateformes personnelles de ces personnes sur les réseaux sociaux et à l'occasion d'évènements locaux.

Former les parents à la mise à disposition en temps opportun de renseignements exacts sur la sécurité routière.

« Quand j'ai suivi ma formation à la conduite et que j'ai appris comment aborder [les carrefours

giratoires] et que je suis rentré chez moi, mes parents m'ont dit «Je n'en savais rien». Dans ce genre de situation, si ce sont vos parents qui vous apprennent à conduire, je pense qu'il vous manque des éléments importants de la formation à la sécurité, ce qui pourrait avoir des conséquences à l'avenir. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Dans le sondage national sur la sécurité routière des jeunes, certains jeunes ont indiqué que leurs parents sont les personnes qui ont le plus d'influence sur leurs comportements de conduite. Les jeunes qui ne reçoivent pas d'éducation formelle auprès d'une école de conduite sont souvent formés par leurs parents, leurs fournisseurs de soins ou n'importe quel membre plus âgé de leur famille. Les jeunes s'appuyaient aussi sur les comportements de conduite de leurs parents pour définir les leurs. Toutefois, on constatait un consensus entre les jeunes et les experts interrogés, selon lequel les renseignements fournis par les parents manquent souvent de fiabilité et ne sont pas forcément fournis en temps opportun, ainsi que sur le fait que l'éducation assurée par les parents peut être incomplète du fait de lacunes de connaissances de leur part et de leur emploi du temps chargé. De plus, les parents peuvent aussi adopter des habitudes et des comportements de conduite dangereux, que leurs enfants peuvent intégrer. Ces lacunes dans leurs connaissances peuvent avoir des conséquences sur les niveaux des compétences de conduite d'une génération à l'autre.

Les experts suggèrent que de meilleures formations à l'intention des parents sur la bonne présentation de renseignements relatifs à la sécurité routière auprès de leurs enfants, des conversations sur la conduite sécuritaire et son importance, ainsi que l'amélioration de leurs propres connaissances et compétences de conduite peuvent s'avérer efficaces pour amener les jeunes à s'intéresser à la sécurité routière et à modifier leurs comportements de conduite. Idéalement, les parents devraient discuter avec leurs enfants des comportements de conduite sécuritaires fréquemment et dès leur jeune âge. De plus, ils doivent s'impliquer dans la supervision des comportements de conduite de leurs enfants, établir

des attentes avec eux et, au besoin, suspendre leurs privilèges de conduite (Scott-Parker et coll., 2016; Shults, et coll., 2016).

S'appuyer sur les écoles et les éducateurs pour la diffusion de renseignements.

« Parfois [les programmes de sécurité routière] peuvent être fantastiques s'ils font appel à un excellent éducateur. Il peut présenter une histoire et, pour les élèves, c'est merveilleux de voir leur enseignant s'impliquer dans le programme de façon positive et de même raconter une histoire personnelle. J'ai vu des enseignants raconter des histoires de conduite sous l'emprise de la marijuana, sur une connaissance blessée lors d'une collision dans laquelle la consommation de cannabis d'un conducteur avait joué un rôle et des choses de ce genre : c'est vraiment utile. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 1

Les programmes de sécurité routière qui font appel à l'école peuvent être efficaces pour communiquer et mobiliser un public jeune de grande taille. Ces programmes peuvent être intégrés à des réunions générales de l'école, à des cours ou des programmes scolaires, ou encore à des ateliers de formation avec des éducateurs qui sont en mesure d'assurer les programmes en question. Les organismes devraient collaborer avec les éducateurs pour définir les besoins de leurs élèves, établir les méthodes permettant au mieux de favoriser la réceptivité de ces derniers aux renseignements présentés, répondre aux questions des élèves sur la sécurité routière et les comportements de conduite et s'assurer en conséquence que les messages et le programme sont adaptés.

Les éducateurs tels que les enseignants et les entraîneurs peuvent contribuer positivement à la conversation sur la sécurité routière avec les jeunes en faisant part de leurs propres expériences ou des expériences de personnes qu'ils connaissent en lien avec des comportements de conduite dangereux. Il est indispensable de fournir aux éducateurs des ressources sur les lignes directrices relatives à la présentation de ces histoires en complément aux renseignements factuels sur la sécurité routière. Quelques experts ont mentionné que les éducateurs

peuvent représenter des obstacles s'ils présentent des renseignements erronés ou hors sujet à leurs élèves.

Les écoles de conduite sont un autre contexte dans lequel on peut diffuser des messages et des ressources. Certains jeunes reconnaissent que leur école de conduite était le meilleur endroit pour trouver des renseignements et poser des questions sur la sécurité routière, au besoin. Toutefois, les experts et les jeunes interrogés étaient nombreux à indiquer que les écoles de conduite ne sont pas égales entre elles : en effet, certaines ne peuvent pas enseigner toutes les connaissances ou compétences de conduite, ou elles se contentent d'enseigner ce qui est nécessaire pour l'examen. Ce modèle entraîne des lacunes de connaissances et de compétences chez les jeunes. L'établissement d'un partenariat avec des écoles de conduite peut être une méthode efficace pour diffuser les renseignements les plus à jour et les mieux adaptés à la jeunesse auprès d'un public jeune large.

