



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le 25 novembre 2015

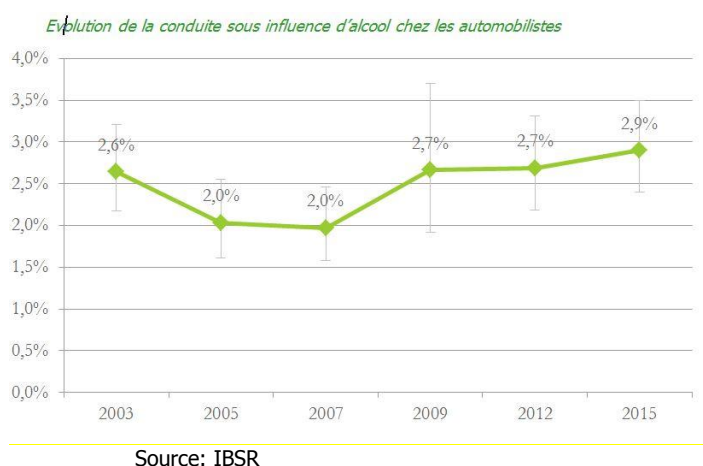
Lancement de la campagne Bob d'hiver: on n'est pas "Bob" à moitié

20^{ème} anniversaire du conducteur le plus connu en Belgique

La nouvelle campagne Bob est le fruit d'une collaboration entre les Régions, les Brasseurs belges et Assuralia. L'objectif principal de cette saison est de modifier la norme sociale qui s'est installée avec le temps selon laquelle Bob pourrait consommer quelques verres d'alcool avant de prendre le volant. Après 20 ans, il est grand temps de tordre le cou aux idées reçues: un vrai Bob ne boit pas d'alcool, quelles que soient les circonstances.

Alcool au volant: ampleur du phénomène

La toute nouvelle édition de la mesure de comportement alcool de l'IBSR montre qu'en moyenne, 2,9% des automobilistes conduisent avec une alcoolémie égale ou supérieure à 0,5 ‰. Par rapport aux éditions précédentes, il s'agit d'un résultat stable, voire en augmentation si l'on remonte plus loin dans le temps.



Cette trop grande tolérance vis-à-vis de l'alcool au volant de la part de certains conducteurs se traduit malheureusement dans les statistiques d'accidents. Chaque année, plus de 5400 accidents corporels impliquent au moins un usager sous l'influence de l'alcool, soit plus de 12% de l'ensemble des accidents (10% à Bruxelles, 11,9% en Flandre et 15,3% en Wallonie). Cela signifie donc qu'en Belgique, 1 accident corporel sur 8 est dû à l'alcool.

Bob fête ses 20 ans

Lancé en 1995, Bob est désormais une icône de la culture populaire belge. Il a su s'imposer comme étant LA solution que l'on prévoit avant de sortir faire la fête. Les résultats de la campagne d'hiver l'an dernier ont été plus que convaincants: seulement 2,8 % des personnes contrôlées étaient positives. Le résultat le plus bas jamais atteint, soit une raison de plus pour célébrer 20 ans d'efficacité.

La notoriété de BOB ont incité les trois Régions à conserver le concept pour rester très efficace au niveau de la prévention. Une collaboration qui s'inscrit donc dans la continuité et la cohérence. Un atout précieux pour agir directement sur l'une des causes les plus importantes des accidents graves.

La campagne de cette année mettra cet anniversaire à l'honneur, grâce notamment à la participation d'Assuralia qui fera circuler un cake-truck lors de grands événements en Belgique et offrira des morceaux de gâteaux pour fêter Bob avec tous les Belges.

Enfin, de nombreuses activités seront organisées lors du "week-end sans alcool" du 15 au 18 janvier 2016 afin de soutenir les contrôles intensifs de la police. Les conducteurs totalement sobres se verront offrir l'un des sacs Bob exclusifs contenant de nombreux cadeaux et des accessoires Bob pour fêter ce vingtième anniversaire avec nos équipes sur place. Cet événement sera relayé par les médias nationaux ainsi que via les réseaux sociaux.

Nouvelle campagne

Toute la campagne s'articule autour d'un message-clé : "*On n'est pas Bob à moitié*".

Affiches routières

Visible au bord de nos (auto) routes du 30 novembre 2015 au 3 janvier 2016 inclus, l'affiche représente un sous-verre sur une table. Un visuel simple et clair qui met le message en avant sans distraire le conducteur.



Ce même visuel sera visible sur des affichettes dans les lieux publics ainsi que dans de nombreux cafés et restaurants.

