



# ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

## Alcoolemie

Question écrite n° 39591

### Texte de la question

M. Jean-Luc Warsmann attire l'attention de Mme le secrétaire d'Etat aux transports au sujet de l'usage volontaire de l'ethylo-test. Il lui demande quels sont les résultats de la campagne de prévention menée depuis novembre dernier quant à l'utilisation des ethylo-tests, et dans quelle proportion les accidents de la circulation consécutifs à une conduite en état d'ivresse ont diminué du fait de cette campagne. En outre, il lui demande si elle compte mettre en œuvre une campagne de promotion des ethylo-tests, lors du passage des conducteurs aux péages. En effet, une telle offre permettrait aux conducteurs de s'autotester, dans des situations où ils n'auraient pas envisagé de le faire sans remise gratuite. Cela contribuerait à développer le réflexe de l'autotest et ainsi rendre ce geste naturel. Enfin, il lui demande quelles autres mesures elle compte mettre en œuvre pour promouvoir l'usage volontaire des ethylo-tests.

### Texte de la réponse

L'alcool est un thème de communication majeur dans la lutte engagée par le Gouvernement pour lutter contre l'insécurité routière. La campagne nationale par télévision et affichage, menée en deux périodes (novembre-décembre 1995 et février-mars 1996) pour promouvoir l'utilisation des ethylo-tests, a donné de bons résultats. Le post-test a montré que 87 p. 100 des conducteurs ont été touchés et 24 p. 100 se sont renseignés dans les lieux de vente. 7 p. 100 ont indiqué en avoir acheté au moins un exemplaire et 16 p. 100 ont déclaré vouloir le faire. Ces chiffres sont confirmés par les livraisons des deux plus grands fabricants qui, sur huit mois, ont vendu plus de 10 millions d'ethylo-tests, généralement conditionnés par deux ou trois. Cela revient à dire que plusieurs millions de conducteurs ont suivi le conseil « Autotestez-vous ». Parallèlement, mais sans vouloir faire un lien direct entre cette campagne et l'insécurité sur nos routes, on constate que celle-ci baisse de façon continue depuis des mois, et atteint maintenant les niveaux les plus faibles constatés depuis 40 ans. Cette campagne nationale est maintenant relayée par de nombreuses actions locales et par des partenaires, comme des automobiles-clubs, des assurances et des mutuelles qui tous diffusent des ethylo-tests. Le but pédagogique de la campagne était d'inciter l'utilisateur à se procurer par lui-même un ethylo-test. En effet, cette démarche volontaire se trouve être psychologiquement plus importante que la simple utilisation d'un échantillon distribué gratuitement et pouvant être considéré comme un gadget. Dans ces conditions, il n'est pas envisagé de diffusion gratuite et en masse d'ethylo-tests aux péages autoroutiers.

### Données clés

**Auteur :** [M. Warsmann Jean-Luc](#)

**Circonscription :** - RPR

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 39591

**Rubrique :** Sécurité routière

**Ministère interrogé :** transports

**Ministère attributaire :** équipement, logement, transports et tourisme

Date(s) clé(s)

**Question publiée le** : 3 juin 1996, page 2951

**Réponse publiée le** : 15 juillet 1996, page 3859