



**HAL**  
open science

## **Boire ou conduire : il faut choisir**

Thierry Fillaut

► **To cite this version:**

| Thierry Fillaut. Boire ou conduire : il faut choisir. Les Cahiers de l'ARS, 2006, 3, pp.157-175. <halshs-00492096>

**HAL Id: halshs-00492096**

**<https://shs.hal.science/halshs-00492096v1>**

Submitted on 15 Feb 2014

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

N°3 - décembre 2006

## Les Cahiers de l'ARS



## Production(s) de santé

**ARS**  
BREST

Atelier de Recherche Scientifique

U  
UNIVERSITÉ  
DE BRETAGNE  
©  
RECHERCHE

## **« Boire ou conduire : il faut choisir » : la prévention de l'alcool au volant en France et en Belgique à travers l'affiche (1950 - 2000)**

Thierry FILLAUT

« Boire ou conduire, il faut choisir ». Chacun connaît ce slogan auquel il paraît difficile de ne pas souscrire en raison du nombre d'accidents corporels de la circulation que provoque chaque année l'alcool au volant. Chacun le connaît d'autant mieux qu'il a été décliné selon différents modes depuis plusieurs décennies dans divers pays européens, en particulier en France et en Belgique. De « non merci ! je conduis ! » à « celui qui conduit est celui qui ne boit pas » en passant par « jamais d'alcool au volant ! », l'idée s'est ainsi peu à peu répandue que consommation d'alcool et conduite automobile ne faisaient pas bon ménage. Et pour ce faire, l'affiche a toujours joué un rôle primordial. Au début des années 1950, c'était même, de l'avis du secrétaire général de l'Institut national d'hygiène, le médecin général Candiotti, de tous les moyens d'information le mieux à même de rappeler « aux usagers de la route... le danger auquel ils s'exposent » et par voie de conséquence de « prévenir le mal en attirant sur lui l'attention<sup>1</sup> ». Cinquante ans plus tard, malgré la concurrence de la télévision, l'affiche demeure une valeur sûre de la prévention comme en témoignent les campagnes annuelles d'affichage routier en Belgique<sup>2</sup> et l'importance des tirages à

---

1. Médecin-Général CANDIOTTI, « L'alcool et les accidents de la circulation », *La Santé de l'Homme*, septembre-octobre 1953, n° 148, p. 141.

2. En Belgique, les campagnes d'affichage routier sur la sécurité routière ont débuté en 1966 et près de 200 affiches différentes ont été placardées en 35 ans sur les panneaux mis à la disposition du Conseil supérieur de la sécurité routière puis de l'Institut belge pour la sécurité routière à diverses périodes de l'année (5 périodes de 5 semaines en 2000 pour 720 panneaux). Pour plus de détails : Benoît GODARD et Jacqueline PRIGOGINE, « 35 ans d'affichage (auto)routier », *Via Secura*, novembre 2001, n° 55, p. 12-15 [en ligne sur le site de l'IBSR].

l'occasion de certaines grandes campagnes de communication en France<sup>3</sup>.

Il aura toutefois fallu du temps avant que ce message s'imprime dans les esprits. C'est ce que montrent une recension rapide de la littérature et l'exploitation d'une centaine d'affiches de prévention consacrées au thème de l'alcool au volant en France et en Belgique des années 1950 à 2000, deux pays dans lesquels la périodisation des politiques et des actions en ce domaine est sensiblement la même. Pendant les années 1950 et le début des années 1960, l'alcool au volant y semble encore une préoccupation secondaire malgré l'ampleur croissante du problème (partie 1). À partir des années 1970, c'est au contraire l'un des thèmes les plus féconds de la communication sociale sur fond de sécurité routière devenue grande cause nationale (partie 2).

### **1950-1960 : l'alcool au volant, une préoccupation secondaire**

La prise de conscience des dangers de l'alcool au volant est presque aussi ancienne que l'automobile elle-même. Les premières mesures contraignantes en la matière furent adoptées dans les pays scandinaves dès le début du XX<sup>e</sup> siècle et les premières lois fixant un taux d'alcoolémie y furent votées dans les années 1930<sup>4</sup>. Mais ni en France, ni en Belgique, la question de l'alcool au volant ne semble vraiment à l'ordre du jour avant les années 1960 malgré quelques mesures répressives prises dès le milieu des années cinquante. Assez rares sont d'ailleurs les affiches consacrées à ce thème au cours de cette période où l'alcool au volant ne semble qu'une priorité parmi d'autres.

### **Sécurité routière, le temps de l'insouciance ?**

Très tôt, la circulation automobile a nécessité la mise en œuvre de règles de bonne conduite sur la route<sup>5</sup>, le développement d'équipements de sécurité ou encore l'amélioration des voies de circulation. Pour autant, jusqu'aux années 1950-1960, la sécurité routière paraît encore

---

3. Pour la seule campagne « *Qu'est-ce que tu prends ? Moi ? le volant !* » lancée en 1987, ce sont quelque 50 000 affiches que la Prévention Routière prévoyaient de diffuser l'année suivante dans les lieux fréquentés par les jeunes et 30 000 qu'elle destinait aux affichages municipaux des principales villes françaises.