Collaborer avec des experts et des organismes fiables.

« Je consulterais probablement un site Web gouvernemental, par exemple celui de la SAAQ. Si je suis à la recherche de renseignements factuels sur la santé et la sécurité, je consulte souvent le site Web de Santé Canada. Je fais confiance à l'exactitude et à l'impartialité de leur contenu. »

– ENTREVUE ENTRE PAIRS

Les organismes actifs dans les domaines de la santé et de la sécurité constituent l'une des sources préférées pour trouver des renseignements sur ces sujets. Ils sont suivis par les professionnels des soins de santé, puis par les parents et les fournisseurs de soins. On peut interpréter cette tendance comme une préférence des jeunes pour la recherche de renseignements auprès d'adultes auxquels ils font confiance. Bien que la plupart des jeunes aient précisé qu'ils ne prennent pas l'initiative de rechercher des renseignements sur la sécurité routière, ils affirmaient qu'ils se tourneraient vers des sites Web gouvernementaux, les sites Web d'organismes provinciaux d'assurance automobile publique (p. ex., la Société d'assurance publique du Manitoba et la Société de l'assurance automobile

du Québec) ainsi que vers des études évaluées par les pairs pour trouver des renseignements fiables sur la sécurité routière. Si les jeunes ne savaient pas où se tourner pour trouver des renseignements sur la sécurité routière, ils utilisaient des moteurs de recherche tels que Google et sélectionnaient l'un des premiers résultats.

Les jeunes comme les experts ont émis quelques critiques à l'encontre des renseignements que l'on trouve souvent sur les sites Web gouvernementaux, parmi lesquels il peut être difficile de s'orienter, ou qui peuvent ne pas être présentés d'une façon très adaptée aux jeunes. De plus, les jeunes ne prennent pas l'initiative d'aller chercher des renseignements si ce n'est pas absolument nécessaire, par exemple quand ils passent leur permis de conduire. Des méthodes efficaces peuvent consister à présenter les renseignements sur la sécurité routière sous une forme qui parle aux jeunes et de les mettre à disposition sur des plateformes axées sur les jeunes. On encourage les organismes à élaborer des ressources sur la sécurité routière en collaboration avec des jeunes afin de présenter des renseignements pertinents sur un mode attrayant pour les jeunes plutôt que d'attendre d'eux qu'ils prennent l'initiative de rechercher ces renseignements par eux-mêmes.

Réévaluer le recours aux influenceurs actifs sur les réseaux sociaux.

« Les meilleurs influenceurs sont ceux qui sont déjà impliqués dans un sujet donné et qui produisent du contenu gratuitement. Ce modèle semble plus authentique que des publications publicitaires. Tant que le contenu présenté correspond à leurs intérêts existants, ça ne me gêne pas de consulter la publication. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Selon le sondage national sur la sécurité routière des jeunes, les célébrités et les influenceurs étaient les moins susceptibles d'influencer le comportement de conduite des jeunes : plus de 75 % des répondants indiquaient qu'ils n'avaient absolument aucune influence. Cela est dû au fait que la sécurité routière n'est pas un sujet souvent abordé par les célébrités et les influenceurs, mais aussi parce que les jeunes ont su adopter un scepticisme sain vis-à-vis des célébrités

et des influenceurs qui diffusent des messages sur la santé et la sécurité sur les réseaux sociaux, en particulier quand ces sujets ne correspondent pas à leur contenu habituel. Certains jeunes étaient d'avis que les influenceurs privilégient la célébrité et l'argent et que, par conséquent, on pouvait douter de la fiabilité et de l'exactitude des renseignements qu'ils présentent. Par ailleurs, quand les jeunes voient la mention « partenariat rémunéré », il est probable qu'ils sautent ce contenu car ils doutent de son authenticité.

Toutefois, les influenceurs actifs sur les réseaux sociaux conservent une certaine influence auprès de certains jeunes, et des partenariats stratégiques peuvent être utiles pour communiquer auprès de certains sous-groupes de la jeunesse autour de messages relatifs à la sécurité routière. Les jeunes apprécient certains types de contenu et d'influenceurs sur les réseaux sociaux. C'est le cas des comédiens, des experts d'un sujet donné, des ludoéducateurs (c.-à-d. des créateurs de contenu éducatif qui présente un thème donné de façon créative), des créateurs de contenu relatif à des crimes réels, de pages de mèmes et de pages d'écoles secondaires et postsecondaires.

On recommande d'établir des partenariats avec des influenceurs qui ont déjà fait preuve d'intérêt pour la sécurité routière, ont été affectés par des comportements de conduite dangereux dans leur vie personnelle, ou qui créent du contenu en lien avec la sécurité routière de façon amusante, mais sécuritaire. On recommande de faire collaborer les influenceurs avec des experts de la sécurité routière pour conférer davantage de légitimité à leur message. De la même façon, en faisant appel à des experts qui ont déjà de nombreux abonnés et créent un contenu adapté à la jeunesse, on peut communiquer avec certains sous-groupes de cette jeunesse. Le recours à des influenceurs à titre stratégique pour la diffusion de messages et de renseignements sur la sécurité routière peut mener à des changements positifs des attitudes des jeunes.