Transports en commun

Beaucoup d'amis mais aucun Bob ? Comptez sur les transports en commun et les chauffeurs de taxis pour rentrer en toute sécurité...Grâce au soutien de Bruxelles Mobilité et de la STIB, les bus feront la promotion de la campagne Bob en Région Bruxelles-Capitale. De Lijn mettra également les moyens nécessaires pour que la campagne soit aussi visible en Flandre. Et enfin, le TEC soutient également la campagne en Wallonie.

Le Groupement national des entreprises de voitures de Taxis (GTL) fournira également plus de 4.000 autocollants aux chauffeurs afin de montrer leur soutien à la campagne Bob.

Spots Radio

La campagne se décline également en radio en décembre et en janvier. Au programme: des spots de 15 à 20 secondes avec une petite touche d'humour.

Qu'il s'agisse d'un chirurgien au bloc opératoire ou d'une personne qui trie son linge avant de le laver, le message est toujours le même: faire les choses à moitié ne suffit pas, on n'est pas Bob à moitié non plus.

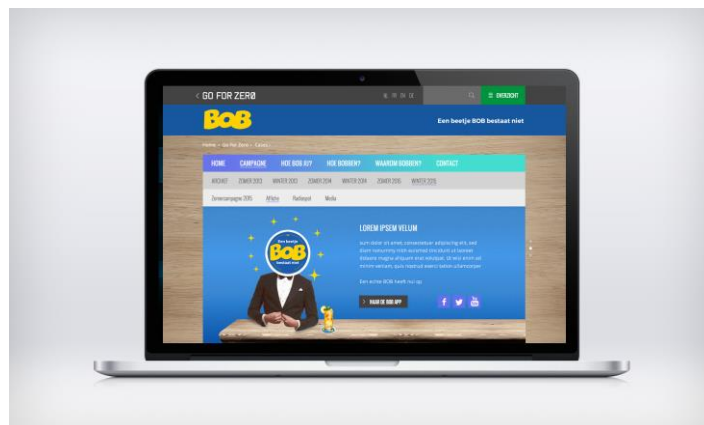
Réseaux sociaux

Les réseaux sociaux seront, eux aussi, bien activés: par le biais d'une application Facebook, il sera possible de nommer son Bob favori pour le remercier, mais aussi pour qu'il puisse être élu Bob de la semaine et gagner une boîte cadeau Bob comprenant quatre tickets pour Bobbejaanland et des goodies exclusifs pour les 20 ans de Bob. La "battle Bob" est lancée ! Les assureurs soutiendront la promotion en ligne du concours par le biais de leurs canaux.



Site internet

Toutes les informations relatives à la campagne et aux meilleures manières de *bobber* se trouvent sur le site www.bob.be.



Les communes pourront notamment y réaliser une affichette personnalisée ; les particuliers, un badge à leur nom et les restaurants/café, un sticker unique en son genre... De quoi décliner la campagne à l'infini !

Horeca

Les Brasseurs belges et Febed (la Fédération belge des distributeurs en boissons) soutiennent également la campagne Bob cet hiver, en diffusant plus de 2 millions de sous-verres inspirés de la campagne d'affichage dans les restaurants et cafés, toujours considérés comme étant des lieux à risques pour les conducteurs.



Au verso du sous-verre, on retrouve toutes les indications pour participer au concours Facebook.

Actions sur le terrain

Cet hiver, des équipes Bob sillonneront de grandes soirées belges avec leur "Machine à Souffler" qui permettra aux vrais Bob, à savoir ceux qui sont négatifs au test d'alcoolémie, de gagner le porte-clés Bob "Edition Limitée 20 ans" ainsi que d'autres cadeaux, une action possible grâce à la participation de la Loterie Nationale.

Elles se rendront aussi aux postes de contrôles pendant le weekend sans alcool à la recherche des vrais Bob pour récompenser ces conducteurs particulièrement responsables par un petit cadeau. De quoi en inciter plus d'un à ne plus boire d'alcool avant de prendre le volant.

Contrôles

Cette année également, des contrôles de police ciblés seront organisés afin de soutenir et de renforcer le message de la campagne Bob du 27 novembre au 25 janvier. Les chiffres montrent chaque année que la combinaison sensibilisation/contrôles produit des résultats efficaces. C'est la raison pour laquelle le nombre de contrôles sera sensiblement augmenté lors du "week-end sans alcool" du 15 janvier 2016 à 18h au 18 janvier 2016 à 6h. Lors de ces contrôles, les policiers distribueront le porte-clés "édition limitée" des 20 ans de Bob.

Personnes de contact:

Belinda Demattia - porte-parole AWSR - 0498/04.83.61

Audrey Jacquiez - porte-parole du Ministre Maxime Prévot - 0497/16.18.61

Pierre Migisha - porte-parole de la Secrétaire d'Etat Bianca Debaets - 0475/72.04.12

Jeroen Tiebout - porte-parole du Ministre Ben Weyts - 0477/99.80.88