4. Par exemple, en Suède en 1934 où le taux d'alcoolémie fut alors fixé à 1,5 gramme par litre de sang.

5. À titre d'exemple, l'instauration du Code de la route date en France de 1921 et le permis de conduire de l'année suivante en remplacement du certificat de capacité créé par décret en 1899.

secondaire, au point que Benoît Godard n'hésitait pas dans un court historique de l'insécurité routière en Belgique, à qualifier cette période de « temps de l'insouciance », dans un contexte où « l'automobile était un phénomène nouveau, un symbole de statut social » et où « ses "inconvenients"... étaient considérés comme le prix à payer pour le progrès<sup>6</sup> ». De fait, « la politique de régulation de la circulation n'a pas toujours eu comme objectif la sécurité routière<sup>7</sup> ». De l'immédiate après-guerre jusqu'au début des années 1960, que ce soit en France ou en Belgique, les préoccupations ont d'abord été de remettre en état le réseau routier dévasté par la guerre, puis d'améliorer les déplacements en favorisant les grands axes routiers (lancement des politiques en faveur des autoroutes par exemple) et aussi, en cette période de croissance, de soutenir la construction automobile. Ainsi, « jusqu'au début des années 70, le grand accent a été mis sur le trafic de voitures. Les efforts ont été faits dans le développement du réseau de routes et dans des zones urbaines s'adaptant aux voitures, qui impliquaient souvent des rues s'élargissant à la charge de l'espace alloué aux piétons et de leur sécurité<sup>8</sup> ».

Pourtant, « les accidents de la circulation se multiplient dangereusement » comme le proclame déjà un entrefilet de *La Santé de l'Homme* à la fin de l'année 1945. En Belgique, leur nombre est multiplié par 8 entre 1947 (30 800) et 1964 (263 200) et ces accidents de la circulation ne se limitent pas à de simples froissements de tôles : il s'ensuit un grand nombre de décès et de blessures graves (environ 20 000 victimes – blessés et tués – en 1950 et plus du double en 1955). Or, comme le rappelle le Pr Pierre Delore, « il convient de le répéter : la responsabilité de la plupart des accidents n'incombe pas à la machine, mais à l'homme qui en fait un mésusage » et quand, en France par exemple, « l'imprudence et l'intempérance ont provoqué près de 60 % des accidents de la route en 1952 », attirer l'attention sur ce « moderne fléau social<sup>9</sup> » se justifie pleinement.

C'est donc pour prévenir ce que certains commençaient à considérer comme un fléau et pour responsabiliser les conducteurs que vont appa-

6. Benoît GODARD, « Petite histoire de l'insécurité routière », *Via Secura*, novembre 2001, n° 55, p. 16-17.

7. Conseil national de l'évaluation / Commissariat général du Plan, *La politique de sécurité routière. Les systèmes locaux de contrôle sanction*, Paris, La Documentation française, 2003, p. 19.

8. Nicole MUHLRAD, *Road safety policies in France. A short description*, INRETS, mai 1998 [traduction française en ligne sur le site de l'Inrets].

9. Pr Pierre DELORE, « L'éducation de la prudence », *La Santé de l'Homme*, septembre-octobre 1953, n° 148, p. 129-131.

raître les premières associations de prévention. Certes, existaient déjà diverses associations qui se préoccupaient de sécurité routière, comme le Touring-Club de France ou l'Automobile-club de France. Mais ces organismes n'étaient pas spécialisés dans la sécurité proprement dite. Ce sera le cas à l'inverse de la Prévention routière et de Via Secura fondées avec le soutien des sociétés d'assurance, la première en France en 1949 et la seconde en Belgique en 1952. L'une et l'autre n'ont en effet « d'autre but que d'étudier et mettre en œuvre toutes mesures propres à diminuer le nombre des accidents, à réduire leur gravité, à aider les automobilistes<sup>10</sup> ». Et, pour ce faire, elles développeront diverses actions d'éducation et de propagande, principalement en direction des scolaires.

En Belgique où, selon A. De Boe, « la boisson » aurait été « la cause directe ou indirecte d'un tiers environ des accidents graves et des accidents mortels de la route<sup>11</sup> », l'alcool sera un thème privilégié de l'information au public et, à cette fin, Via Secura recevra le soutien très actif du Comité national contre l'alcoolisme. Dès le début des années cinquante, les projets d'affiches se multiplient, avec des slogans qui ne sont pas sans rappeler ceux que l'on utilisera au même moment en France. Le syllabus<sup>12</sup> de la Journée scolaire de 1951 présente le projet d'une affiche intitulée « Papa ne bois pas, pense à moi ! » sur laquelle figurent au premier plan, placée dans un angle, une fillette et au second plan un long virage avec une ligne continue. Celui de 1952 en annonce plusieurs autres : « l'alcool obscurcit la vue » (6 verres au-dessus d'un volant) ou « danger » (une bouteille vide et un verre avec un panneau sur lequel figure une tête de mort). Et pour favoriser la diffusion du message, l'effort portera rapidement sur quelques moments clés de l'année, particulièrement le mois de décembre, car « décembre est en effet, par excellence, le mois des réjouissances et des libations (Saint-Éloi, Sainte-Barbe, réveillons de Noël et du Nouvel An)<sup>13</sup> ». En 1963, c'est par exemple le slogan « Si tu conduis, ne bois pas » qui s'affiche sur la voie publique, tandis qu'à cette occasion, certains cafetiers affichent un

10. Présentation de la Prévention routière dans *La Santé de l'Homme*, 1953, n° 148, p. 137.

11. A. DE BOE, *Le problème de l'alcool en Belgique*, Bruxelles, CNCA, 1968, p. 15.

12. Ces recueils de textes, leçons et problèmes, destinés aux enseignants du primaire pour leur permettre de faire les « leçons de tempérance », étaient publiés par le Comité national contre l'alcoolisme chaque année à l'occasion de la Journée scolaire antialcoolique organisée le troisième mardi de novembre sous le patronage du ministère de l'Instruction publique. D'abord « antialcoolique », cette journée deviendra « journée scolaire sur les problèmes de l'alcool » à la fin des années 1960.

13. Daniel SINGERMAN, « L'ivresse au volant », *Via Secura*, janvier-février 1966, p. 12-17.

slogan plus populaire encore : « Si tu as bu, fais-toi reconduire ! » que l'on trouve décliné sur divers modes par le Comité national contre l'alcoolisme (par exemple, un fêtard soufflant dans un ballon face à un motard).