DÉVELOPPEMENT DES CAPACITÉS DES JEUNES

« L'éducation, c'est des connaissances et la connaissance, c'est le pouvoir : s'ils n'apprennent pas les risques des comportements de conduite imprudents, les gens ne comprendront pas la portée de leurs conséquences. C'est aussi vrai d'autres facteurs de la conduite dangereuse tels que la consommation de substances, de la conduite avec facultés affaiblies et de la distraction au volant. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Ce domaine de priorité concerne des lacunes courantes de connaissances et de compétences relatives à la sécurité routière parmi les jeunes ainsi que des exemples de stratégies efficaces pour y remédier.

La perception des risques et les croyances à ce sujet ont une grande incidence sur l'adoption éventuelle par les jeunes de comportements de conduite à risque. On constate des différences entre ce que les jeunes imaginent que la conduite implique et ce qu'elle implique vraiment. De plus, les jeunes ont des attitudes et des idées différentes quant à leur perception des risques inhérents à divers comportements de conduite dangereux (Gauld, et coll., 2017). Parmi les répondants au sondage national sur la sécurité routière des jeunes, presque 80 % ont indiqué qu'ils considéreraient faire partie des conducteurs dont les compétences sont moyennes, au-dessus de la moyenne ou excellentes. Beaucoup des jeunes interrogés et des répondants au sondage pensaient qu'être un bon conducteur, aux attitudes sécuritaires, signifie éviter toute collision et ne jamais se trouver dans cette situation, même en adoptant un comportement de conduite dangereux. Par exemple, de nombreux jeunes interrogés et reçus en entrevue ont reconnu ouvertement envoyer des textos pendant qu'ils conduisaient et avoir commis des excès de vitesse. Pourtant, ils se considéraient comme de très bons conducteurs dans la mesure où ils avaient reçu leur permis et n'avaient pas fait l'expérience de conséquences de leurs mauvais comportements de conduite.

Il est nécessaire de fournir aux jeunes des stratégies leur permettant de se préparer à conduire en

toute sécurité et de prévenir les comportements de conduite dangereux en plus des stratégies qui leur permettent d'éviter des collisions. Des messages doivent mettre de l'avant le comportement recommandé ainsi que ses bénéfiques, sa faisabilité et la façon d'adopter ce comportement dans diverses situations. En plus de renforcer les compétences de conduite des jeunes et leur confiance en la matière, il est important d'inciter les jeunes à la compassion envers les autres usagers de la route et à porter attention aux aspects à améliorer tels que la connaissance de soi, la discipline personnelle et la patience pour renforcer la sécurité sur la route. À terme, le renforcement des capacités est important pour améliorer l'autonomie et le bien-être des jeunes.

Les données recueillies révèlent que les jeunes ont de nombreuses questions sur la sécurité routière et que des lacunes claires existent en matière d'éducation à la conduite ainsi que de l'entretien des compétences et des connaissances une fois le permis délivré. La plupart des jeunes sont aussi conscients des lacunes de leurs connaissances et de leurs compétences en matière de sécurité routière et de comportement de conduite. Les sujets de la sécurité routière et des comportements de conduite pour lesquels les jeunes ont mentionné un manque de connaissances comprenaient la conduite après avoir vapoté, la somnolence au volant, les règles de circulation sur les routes régionales, la conduite sur des chaussées aux conditions diverses, le contrôle et la maintenance des véhicules, ainsi que le partage de la route avec d'autres usagers.

L'une des principales lacunes des jeunes en matière de sécurité routière concerne les effets du cannabis sur les capacités de conduite. Étant donné le caractère relativement récent de la légalisation du cannabis au Canada, les études sur ses effets sur les capacités de conduite des jeunes sont limitées, et les résultats des études existantes sont limités. De nombreux jeunes croient, à tort, que la conduite sous l'influence du cannabis est nettement moins dangereuse que la conduite sous l'influence de l'alcool et que cette substance fait d'eux de meilleurs conducteurs en renforçant leur concentration et leur prudence. Le caractère changeant des tendances culturelles relatives au cannabis et en ce qui concerne sa consommation rend ce sujet compliqué, mais

essentiel pour l'éducation des jeunes à la sécurité routière.

Le renforcement des capacités peut aussi commencer plus tôt qu'à l'adolescence. Des programmes adaptés à l'âge du public et visant à renforcer la sensibilisation aux questions de sécurité routière et aux conséquences des comportements de conduite dangereux peuvent mener à l'apparition de bonnes habitudes de conduite dès avant 15 ans. Le programme SmartWheels de l'organisme MADD Canada (Mothers Against Drunk Driving [« Mères contre l'alcool au volant »]) était un exemple cité par l'un des experts reçus en entrevue.

Recommandations

- Réaliser une évaluation des besoins pour comprendre de quoi les jeunes ont besoin pour devenir de meilleurs conducteurs.
- Améliorer les connaissances et les compétences relatives à la sécurité routière et combler les lacunes en la matière en faisant appel à divers médias.
- Offrir des possibilités virtuelles et en personne de mettre en pratique des compétences qui promeuvent des comportements de conduite sécuritaires.
- Offrir aux jeunes des incitatifs pour les amener à s'intéresser à la sécurité routière et à adopter des comportements de conduite sécuritaires.

