



**SÉCURITÉ ROUTIÈRE
TOUS RESPONSABLES**

À l'occasion des vacances d'été, la Sécurité routière renouvelle, pour la huitième année, son programme de sensibilisation « Sam »

L'été, les statistiques montrent une forte mortalité des jeunes sur la route à cause de l'alcool. En 2012, 40% des 18/24 ans tués sur les routes présentaient un taux d'alcool positif, et le phénomène de la consommation excessive d'alcool continue à prendre de l'ampleur. À travers cette campagne « Sam, celui qui conduit, c'est celui qui ne boit pas », la Sécurité routière incite les jeunes à choisir systématiquement un conducteur sobre avant leurs soirées.

La route est la première cause de mortalité chez les jeunes

753 jeunes de 18/24 ans sont morts sur les routes françaises en 2012. Ils représentent 9% de la population et 21,6% des personnes tuées sur la route.

Entre 2000 et 2011, la mortalité des 18/24 ans sur les routes a été réduite de 53%. Plus de 15 000 vies de jeunes ont été sauvées dans cette catégorie de population. Pour autant, l'implication de l'alcool est toujours aussi importante et reste la principale cause de l'accidentalité routière des 18/24 ans : 40% des jeunes se tuent dans un accident avec alcool, notamment les soirs de fin de semaine. En 2012, près de 60% (58,4%) des accidents mortels des 18/24 ans tués sur la route ont eu lieu la nuit et 23,6% l'ont été le samedi, 21% le dimanche.

Par ailleurs, la montée d'une consommation excessive d'alcool en soirée et la mortalité qui en résulte sont des réalités que la Sécurité routière ne peut tout simplement pas ignorer. C'est aussi le sens de cette campagne de sécurité routière.

« Sam », une communication-solution pour combattre la mortalité des jeunes sur la route

Depuis sa première apparition en 2005, « Sam » a fait son chemin : il est connu par 74% des jeunes ; 82% d'entre eux déclarent choisir un Sam et 76% ont envie d'être Sam (TNS-Sofres, juillet 2012).

À la suite de la campagne de décembre 2012, « Si t'as pas de Sam, t'as le seum ! », 73% des jeunes interrogés par la Sofres et ayant reconnu la campagne, jugent le slogan convaincant et l'apprécient. 68% des 18/24 ans interrogés affirment que la campagne peut faire changer les comportements sur la route.

La finalité de la communication est de faire de Sam un personnage à part entière de la soirée, ce qui a conduit à une stratégie de rapprochement avec les 18/24 ans : sur Facebook depuis plus d'un an, avec plus de 150 000 fans qui adhèrent à la tonalité positive et décalée de Sam et, sur le terrain, auprès des jeunes en soirée, dans les discothèques et les festivals depuis huit ans.

Sam, le conducteur désigné, est en campagne tout l'été

- **Sam sort un clip**

Ce clip musical met en scène une fête avec les « Sam » et leurs amis. Dans cette fête, les comportements liés à une prise d'alcool excessive, parfois pathétiques, aux conséquences trop souvent tragiques, sont ici tournés au ridicule : panne sexuelle, envoi de « sexto » intempestif, photo malheureuse lancée sur les réseaux sociaux, dents cassées et autres situations peu flatteuses. Au milieu de cette série d'excès, les nombreux Sam, ceux qui restent sobres et ramènent leurs amis en vie, ne sont pas les derniers à faire la fête. Ils font la fête en restant maîtres d'eux-mêmes, jusqu'au bout de la nuit.

- **Sam sur les stations musicales**

Sam est présent sur les radios les plus écoutées par les jeunes : Fun Radio, NRJ et Skyrock. Neuf animateurs vedettes, ainsi que l'artiste Grand Corps malade, s'engagent en diffusant tout l'été des messages recommandant le réflexe « Sam » à leurs auditeurs. Des spots radios sont aussi programmés du 8 juillet au 8 septembre prochains.

- **Sam fait la tournée des festivals**

Sam, à travers le clip « *Si t'as pas de Sam, t'as le seum* », mais aussi le film « *Insoutenable* », sera présent dans les principaux festivals de musique de l'été, soit plus de 260 projections auprès d'environ un million de festivaliers.

- **Sam fait la tournée des plages avec NRJ Extravadance Tour by Sam**

À partir du 19 juillet, dans 17 villes de France, Sam s'installe sur le littoral français et donne rendez-vous sur la plage, dans les rues et en boîte de nuit. Podium, animations musicales par un DJ NRJ et jeux sont proposés tout au long de la journée et de la nuit. Le concours de la photo la plus « swag » avec Sam, lancé le 21 juin, continue à se déployer jusqu'à la fin de l'été. Le grand gagnant remportera une soirée privée avec DJ's NRJ Extravadance by Sam pour lui et 49 de ses amis, à son domicile ou à proximité de chez lui.