En France, le thème de l'alcool au volant semble faire moins recette. En fait, si, dans les deux pays, l'alcool est un élément majeur de la sociabilité et des habitudes alimentaires, l'alcoolisation y est bien différente. En Belgique en effet, elle est fort modérée, du moins si l'on prend la France comme étalon : ainsi, en 1950, l'on y consommait en moyenne 6,5 litres d'alcool pur par habitant (9 litres en ne comptabilisant que les adultes) contre 20,5 litres en France (29 litres pour les adultes), une faible consommation qui s'expliquerait, selon certains auteurs, par les mesures prises à la fin de la Première Guerre mondiale pour limiter la vente et la consommation des boissons spiritueuses (loi dite Vandervelde de novembre 1918) et qui ont mis ces boissons « pratiquement hors de portée des travailleurs et les [ont] soustraits à l'entraînement du "petit verre"<sup>14</sup> ». Rien de semblable en France où l'alcoolisation est à son apogée au début des années cinquante. Désormais, « les pouvoirs publics ne peuvent pas, en cette matière, plaider l'ignorance. Depuis la Libération, le problème a été, à plusieurs reprises, parfaitement exposé dans le livre du professeur Debré et de notre collègue M. Sauvy, dans les travaux des docteurs Rouvillois, Derobert, Perrin, Aujaleu, Péquignot, de MM. Pierre Jean et Sully Ledermann. L'académie de médecine, le conseil de l'ordre des médecins, la confédération des syndicats médicaux de France, ont adressé à maintes reprises au Gouvernement des avertissements solennels<sup>15</sup> ». L'alcool au volant n'y était donc pas encore une priorité : il fallait d'abord convaincre l'ensemble de la population à boire moins et mieux.

### ***L'émergence de la communication sociale : le modèle français de la sobriété***

C'est un organisme public, créé à l'initiative de Pierre Mendès-France en 1954 et placé directement auprès du président du Conseil, qui sera la clef de voûte du renouveau de l'antialcoolisme en France. Il s'agit du Haut Comité d'Étude et d'Information sur l'Alcoolisme qui se voit

14. Dr L. MASSION-VERNIORY, « La législation de l'alcool », *Bulletin de la Ligue nationale de moralité publique*, 30<sup>ème</sup> année, n° 1, 1955, p. 1-5.

15. Dr Étienne MAY, « Problème de l'alcoolisme en France », *Journal officiel de la République française, Avis et rapport du Conseil économique, séances des 12-14 janvier 1954*, 30 janvier 1954, p. 172.

confier, parmi ses missions, d'« entreprendre en liaison avec les œuvres intéressées, une campagne d'information du public et des grandes collectivités nationales publiques ou privées<sup>16</sup> ». À ce titre, il sera l'un des pionniers de la communication sociale, sinon un modèle tant en France qu'à l'étranger : nombre de ses initiatives ont d'évidence inspiré bien des actions ultérieures, que ce soit en matière de lutte contre l'alcoolisme ou de sécurité routière.

Sous l'impulsion de son secrétaire général, Alain Barjot, le Haut Comité s'engage très vite « sur le terrain même de la publicité commerciale » où les alcooliers remportaient de beaux succès, à la fois pour affirmer sa présence et « la prise de conscience des pouvoirs publics du péril alcoolique ». Les principes édictés sont clairs : le respect d'une doctrine, « la sobriété<sup>17</sup> », d'une éthique en refusant « d'utiliser le sentiment de la peur » pour en prôner d'autres comme « l'exaltation d'une vie meilleure, [...] plus efficaces et plus dignes d'une propagande officielle<sup>18</sup> », et l'utilisation d'une signature unique « santé-sobriété » qui devient « sécurité-sobriété » lorsque les campagnes traitent d'accidents.

L'affiche devient ainsi le support privilégié de campagnes qui, par leurs slogans, visent d'abord à faire comprendre ce qu'est la sobriété. Selon une affiche illustrée par Foré, celle-ci se définit comme « l'usage modéré des boissons alcoolisées dans les limites fixées par les médecins », c'est-à-dire, comme l'expliquent d'autres reprenant à leur compte des préconisations déjà anciennes de l'Académie de médecine : « en règle générale, pas de boissons alcoolisées en dehors des repas, ni surtout à jeun », « jamais de boissons alcoolisées pour les enfants » ou encore « jamais plus d'un litre de vin par jour », car selon des « enquêtes de l'institut national d'hygiène » citées par ailleurs, il y a « risque grave de cirrhose du foie lorsque la consommation de vin dépasse un litre par jour ».

Maîtriser sa consommation, se modérer, c'est aussi savoir refuser le « dernier verre » avant de prendre le volant. Qu'ils combinent dessins et textes, ou n'utilisent que l'un ou l'autre, les messages sont explicites : « Si tu conduis, ne bois pas » (dessin représentant un couple dans une voiture), « ne perdez pas la tête, restez sobre » (une bouteille emporte la tête d'un conducteur stylisé), « défense de doubler » (un panneau d'interdiction de doubler où figurent deux verres), « Je conduis... je ne

16. *Le Haut Comité d'Étude et d'Information sur l'Alcoolisme*, brochure, HCEIA, 1981, non paginée.

17. Alain BARJOT, « Les techniques publicitaires au service de la lutte contre l'alcoolisme », *Alcool ou santé*, 1959, n° 36, p. 56.

18. *Rapport au Président du Conseil sur l'activité du HCEIA*, Paris, 1958, p. 86.

bois pas » ou encore « il a bu... il abuse ». Parfois, les quantités à ne pas dépasser sont suggérées comme dans cette double affiche qui, reprenant le refrain d'une chanson alors à la mode, précise que « plaisir de boire ne dure qu'un moment » : le premier volet montre une portée musicale avec trois verres en guise de notes et une voiture stylisée sur la ligne inférieure ; au second volet, seul le premier verre est encore droit, les deux autres tombent ainsi que la voiture avec des lignes qui, en arrière-plan, prennent la forme de vagues.