Réaliser une évaluation des besoins pour comprendre de quoi les jeunes ont besoin pour devenir de meilleurs conducteurs.

« La clé [de la] réussite en la matière, pour mobiliser les jeunes à l'échelle mondiale comme à l'échelle locale, est la définition de leurs besoins. Nous travaillons dur à la définition des besoins des jeunes et nous tenons à nous assurer que tous nos programmes et tous nos projets répondent à ces besoins. »

– EXPERT INTERROGÉ NO 11

Une évaluation des besoins réalisée par les jeunes, pour les jeunes peut aider les organismes à définir les lacunes des connaissances et des compétences liées à la sécurité routière au sein de la jeunesse et à comprendre leurs points de vue sur ce sujet. Pour ce faire, on peut organiser des sondages, un

forum de discussion ouvert dans lequel les jeunes peuvent poser leurs questions sur la conduite et la sécurité routière, diffuser des questionnaires sur les compétences et favoriser les conversations entre pairs. Les entrevues entre pairs qui ont eu lieu dans le cadre de ce projet ont révélé que les jeunes sont très conscients des lacunes de leurs connaissances et de leurs compétences de conduite, ainsi que des améliorations nécessaires pour assurer la sécurité routière dans leurs quartiers et dans leurs communautés. En définissant les besoins des jeunes, on peut s'assurer de la bonne conception des programmes et des messages pour satisfaire aux nécessités préalables à des changements de comportement et à une amélioration de la sécurité routière.

Conformément aux recommandations du présent rapport, les questions d'évaluation des besoins doivent être élaborées en collaboration avec les jeunes. Toutefois, on peut citer les exemples suivants de questions à poser aux jeunes dans le cadre d'une évaluation des besoins :

- Quels aspects de leurs comportements de conduite souhaitent-ils améliorer?
- Quelles sont leurs questions sur la sécurité routière et les comportements de conduite?
- Sur quels sujets en lien avec la sécurité routière souhaiteraient-ils de plus amples renseignements?
- Quelles ressources de sécurité routière font actuellement défaut aux jeunes?
- Sous quelle forme souhaiteraient-ils recevoir des renseignements sur la sécurité routière?

Améliorer les connaissances et les compétences relatives à la sécurité routière et combler les lacunes en la matière en faisant appel à divers médias.

« On peut même avoir recours à l'art. Certains élèves adorent l'art : [ils peuvent] dessiner [leurs] idées sur les conséquences, et ainsi profiter d'une liberté d'expression. Il m'est arrivé de demander à des élèves d'écrire un rap sur ce sujet et c'était vraiment cool. »

– EXPERT INTERROGÉ N°1

Les programmes efficaces pour la mobilisation des jeunes ont des caractéristiques en commun. Les programmes doivent être interactifs et amusants. Ils doivent être organisés dans des lieux confortables et être assurés par des animateurs accessibles, dans lesquels le public peut se reconnaître. Les vidéos, les supports infographiques et les présentations en personne sont les formats les plus populaires auprès des jeunes pour recevoir des renseignements sur la sécurité routière. Dans des vidéos, on peut présenter des renseignements de façon amusante, attractive et exacte. Il peut aussi s'agir d'un outil utile pour les jeunes pour visualiser les conséquences des comportements de conduite dangereux.

On peut utiliser de nombreuses stratégies pour les présentations en personne sur la sécurité routière. Les drames audio interactifs présentés en personne, comme ceux organisés par MADD Canada, peuvent aussi offrir des expériences immersives pour les jeunes du fait de l'absence d'aspect visuel. Les programmes qui font appel aux drames et aux pièces de théâtre, dans le cadre desquels les élèves peuvent mettre en scène des scénarios présentant les conséquences de différents niveaux de comportements de conduite dangereux, peuvent aussi leur permettre de visualiser et de faire l'expérience des conséquences de ces comportements sans s'y adonner eux-mêmes. D'autres programmes fondés sur l'art, qui font par exemple appel à la peinture d'une fresque, à la création d'objets d'art ou à la photographie peuvent rendre les questions de sécurité routière plus accessibles et favoriser l'implication des jeunes.

Des jeunes ont aussi mentionné que les organismes ne doivent pas sous-estimer l'efficacité des méthodes traditionnelles pour la diffusion de messages sur la sécurité routière. Ces méthodes comprennent l'envoi

par la poste de brochures dont la police et les images attirent l'attention des jeunes et les encouragent à consulter le contenu, l'utilisation de tableaux d'affichage et de panneaux à proximité des zones d'attente telles que les arrêts de bus et les gares ainsi que le démarchage dans les lieux publics. Les jeunes apprécient le caractère personnel de ces méthodes de communication, au contraire du caractère souvent impersonnel du marketing moderne en format numérique et sur les réseaux sociaux. Le recours aux médias traditionnels, par exemple avec des publicités à la télévision et à la radio, est aussi important pour communiquer auprès des jeunes qui pourraient ne pas avoir de compte sur les réseaux sociaux ou ne pas être en mesure d'accéder à ces réseaux.

Offrir des possibilités virtuelles et en personne de renforcer des compétences qui promeuvent des comportements de conduite sécuritaires.