Pour renforcer l'impact sur les conducteurs, le Haut Comité décide de mettre en place un affichage routier sur quelques grands axes comme la Nationale 7. En 1956, il acquiert ainsi 500 panneaux peints pour 3 ans et l'année suivante, 200 nouveaux panneaux qui seront apposés sur les loges des cantonniers. Sur la route des vacances, le conducteur et sa famille pourront ainsi y lire selon un principe similaire (une phrase en gros caractères sur un fond clair entouré d'un cadre en forme de verre, avec en dessous la signature « sécurité-sobriété ») : « Un ennemi sur la route, l'alcool », « Boire un petit coup... casse-cou ! », « Boire déboires... » ou « Votre voiture est sobre / faites comme elle <sup>19</sup> ».

Pour sa part, le Comité français de défense contre l'alcoolisme diffusera quelques affiches traitant de la question de l'alcool au volant. Au début des années cinquante, le message est à l'image de la propagande de l'époque : moraliste et souvent excessif pour engendrer la peur, à l'instar de l'affiche, inspirée par les travaux des Drs Rouvillois et Derobert <sup>20</sup>, qui martèle sur un mode dramatique (lettres en rouge et jaune sur un fond noir) que « l'alcool provoque chaque année 57 % des accidents graves ». Dix ans plus tard, le Comité national adopte un ton similaire à celui du Haut Comité : ainsi, sur un mode humoristique et avec un graphisme élaboré (un conducteur ailé sur un fond bleu), une affiche réalisée par Jack Sey en 1963 appelle à la vigilance en jouant avec les mots : « L'alcool donne des ailes... Prudence ! ».

Le propos tenu repose sur la même logique. D'un côté, le Comité national invite à « boire peu et bon ». De l'autre, lorsqu'il s'agit de prendre le volant, il incite à s'abstenir (« si tu bois ne conduis pas / si tu

19. Les textes et éléments cités dans ces paragraphes sont issus de divers spécimens d'affiches reproduits dans les rapports d'activité du HCEIA (1958 et 1962).

20. L'affiche reprend en fait les résultats d'une étude portant sur 100 autopsies pratiquées en 1951 par les Drs Rouvillois – alors président du Comité national de défense contre l'alcoolisme – et Derobert, étude dont il convient d'indiquer qu'elle concernait très majoritairement des piétons (alors que l'affiche met en scène deux véhicules, un camion, vu de face, et ce qui semble, au vu de l'ombre du capot, une Traction Citroën).

conduit ne bois pas » ou « pour le conducteur d'un véhicule, l'alcool est dangereux qu'il provienne de la bière, du vin, des eaux-de-vie, ou des liqueurs » en 1961 par exemple). Il introduit en outre l'idée du refus possible du « dernier verre » à la fin des années 1960 (« encore un verre ? non merci, je conduis », slogan décliné dans diverses affiches parfois conjointes avec la Prévention routière et que l'on retrouve également en Belgique).

Boire ou conduire, l'alternative est désormais explicite mais jusqu'à la fin des années 1960, en France comme en Belgique, le message demeure modéré. Tout bascule à cette époque.

### **1970-2000 : le renversement des tendances**

La fin des années 1960 et le début des années 1970 constituent d'évidence un tournant en matière de lutte contre l'insécurité routière. Jusqu'alors peu impliqués, les pouvoirs publics semblent davantage vouloir prendre en main ce problème de société et s'en donnent les moyens en instituant des organismes adéquats. Mais les priorités en matière de sécurité routière ont également évolué. Si l'amélioration du réseau routier est toujours à l'ordre du jour, si la sécurité des véhicules demeure une préoccupation de tous les instants, un nouvel enjeu se profile : faire en sorte que les conducteurs adoptent de nouveaux comportements, les responsabiliser, y compris par la répression. Chaque jour davantage, « boire et conduire, ça ne tient pas la route » comme le précise une affiche belge de 1993 et il faut en convaincre les conducteurs et leur entourage, cette « communauté » pour laquelle la route constitue « un espace à partager<sup>21</sup> ».

### **L'essor de la communication sociale et de la fermeté**

En quelques années, avec la forte croissance du trafic, la mortalité et la morbidité liées aux accidents de la circulation croissent de manière alarmante pour atteindre des sommets au début des années 1970. En Belgique, le nombre de décès provoqués par un accident de la circulation triple entre 1950 et 1970 et celui des blessures graves sextuple. En France, où l'automobile devient un bien de consommation courante (en 1960, seuls 30 % des ménages disposaient d'une voiture ; en 1970, ils sont près de 60 %), deux fois plus de personnes trouveront la mort dans

21. Camille PICARD, *La bonne conduite ? Regards sur les publicités en faveur de la sécurité routière*, Communication à l'École des Mines de Paris, nov. 2004 (texte dactylographié en ligne sur le site [conduites-urbaines.ens-lsh.fr](http://conduites-urbaines.ens-lsh.fr)).

des accidents de la circulation au début des années soixante-dix que dix ans auparavant.

Face à l'ampleur du problème, les pouvoirs publics resteront longtemps attentistes, pour réagir finalement sous la pression des événements comme en Belgique, où deux graves accidents successifs, survenus en 1966 dans la banlieue de Liège, devaient amener le gouvernement à proposer une répression plus sévère dans un contexte de forte croissance de l'alcoolisation (la consommation passe de quelque 9 litres d'alcool pur par habitant en 1960 à près de 12 litres en 1970 alors que dans le même temps la consommation totale par Français commence à baisser). Et tandis que la répression de l'alcoolémie au volant s'accroît, la réaction ne se fait pas attendre en matière de communication. Aux campagnes assez soft du début des années 1960 (« fais-toi reconduire »), succèdent des campagnes plus sombres qui invitent à « repousse[r] à temps le verre fatal » dans un contexte de meilleure efficacité des moyens après la création du Conseil supérieur de la sécurité routière qui reprend en 1965 les activités de Via Secura. L'information avait, il est vrai, d'autant plus de chance de passer que la population semblait, dans sa majorité, souhaiter « que l'ivresse au volant soit punie par des sanctions plus ou beaucoup plus sévères<sup>22</sup> » que celles prévues par les textes alors en vigueur.

Organisme public chargé des campagnes de prévention, le Conseil supérieur de la sécurité routière s'inscrit dans la logique de la communication sociale qui avait inspiré le HCEIA en France dans les années 1950. Pour mieux toucher le public, il rompt avec l'empirisme qui avait souvent présidé jusqu'alors à l'élaboration des campagnes, conserve le principe des temps forts annuels déjà développés par Via Secura et augmente l'effort d'information, notamment en développant l'affichage routier et autoroutier. En 1970, pour la campagne « Non... je conduis<sup>23</sup> », 25 000 affichettes seront apposées dans 1600 communes de Belgique, tandis que le Comité national pour l'étude et la prévention de l'alcoolisme en fera placarder de grands formats en milieu urbain. Et au long de cette décennie, pas moins de 8 campagnes seront consacrées à la thématique de l'alcool au volant. Les cinq premières auront lieu de 1970

22. Jacqueline PRIGOGINE, *Les campagnes de sécurité routière de 1970 à 1979, Dossier n° 3 : l'alcool au volant*, Institut belge pour la sécurité routière, rapport dactylographié, 1979, 13 p. [citation extraite du rapport d'activité de 1971].

23. L'affiche témoigne des changements de la période : au dessin, jusqu'alors privilégié, on préfère la photo – une main tendue en signe de refus – ; les boissons visées, un verre de vin et un verre de bière, sont davantage en prise avec les habitudes de consommation que le verre à Cognac souvent mis en scène auparavant.

à 1974, chaque année au moment des fêtes de fin d'année ; puis, pour la première fois en 1975, une campagne de longue durée est lancée pendant six mois pour accompagner l'annonce de l'abaissement du taux d'alcoolémie (0,8 g. par litre).

Le Conseil supérieur cherchera également à « internationaliser les campagnes contre l'ivresse au volant<sup>24</sup> » en prenant l'initiative d'organiser en décembre 1970 (c'est-à-dire pendant sa campagne annuelle) un colloque international des représentants de la conférence européenne des ministres des transports. À cette occasion, un grand concours d'affiches sera proposé. Pour la seule Belgique, près de 1 400 projets furent déposés, mais ce sera le projet d'un concurrent des Pays-Bas, qui sera retenu : c'est la fameuse addition (voiture + verre = ambulance ou corbillard selon les tirages) qui sera largement diffusée ensuite dans plusieurs pays européens.

En France, c'est en 1972 que sera créée la Délégation à la Sécurité Routière qui se transformera trois ans plus tard en Comité interministériel de la Sécurité routière. C'est cet organisme qui va prendre en charge la communication sur l'alcool au volant : si les collaborations se poursuivent entre acteurs de la prévention de l'alcoolisme et acteurs de la sécurité routière, ce sont bien les seconds qui semblent dorénavant l'emporter sur ce terrain spécifique. Petit à petit en effet, le Haut Comité d'Étude et d'Information sur l'Alcoolisme, dont les moyens étaient il est vrai limités, semble s'effacer. Certes, au tout début des années 1970, le HCEIA maintient son dispositif d'affichage routier sur les loges de cantonniers et sur quelques grands itinéraires routiers ; certes, les années suivantes, il diffuse encore quelques affichettes pour expliquer la portée du nouveau taux d'alcoolémie fixé à 0,8 g. par litre par la loi du 9 juillet 1970. Mais son rôle régresse d'évidence alors que de grandes campagnes nationales d'information sont lancées par la sécurité routière, avec quelques campagnes phares à partir de 1975 : « Boire ou conduire, il faut choisir » en 1978, « Ne buvez pas avant de conduire » en 1980, « Alcool au volant : contrôlez-vous avant. Avant d'être contrôlés » en 1984. L'affiche n'est certes plus le média privilégié mais demeure un appui essentiel : en 1984 par exemple, si les sports télévisuels constituent le noyau dur du plan média, 20 000 affichettes (60 x 80 cm) seront mises à la disposition des partenaires locaux de la sécurité routière et des affiches grand format seront apposées sur les 700 emplacements du réseau de la sécurité routière et sur 1 600 emplacements du réseau Decaux (affiches de 3,20 par 2,40 m).

24. « Ivresse au volant (décembre) », *Rapport d'activité du Conseil supérieur de sécurité routière*, 1971, p. 17.

Autant que l'essor de la communication sociale, il est important de noter un certain infléchissement dans le discours préventif. Celui-ci devient plus injonctif, voire plus rigoriste. Si l'on met à part les affiches informatives visant aussi bien en Belgique qu'en France à accompagner l'évolution de la législation, on peut noter que le discours est plus répressif, sinon moralisateur. En Belgique par exemple, l'on passe de campagnes ciblées sur le refus de se faire servir ou de servir des boissons alcooliques avant de prendre le volant (c'est le fameux « non... je conduis » des campagnes de 1970, 1973, 1976, un slogan et des visuels que l'on retrouve d'ailleurs en France également au même moment) à des campagnes, plus macabres, sur les dangers de l'alcool au volant, illustré d'abord par un conducteur ailé en 1972 (si le concept est manifestement inspiré de l'affiche française plus ancienne de Jack Sey, le traitement en est nettement plus agressif) et par l'addition (voiture + verre = ambulance) en 1974 et 1983. En 1984 (« Allez, encore un verre, t'en mourras pas »), puis en 1987 (« Mon papa ne peut plus conduire parce qu'un jour il a bu » et « Mon papa est en prison parce qu'un jour il a bu »), « le ton se durcit, l'émotion est maximale<sup>25</sup> » à une période où, de façon générale, le Conseil supérieur, devenu l'Institut Belge pour la Sécurité Routière, privilégie les images et les slogans chocs pour frapper les conducteurs.