« Qu'est-ce qui est le plus rentable pour les municipalités : offrir des formations gratuites à la conduite ou assumer les coûts des collisions? »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Le manque d'expérience est l'une des causes souvent mentionnées des taux élevés de collisions chez les jeunes conducteurs. Le manque d'expérience des conducteurs peut se manifester sous la forme d'un mauvais état des connaissances et de la compréhension des règles de la route, d'une incapacité à naviguer en toute sécurité dans des environnements et des scénarios de conduite dangereux, ou encore d'un mauvais contrôle technique des véhicules (Banz, et coll., 2019).

De nombreux participants ont cité les écoles de conduite comme l'un des meilleurs lieux pour mettre en pratique des compétences qui promeuvent des comportements de conduite sécuritaires et une amélioration de la sécurité routière. Toutefois, pour diverses raisons, tous les jeunes ne fréquentent pas les écoles de conduite. Ces raisons peuvent comprendre les frais d'inscription à l'école de conduite, le manque de possibilités offertes par des écoles de conduite dans la région ou le manque de connaissances quant aux avantages d'une éducation en école de conduite. L'instauration d'une législation visant à rendre l'éducation en école de conduite obligatoire, des bourses pour compenser les coûts de

fréquentation des écoles de conduite et l'intégration d'éléments d'une éducation en école de conduite dans les programmes d'école secondaire sont certaines des solutions qui ont été proposées pour améliorer l'accessibilité de l'éducation à la conduite. Parmi les jeunes et les experts, on a souvent cité une réforme de l'éducation à la conduite comme l'une des nécessités pour parvenir à la formation de meilleurs jeunes conducteurs. Les critiques relatives à la situation actuelle de l'éducation à la conduite comprennent l'absence de normalisation entre les écoles, les lacunes quant à l'instruction en profondeur nécessaire pour préparer les jeunes à leur vie de conducteur, le manque de mesures visant à inciter les instructeurs et les propriétaires d'école de conduite à agir en bons éducateurs et le manque de contenu attrayant.

L'une des suggestions pour renforcer l'éducation des conducteurs est la création de programmes offrant aux jeunes la mise en pratique de compétences de conduite dans un environnement contrôlé. L'un des exemples mis en exergue par l'un des experts interrogés était le programme *Driving Skills for Life* (« Des compétences de conduite pour la vie ») de Ford, un programme d'éducation avancé pour les adolescents et les nouveaux conducteurs offert aux États-Unis. Ce programme comprend une clinique de formation pratique des conducteurs, dans laquelle ces derniers se voient attribuer un instructeur professionnel et un véhicule sur une piste sécuritaire et contrôlée : ils peuvent y réaliser des exercices et accumuler des expériences en lien avec des compétences de conduite importantes telles que l'identification des dangers, le contrôle du véhicule, la gestion de la vitesse et bien d'autres. Le programme simule aussi des situations de distraction au volant et de conduite avec facultés affaiblies pour permettre aux conducteurs de constater l'état de leurs compétences de conduite dans ces circonstances. Parmi les programmes similaires, on peut citer *Race Lab's Road Driving Clinic* (« Clinique de conduite sur route du laboratoire de course »), le programme *Street Survival* (« Survie de rue ») de *Tire Rack* et le programme *Teen Safety and Survival* (« Sécurité et survie des jeunes ») de l'académie

de conduite *Hagerty*. Tous ces programmes sont basés aux États-Unis. Ces programmes peuvent être adaptés en fonction des erreurs courantes et des problèmes constatés chez les jeunes conducteurs de chaque région.

Les applications de conduite à système de télémesure peuvent parfois être efficaces pour renforcer l'attention aux comportements de conduite, en particulier parmi les conducteurs à haut risque, très sensibles aux récompenses (Harbeck et coll., 2017). Toutefois, les études sur l'efficacité de ces mesures pour la modification à long terme des comportements sont limitées. Certaines applications peuvent être populaires à leur lancement puis voir l'intérêt des jeunes à leur égard diminuer. Ces derniers peuvent aussi avoir des inquiétudes en ce qui concerne la confidentialité des renseignements publiés sur ces applications. De plus, certains jeunes ne sont pas au fait des avantages des applications qui utilisent des systèmes de télémesure pour le montant de leurs primes d'assurance. Une meilleure promotion de la disponibilité de ces applications et de leurs avantages, l'ajout d'éléments ludiques (par exemple avec la création d'incitatifs attrayants pour les jeunes) et une bonne transparence sur l'utilisation par les compagnies d'assurance des données recueillies sur les applications peuvent mener à l'adoption de comportements de conduite plus sécuritaires par les jeunes conducteurs qui les utilisent. De la même façon, une éducation des jeunes au sujet des effets des comportements de conduite sur les primes d'assurance peut les inciter à conduire plus prudemment.

L'un des principaux thèmes abordés par les jeunes comme par les experts interrogés concernait le manque de sensibilisation des jeunes ou leur ignorance quant aux conséquences des comportements de conduite dangereux : cette situation contribue à leur propension à adopter des comportements de conduite dangereux. Parmi les facteurs qui contribuent à cette situation chez les jeunes, on peut citer l'excès de confiance en soi, le manque d'expérience, le développement cérébral inachevé et les préjugés de la société sur le manque

de prudence des jeunes conducteurs. Par conséquent, le renforcement des capacités devrait aussi être axé sur l'amélioration des connaissances des jeunes sur les conséquences des comportements de conduite dangereux. Une amélioration des connaissances relatives aux dangers des comportements de conduite dangereux peut contribuer à la responsabilisation personnelle et mutuelle des jeunes quant à ces attitudes.