En France, la tendance est similaire ; citons par exemple deux affiches landaises : « Il est des nôtres » en 1990 (affiche en noir et blanc montrant une tombe avec des confettis et guirlandes) et « dans les Landes, on atteint les cieux » l'année suivante (une tour de Babel en véhicules accidentés). Surtout, l'accent y paraît davantage porté sur la nécessité de ne pas boire avant de prendre le volant, de s'abstenir. Comme l'énonce une affichette du Comité de la sécurité routière du début des années 1970 (« Boire ou conduire, à vous de choisir »), « l'alcool diminue les réflexes. Dès que l'on a 0,30 g. d'alcool dans le sang, le risque d'avoir un accident mortel est presque doublé. Il est multiplié par 5 au taux légal de 0,80 g. et par 16 à 1,20 g. L'idéal serait donc de n'absorber aucune boisson alcoolisée ». Le respect du taux légal n'est pas seulement visé mais un seuil bien inférieur : on passe de « attention au volant / jamais d'alcool » (CNDCA, 1971) à « alcoolémie zéro, notre code de conduite » (Côtes-d'Armor, années 1990). Le mieux

25. Jacqueline PRIGOGINE, *Les campagnes de sécurité routière de 1980 à 1989, Dossier n° 3 : l'alcool au volant*, Institut belge pour la sécurité routière, rapport dactylographié, 1989, 16 p.

finalement, comme l'indique la Prévention routière en 1977, « au volant, l'eau c'est l'amie ».

Or, cette évolution se fait au moment même où la question centrale en matière d'alcool a évolué. Depuis les années 1980, la baisse de la consommation alcoolique est sensible, notamment en France, et cette baisse se traduit aussi par de profondes modifications des manières de boire. « On boit moins, mais pas tout le monde ; on boit plus, mais pas tout le temps<sup>26</sup> », telles sont les tendances à l'œuvre notamment chez les populations jeunes, celles qui sont justement les plus touchées par les accidents de la circulation et qui deviennent à partir de ce moment, la cible privilégiée de la communication sur l'alcool au volant.

### ***Le conducteur désigné : un nouveau modèle à suivre ?***

C'est dans ce contexte de changement des manières de boire que s'est peu à peu développé, d'abord en Belgique, et beaucoup plus lentement en France, un nouveau mode d'approche de la question de l'alcool au volant, en particulier chez les jeunes. Du Bob belge au Capitaine de soirée français, l'affiche se fait le témoin de l'émergence de ce concept.

En Belgique, dès le milieu des années 1980, « la méthode douce<sup>27</sup> », à base d'humour et d'émotion plutôt que de peur et de réprobation, se substitue progressivement au discours répressif ou moralisateur des années précédentes. Ainsi, en 1986, à côté d'une nouvelle affiche « non, merci » qui reprend la même idée que celle développée en 1970, 1973 et 1976, apparaît une affiche d'un ton nouveau : « On peut s'amuser sans alcool. Joyeuses fêtes ». Mais c'est en 1988 que le tournant est véritablement amorcé : désormais, l'affiche met en avant le conducteur sobre qui est apprécié et admiré de son entourage. « Le chauffeur est connu. Que la fête continue. Le vrai chauffeur conduit sans alcool », précise l'affiche de cette année-là ; « le conducteur de votre vie roule sans alcool », déclare celle de 1992. Quant au ton, il est toujours positif : on n'accuse plus mais on valorise les comportements favorables à la sécurité. Ainsi, le slogan « j'ai trop à perdre pour rouler à l'alcool » de 1989 se transforme-t-il en « j'ai trop soif de vivre pour rouler à l'alcool » l'année suivante ; aux pleurs et expressions navrées ou mélancoliques des personnages mis en scène, succèdent des visages souriants et avenants.

26. « De "un verre, ça va..." à "Tu t'es vu quand t'as bu ?"... ou 10 ans de prévention de la consommation excessive d'alcool », *La Santé de l'Homme*, 1995, n° 319, p. 11-14.

27. Werner DE DOBBELEER et Mieke SCHEVELENBOS, « La méthode douce porte ses fruits », *Via sicura*, 1999, n° 48, p. 12-13.

C'est ainsi qu'apparaît le personnage du Bob, figure emblématique du chauffeur qui accepte de ne pas boire pour reconduire les autres : « C'est la fête quand Bob conduit sans alcool ». On le choisit, on l'élit même et celui qui est ainsi désigné est manifestement heureux de cette marque de confiance : « J'ai été élu Bob pour un soir », « Elles m'ont élu Bob pour demain ! », clament les élus souriants. Repris d'année en année, le concept du « Bob » devient très vite « une tradition<sup>28</sup> » pour s'imposer finalement comme « l'indispensable héros de la fête<sup>29</sup> » et devenir « le personnage le plus populaire sur les routes de notre pays » avec un taux de notoriété particulièrement élevé puisque « selon une enquête effectuée en février 1999, 97 % des personnes interrogées trouvaient que Bob était une bonne, voire une très bonne initiative<sup>30</sup>. »

Sans doute, ces campagnes ont-elles eu d'autant plus de succès qu'elles ont associé dès le début de multiples partenaires qui en ont fait largement la promotion. Et fait notable, parmi ces partenaires, beaucoup sont issus du secteur de la production et de la distribution des boissons : aux côtés de la Croix Rouge, de la gendarmerie, des sociétés de transports intercommunaux, de compagnies d'assurance ou de divers médias plus traditionnellement impliqués dans les campagnes annuelles, viennent en effet s'ajouter de nombreuses grandes surfaces, des grossistes et des producteurs, telle la Fédération nationale des négociants en bières et eaux de boisson ou la Fédération des brasseurs belges à l'origine de la création en 1992 du groupe Arnoldus pour promouvoir « la consommation responsable de boissons alcoolisées<sup>31</sup> ». Ce n'est pas un hasard si le ministre des Communications inaugurerait la campagne 1990 dans un lieu symbolique : la maison des Brasseurs.

En France, le concept se développe plus tardivement. C'est seulement en 1997 que sera lancée dans l'Ain la première opération « capitaine de soirée » par le comité régional de la Prévention routière, la Fédération française des sociétés d'assurances et la Fédération nationale des agents d'assurance. L'opération, qui reprend le titre de l'une des chansons d'un groupe de rap primée à l'occasion d'un concours sur la sécurité routière dans ce département, fonctionne selon un principe simple : « Plusieurs fois dans l'année, les discothèques partenaires offrent une consommation gratuite au membre du groupe qui a décidé d'être sobre : le "capitaine de

28. Aline JULIA, « Le début d'une tradition ? », *Via Secura*, 1997, n° 37, p. 8-9.

29. Benoît GODARD, « A la santé de notre Bob », *Via Secura*, 1999, n° 45, p. 9.

30. Werner DE DOBBELEER, « Pas de fête sans Bob », *Via Secura*, 2002, n° 49, p. 12.

31. Jacqueline PRIGOGINE, *Les campagnes de sécurité routière de 1990 à 1995, Dossier n° 3 : l'alcool au volant*, Institut belge pour la sécurité routière, rapport dactylographié, 1995, 23 p.

soirée". À l'entrée de la boîte de nuit, celui-ci dépose les clés de la voiture et se voit remettre un tee-shirt "capitaine de soirée" et d'autres menus cadeaux. À la sortie, il souffle dans un éthylomètre avant de se voir rendre les clés du véhicule qu'il va conduire<sup>32</sup>. » Elle sera étendue l'année suivante à l'Ille-et-Vilaine, puis à la Seine-et-Marne avant un lancement national en 2000. Cette année-là, en Ille-et-Vilaine, 61 communes mettront leurs panneaux municipaux d'information à disposition de l'opération et 4 000 affichettes seront par ailleurs distribuées.

Pourquoi un tel retard ? C'est sans doute la collaboration avec les secteurs de la production et de la distribution qui a, en France, engendré des réticences, notamment dans les milieux de la prévention de l'alcoolisme parfois peu amènes vis à vis d'alcooliers accusés de vouloir fixer une norme socialement tolérable qui ne s'opposerait pas au développement commercial du marché des boissons alcooliques. Certains expriment en effet des doutes quant aux résultats d'un modèle qui, s'il « contribue évidemment à limiter les risques », « ne garantit [pas] que le conducteur choisi le temps d'une soirée va modifier durablement son comportement » et n'évite pas le fait que « le groupe qui a désigné son conducteur se sent en quelque sorte dédouané, et donc autorisé à boire davantage<sup>33</sup> ». D'autres opteront plutôt pour le concept du raccompagnement initié au Québec au milieu des années 1980 par un enseignant de l'Université Laval à Québec, Jean-Marie De Koninck, et plus connu sous le nom de Nez rouge. C'est ainsi que dans le Jura et en Alsace, à l'instar de la Suisse toute proche, se développera l'idée de proposer le « service d'un chauffeur privé gratuit et bénévole offert pendant la période des fêtes à tout automobiliste qui a consommé de l'alcool ou qui ne se sent pas en état de conduire son véhicule<sup>34</sup> ». « Si tu as un Hic pour rentrer, passe-nous le volant, c'est gratuit ! », annonce par exemple une affiche de l'opération nez Rouge lancée par la Ligue de la Violence routière à Strasbourg au moment des fêtes de fin d'année en 1990.

De fait, le concept du conducteur désigné met en avant deux logiques différentes, à l'œuvre depuis que le problème de l'alcool au volant taraude les esprits. Car un même slogan, « boire ou conduire », peut être interprété de manière radicalement différente, selon l'idée que les divers acteurs se font du problème et de la manière de le solutionner. Pour

32. Henri BLONDEL, directeur de la Prévention routière d'Ille-et-Vilaine, cité par Françoise LANCELOT, « Opération Capitaine de soirée », *La Terre*, 3 janvier 2001.

33. Maryse ESTERLÉ-HEDIBEL, « La prévention peut-elle s'adresser sous la même forme à tous les publics ? », *Alcool ou santé*, 2001, n° 1 [en ligne, sur le site de l'ANPAA].

34. « Un service confidentiel, efficace et gratuit », *Opération Nez Rouge*, dossier de presse, Québec, sans date, p. 9.

certains, souvent les plus intransigeants, la lutte contre l'alcool au volant n'aura de sens que si elle s'inscrit dans une démarche plus globale de diminution de l'alcoolisation, au point de n'être finalement qu'un objectif opérationnel parmi d'autres de la bataille engagée contre les excès alcooliques. Pour d'autres, plus pragmatiques, il s'agira d'abord d'éviter qu'une personne conduise sous l'empire d'un état alcoolique et puisse, dans cet état, faire courir des risques à autrui autant qu'elle en prend elle-même.

Reste que l'on peut se demander si, en France tout au moins, sous le coup des campagnes contre l'alcoolémie au volant, la norme implicite de consommation n'est pas devenue plus restrictive au fil des décennies. De la sobriété préconisée non sans mal dans les années cinquante car difficile, il est vrai, à définir, on est passé à la modération dans les années 1980 (c'est le temps du fameux « un verre ça va... trois verres bonjours les dégâts » lancé en 1984 par le Comité français d'éducation pour la santé) pour glisser petit à petit vers « la consommation faible<sup>35</sup> », c'est-à-dire bien en deçà de la « consommation raisonnable » que souhaiteraient de leurs côtés les groupements de producteurs. Une telle logique est compréhensible en matière de sécurité routière : le nombre d'accidents de la circulation où les excès alcooliques sont en cause plaide en effet en ce sens. Mais qu'en est-il lorsqu'on considère l'alcoolisation de la population en général ? Tout se passe en effet comme si, au fur et à mesure que l'alcoolisation diminuait en France, le seuil de tolérance vis-à-vis de celle-ci se réduisait inéluctablement. Dès lors, la prévention de l'alcool au volant ne risque-t-elle pas d'induire un glissement d'attitude au niveau des campagnes générales de prévention de l'alcoolisme, le passage progressif de la sobriété à l'abstinence comme modèle de référence ? Le modèle du conducteur désigné met peut-être un frein à cette tendance.