La réalité virtuelle (RV) et les logiciels interactifs peuvent être utiles pour montrer aux jeunes les conséquences des comportements de conduite dangereux sans les mettre dans des situations risquées. C'est par exemple le cas du programme SmartWheels de MADD Canada, axé sur les élèves de la 4e à la 6e année, qui utilise un véhicule de plaisance équipé d'un système de RV pour simuler une situation de conduite avec facultés affaiblies. Grâce aux casques de RV, les élèves font l'expérience directe de la conduite avec facultés affaiblies, y compris en ce qui concerne les sensations cognitives en lien avec l'altération des facultés et les conséquences de la conduite dans cet état. Le programme offre aussi une éducation aux élèves sur le sujet des interventions pour les cas où certaines de leurs connaissances prennent le volant sous l'emprise de l'alcool ou des drogues.

Un autre exemple mis de l'avant par l'un des experts interrogés concernait Intoxiclock, un logiciel qui présente sous forme visuelle les effets de la consommation d'alcool et des facteurs tels que le genre, le poids, et les effets de la consommation d'alcool sur l'alcoolémie dans le sang et le niveau d'intoxication. De nombreuses personnes, y compris des jeunes, sous-estiment le temps nécessaire pour que l'alcoolémie revienne à un niveau correspondant aux limites légales. Cet outil peut servir à présenter aux jeunes de façon exacte la durée de l'emprise de l'alcool et ses implications pour la capacité de conduite.

Après deux ans d'études en ligne du fait de la pandémie de COVID-19, on peut douter de l'efficacité et de l'attractivité des cours en ligne pour le développement des connaissances et des compétences des jeunes en matière de sécurité routière. Les cours en ligne peuvent constituer une méthode accessible pour présenter des

renseignements sur la sécurité routière aux jeunes. Les cours en ligne peuvent aussi permettre de personnaliser l'éducation à la conduite afin que les jeunes puissent se concentrer sur les compétences qui leur font défaut. Certaines conditions doivent être présentes pour rendre ces cours attrayants pour les jeunes. Les cours en ligne devraient être gratuits, stimulants, mais pas trop exigeants sur le plan cérébral. Ils doivent aussi être adaptés aux jeunes, interactifs, offrir des possibilités de s'impliquer, correspondre à leurs objectifs et à leurs valeurs et faire appel à divers médias tels que la vidéo, les jeux questionnaires et le contenu écrit. La délivrance d'un certificat d'achèvement après le cours ou le module peut inciter les jeunes à le suivre.

Offrir aux jeunes des incitatifs pour les amener à s'intéresser à la sécurité routière et à adopter des comportements de conduite sécuritaires.

« Soit dit en passant, la conduite est un privilège fantastique qui peut facilement être retiré! Il peut être utile de se concentrer sur le rappel de cette possibilité à titre de facteur de motivation. »

– MEMBRE DU CONSEIL CANADIEN DES JEUNES POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Selon le sondage national sur la sécurité routière des jeunes, la nécessité de se protéger et de protéger les autres est le principal facteur de motivation pour les inciter à adopter des comportements de conduite sécuritaires. Bien que l'on recommande que les stratégies visant à modifier le comportement des conducteurs s'appuient sur ce facteur de motivation, il peut aussi être utile d'offrir aux jeunes la possibilité de gagner de l'argent ou de les exposer à des sanctions pécuniaires pour les amener à prendre à cœur les questions de sécurité routière et à adopter de bons comportements de conduite. Par exemple, l'éducation des jeunes sur les coûts financiers d'une collision, par exemple pour couvrir la réparation du véhicule et d'autres dommages matériels ou en ce qui concerne les primes d'assurance et les coûts de soins de santé en lien avec les blessures, peut les aider à prendre conscience des conséquences financières potentielles de mauvais comportements de conduite. La plupart des jeunes qui ont participé au projet ont cité la conduite d'une voiture comme le moyen de transport le plus pratique, efficace, accessible et émancipateur. De nombreux jeunes ont indiqué que

la présence des forces de l'ordre était un facteur de motivation important pour l'adoption immédiate de comportements de conduite sécuritaire. La perte de leur permis ou de leur accès à un véhicule à moteur du fait de la récurrence de comportements de conduite dangereux et la dépendance qui en suivrait à des moyens de transport potentiellement moins accessibles et pratiques peut aussi être un facteur motivant pour les jeunes. Ces derniers pourraient percevoir la perte de leur permis et de l'accès à un véhicule comme une conséquence plus immédiate, plus probable et moins dramatique que des blessures ou la mort.

De la même façon, on peut récompenser les comportements de conduite sécuritaires des jeunes ou leur participation à des activités de promotion de ces comportements, par exemple avec des crédits supplémentaires, la participation à une loterie pour un prix conséquent, des cartes cadeaux et des primes d'assurance plus faibles pour l'achèvement de cours sur la sécurité pour les conducteurs, la participation active à des webinaires et à des ateliers sur la sécurité routière, et l'utilisation d'applications qui font appel à des systèmes de télémesure pour apporter la preuve des compétences de conduite. Il est important d'offrir des mesures incitatives accessibles pour entretenir l'intérêt des jeunes à l'égard de la conduite sécuritaire et du renforcement de leurs compétences en la matière.



PROMOTION ASSURÉE PAR LES JEUNES

« Nous voulons amener les jeunes à comprendre leur rôle. Quand nous parlons de routes

plus sûres, les gens pensent qu'il s'agit de la responsabilité des services de police. Dans d'autres pays, on considère qu'il s'agit de la responsabilité des ingénieurs des transports, mais, en réalité, tout le monde est concerné : c'est une question de santé publique. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 9

Ce domaine de priorité concerne des sujets de promotion de la sécurité routière autour desquels les jeunes peuvent être actifs ainsi que des stratégies pour y parvenir.

Des experts ont mentionné la réduction du tabagisme comme un cas d'étude pour ce qu'il est possible d'accomplir en matière de sécurité routière grâce aux activités de promotion des jeunes. Bien que les organismes et les agences gouvernementales aient grandement contribué à la réduction des taux de tabagisme, de nombreuses réussites peuvent aussi être attribuées aux discussions entre les jeunes sur ce sujet ainsi qu'à leurs efforts pour changer la situation dans leurs communautés. Les jeunes ont modifié leur culture relative aux cigarettes, et on considère maintenant que fumer est « dépassé ».

Les efforts de promotion des jeunes peuvent contribuer à une restauration de la culture autour des comportements de conduite de façon à valoriser les comportements de conduite raisonnables et à les rendre attrayants pour les jeunes. L'implication des jeunes dans les efforts de promotion de mesures en faveur de la conduite sécuritaire, par exemple avec les modifications de l'infrastructure routière, de la réglementation et des règles de la route, de l'éducation à la conduite et de l'accès du public aux transports peut les amener à engager des conversations au sein de leurs groupes de pairs. Cela peut aussi montrer aux autres, y compris à leurs pairs, que ces sujets sont importants pour eux. En mettant en relation des jeunes qui travaillent sur des projets ou des domaines de priorité similaires, on peut unifier leurs voix, ce qui est nécessaire pour modifier la culture de la jeunesse et la rendre plus sécuritaire.

Recommandations

- Comprendre à quoi les jeunes accordent de l'importance.
- Créer des trousseaux à outils pour faciliter la promotion par les jeunes, ainsi que des possibilités de formation pour développer des compétences importantes pour ce travail de promotion.
- Défendre le droit des jeunes à être actifs au sein d'espaces de prise de décisions.

Comprendre à quoi les jeunes accordent de l'importance.

« Nous devons modifier la culture relative à la conduite pour les jeunes. Il ne s'agit que de moi. Nous avons vu les conséquences tragiques de cette mentalité. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 3

Il est important de s'assurer que les jeunes comprennent leur rôle et leurs responsabilités au sein de l'écosystème de la sécurité routière. Un thème récurrent majeur concerne l'apparition de l'intérêt des jeunes pour les questions de sécurité routière une fois qu'ils ont une connexion personnelle à ces sujets. Les jeunes s'intéressent à une question quand ils constatent les conséquences et les effets importants qu'elle pourrait avoir sur leur propre vie, celles de leurs amis ou des membres de leur famille, et celles de personnes de leur âge ou qui partagent leur identité ethnique, ainsi que les effets potentiels sur leurs communautés. En liant les questions de sécurité routière aux sujets qui intéressent les jeunes, tels que les changements climatiques, les inégalités sociales, la consommation de substances et la santé mentale, on peut aussi les amener à s'intéresser à la sécurité routière et à la façon dont ce sujet affecte d'autres aspects de leur vie.

Les jeunes ont une bonne compréhension des aspects de la sécurité routière qui doivent être améliorés dans leurs communautés. Ils reconnaissent la nécessité de changements systémiques pour optimiser l'influence sur la sécurité routière, et ils sont conscients que les modifications des comportements de conduite ne représentent qu'un élément du processus. Quand on leur demande de citer des sujets d'inquiétudes quant à la sécurité routière, les jeunes citent les éléments suivants : la nécessité d'élargir les infrastructures pour les cyclistes, la nécessité d'établir plus de

mesure pour décourager les excès de vitesse (par exemple avec des ralentisseurs et des radars), le manque de présence et d'actions de surveillance des forces de l'ordre, les difficultés d'accès à l'éducation à la conduite, la culture du toujours plus au travail comme facteur contributif aux comportements de conduite dangereux, le mauvais accès aux éthylo-tests ainsi que la nécessité de mettre à disposition d'autres modes de transport plus solides et abordables. Parmi les exemples d'activités de promotion, on peut citer les concours d'innovation, les campagnes de rédaction de lettres, l'organisation d'assemblées publiques réunissant les jeunes autour de sujets liés à la sécurité, les événements en faveur de la sécurité routière mis en place par les jeunes et la création de messages ciblés pour renforcer la sensibilisation du public. En comprenant les sujets auxquels les jeunes s'intéressent et les raisons qui motivent cet intérêt, les organismes peuvent choisir la meilleure approche pour présenter les questions de sécurité routière comme des problèmes à régler et encourager les jeunes à s'impliquer en faveur de la sécurité routière.