---

35. « Substituer la notion de consommation faible à la notion de consommation modérée », Stratégie d'action alcool, [www.sante-gouv.fr](http://www.sante-gouv.fr).

## ANNEXE

**L'affiche d'éducation sanitaire, une source pour l'historien de la santé**

Au long du XX<sup>e</sup> siècle, et tout particulièrement dans les années 1950 à 1970 où certaines ligues et organismes de prévention n'hésitaient pas à recourir à de grandes signatures, l'affiche a été un support privilégié de l'éducation sanitaire. Pour l'historien de la santé, elle est donc une source majeure pour appréhender et illustrer des thèmes aussi différents que la lutte contre les grands fléaux sociaux (tuberculose, cancer...), les conduites à risques (addictions, violence routière, hygiène et conditions de travail) ou encore la protection de la mère et de l'enfant (allaitement, vaccinations...). Tout comme elle l'est devenue pour les éducateurs sanitaires qui, redécouvrant ce patrimoine, l'utilisent depuis une vingtaine d'années à des fins de communication sociale, par exemple dans le cadre d'expositions (*Images de la santé. 100 ans d'affiches d'éducation pour la santé* en Belgique dans les années 1990 ou encore *130 ans de prévention de l'alcoolisme en France* par le CFES en 2000).

L'utilisation d'une telle source n'est toutefois pas sans poser quelques problèmes. Les conditions de conservation en sont disparates (certains organismes n'ont ainsi pas gardé de traces de celles qu'ils ont éditées et diffusées) ; il peut être impossible de les dater ou de les situer dans leur contexte et il est en règle générale très difficile d'en mesurer l'impact sur les populations. Pour lui donner davantage sens, l'affiche doit donc être soumise au crible de la critique historique comme n'importe quel autre document.

Pour ce qui concerne l'échantillon d'affiches utilisé ici, il résulte d'une part d'une collecte entreprise avec Jack Garçon, alors archiviste à l'ENSP, dans le cadre d'un projet de recherche financé par l'IREB sur la prévention de l'alcoolisme par l'affiche en France et dans quelques pays francophones (Belgique, Québec et Suisse), et d'autre part d'une recherche plus spécifique d'affiches récentes sur la question de l'alcool au volant. Dans le cadre de l'étude IREB, nous avons pu ainsi repérer quelque 400 affiches (dont près des deux tiers étaient des affiches françaises) : sur ce total, environ le quart se rapportait à la question de l'alcool au volant.

**Pour en savoir plus :**

FILLAUT Thierry, GARÇON Jack et MAUGER Michel, *Quand la santé publique s'affiche : 1945-1995, 50 ans, 50 affiches*, Rennes, Éditions de l'ENSP, 1995, 67 p.

FILLAUT Thierry, GARÇON Jack et BERNARDIN Muriel, « L'alcoolisme à l'affiche (1945-1995) », *Actualité et dossiers en santé publique*, n° 26, 1999, p. 20-22 (en ligne sur le site du HCSP).

FILLAUT Thierry, GARÇON Jack (dir.), *La prévention de l'alcoolisme par l'affiche en France, en Belgique, en Suisse et au Québec (1945-1995)*, Ensp-Chrisco-Ireb, Cd-Rom (diffusion par Éditions ENSP, 2003).

### Exemples d'affiches



*L'alcool provoque... 57% des accidents graves,*  
Farin, CNDCA, France,  
1955.  
Cliché ENSP.



Affichage routier du Haut Comité d'Étude et d'Information sur l'Alcoolisme, France.  
Photo extraite du rapport d'activité du HCEIA, 1958.



*L'alcool donne des ailes... Prudence !,*  
Jack Sey, CNDCA,  
France, 1963.  
Cliché ENSP.



*Encore un verre ? Non merci, je conduis,*  
G. Nicolitch,  
CNDCA/Prévention routière, France, 1968.  
Cliché ENSP.



*Non... je conduis,*  
CSSR, Ministère des Communications, Via Secura, Belgique,  
1970.  
Cliché ENSP.



**Évolution de la consommation alcoolique totale  
(en litres d'alcool pur par habitant) en Belgique et en France  
(1961-2000)**

Année	Belgique (l/hab.)	France (l/hab.)
1961	9,10	25,78
1965	10,14	24,69
1970	11,76	22,69
1975	12,85	21,96
1980	13,49	19,66
1985	12,66	17,22
1990	11,75	16,24
1995	10,72	14,53
2000	9,64 [1999]	13,31

Source : World Health Organization, WHO Statistical information system ([www3.who.int](http://www3.who.int)).

**Évolution du nombre de tués sur les routes  
en Belgique et en France  
(1950-2000)**

Année	Belgique	France
1950	1 051	
1955	1 059	8 058
1960	1 782	8 295
1965	2 441	12 150
1970	3 070	15 034
1975	2 340	12 996
1980	2 396	12 510
1985	1 801	10 447
1990	1 976	10 289
1995	1 449	8 412
2000	1 470	7 643

Sources : Belgique : Institut Belge de sécurité Routière (IBSR), *Sécurité routière, Statistiques 2001*, p. 3-7 [nota : nombre de décès enregistrés dans les 30 jours après l'accident].

France : [www.securite-routiere.org](http://www.securite-routiere.org) (site web animé par Claude Got), rubrique statistiques françaises [nota : nombre de décès enregistrés dans les six jours qui suivent l'accident].