Il est nécessaire de fournir aux jeunes des stratégies qu'ils peuvent appliquer pour éviter de conduire un véhicule à moteur en cas de risque de conduite dangereuse, par exemple si leurs facultés sont affaiblies. La nécessité de mettre à disposition des moyens de transport de remplacement accessibles et abordables était l'un des principaux sujets cités par les jeunes parmi les obstacles à la conduite sécuritaire. Les jeunes constatent souvent des lacunes quant aux autres moyens de transport accessibles ou abordables disponibles, ce qui les mène à adopter des comportements de conduite dangereux, tels que la conduite avec facultés affaiblies. De plus, les jeunes femmes indiquent que la sécurité personnelle est un facteur qui les dissuade d'utiliser les transports publics ou les services de covoiturage (Robertson et Barrett, 2018). Cet aspect peut aussi affecter la sécurité des jeunes qui ne conduisent pas, en les poussant à prendre la place du passager dans un véhicule conduit par une personne dont les facultés sont affaiblies.

La conduite est le mode de transport privilégié par de nombreux jeunes, en particulier ceux qui vivent hors des grands centres urbains, du fait du caractère peu pratique et peu efficace des autres moyens de transport, ainsi que de leur rareté.

Parmi les changements que les jeunes souhaiteraient voir mis en œuvre dans le domaine des transports publics, on peut citer des possibilités de transports publics de nuit, une meilleure disponibilité des bus express pour une plus grande efficacité, des possibilités de covoiturage ou des services de taxi plus abordables, des vélos et des trottinettes électriques dans des endroits plus pratiques, des transports publics gratuits ou à prix faibles et un meilleur accès aux transports publics dans les zones suburbaines et rurales. Il est important de permettre aux jeunes de choisir parmi plusieurs possibilités améliorées de transports abordables et durables, qui limiteront les risques de comportements de conduite dangereux.

Créer des trousse à outils pour faciliter la promotion par les jeunes, ainsi que des possibilités de formation pour développer des compétences importantes pour ce travail de promotion.



« Parmi les jeunes [auxquels] nous avons parlé, il est important d'avoir le sentiment de faire partie de quelque chose, ils étaient nombreux à être inquiets de la situation de leur région. L'année dernière, une jeune femme a mentionné que deux jeunes de son école étaient morts au cours de l'année dans des collisions distinctes, ce qui était parfaitement horrible... Elle insistait sur la nécessité de changer cette situation. »

– EXPERT INTERROGÉ N° 3



Au-delà de l'éducation assurée auprès de la jeunesse sur l'importance de la sécurité routière, les organismes peuvent renforcer la formation et l'orientation des jeunes pour leur permettre d'assurer des projets et des activités de promotion de la sécurité routière de façon indépendante et conformément à ce qui est important pour eux. Les jeunes ont cité la communication auprès des preneurs de décisions comme une tâche intimidante : le manque de connaissances sur la marche à suivre peut constituer un élément de dissuasion. Le renforcement des connaissances et des capacités constitue l'une des premières étapes pour permettre aux jeunes de faire la promotion de routes plus sûres. On peut parvenir à ce résultat en créant et en mettant à la disposition des jeunes des trousse à outils : des ensembles de ressources leur permettant d'en apprendre plus sur la sécurité routière et de définir des stratégies efficaces pour régler des questions d'envergure locale, régionale ou nationale. Les exemples de contenu de ces trousse à outils comprennent des renseignements sur la sécurité routière adaptés aux jeunes, des outils de planification, des modèles pour des campagnes de rédaction de lettres, des modèles de lettres pour la promotion de sujets divers, des liens vers des lectures supplémentaires, des outils de collecte de données et des fiches de conseils sur des pratiques exemplaires. L'élaboration de trousse à outils destinées à la jeunesse pour leurs efforts de promotion doit être assurée en collaboration avec les jeunes pour garantir que leur contenu est pertinent et peut s'adapter à des situations diverses.



De la même façon, les organismes peuvent renforcer les connaissances et les compétences des jeunes pour leur travail de promotion en mettant à leur disposition des possibilités de formation. Ces possibilités de formation peuvent prendre la forme d'ateliers interactifs, de webinaires, de conférences, de sommets et de programmes de mentorat formels et informels. Les domaines de connaissance et de compétence qui peuvent améliorer les capacités de promotion des jeunes comprennent, sans s'y limiter, le recours à la technologie et aux réseaux sociaux pour susciter un changement, la gestion de projet, la marche à suivre pour approcher des bailleurs de fonds, la définition d'objectifs, le renforcement de la résilience, les compétences de réseautage, les meilleurs moyens de prendre soin de soi pendant le travail de promotion, la participation à des collaborations interdisciplinaires et intergénérationnelles et la réalisation d'évaluations. L'association du financement de subventions et des aides en nature pour les projets de sécurité dirigés par des jeunes constitue aussi une possibilité pour renforcer les capacités de la jeunesse en la matière.

