

Communiqué de Presse

Paris le 18 Mai 2011



Alexis Helcmanock
Directeur du Pôle Automobile,
Services, Business &
Technologies

GfK Custom Research France

Tel : +33 1 47 14 45 14

Mob : +33 66 3 300 400

Alexis.helcmanock@gfk.com

GfK Custom Research France
10 rue Lionel Terray
92508 RUEIL MALMAISON CEDEX
FRANCE

Tel. + 33 1 47 14 45 14

Fax + 33 1 47 14 45 16

www.gfk.com

Sondage Exclusif GfK Custom Research : 5 jours après l'annonce par le Gouvernement de la suppression des panneaux annonçant les radars fixes, et l'interdiction des avertisseurs de radars, les Français ne comprennent pas cette décision et semblent décider à ne pas appliquer la loi !

79% des Français pensent que la suppression des panneaux annonçant les radars fixes ne va pas améliorer la sécurité sur les routes !

90% des Français équipés d'avertisseurs de radars n'envisagent pas d'appliquer la loi qui les rend illégaux !

Une annonce qui n'est pas comprise sur le fond, et qui n'est pas perçue comme applicable dans les faits.

Paris le 15 mai 2011 : Sacrés automobilistes Français ! L'annonce mercredi dernier par le Gouvernement de la suppression des panneaux annonçant les radars fixes, et rendant illégaux les avertisseurs de radars, semble avoir déclenché une poussée de désobéissance civile en France.

Manque de pédagogie du Gouvernement, caractère abrupte de la décision, exutoire d'un ras le bol des Français au volant, de nombreux paramètres peuvent expliquer l'incompréhension et le rejet massif des Français vis-à-vis de cette nouvelle mesure.

GfK Custom Research, via le premier sondage exclusif dédié à ce sujet, fait un point objectif sur l'opinion des Français vis-à-vis de ces annonces.

Largement médiatisés, les projets annoncés par le Gouvernement sont tout d'abord parfaitement connus des Français : 96% d'entre eux ont entendu parler de la suppression des panneaux d'annonce des radars fixes, et 90% d'entre eux sont au courant que les avertisseurs de radars seront bientôt illégaux.

Face à ces 2 décisions, les Français sont à la fois surpris et très dubitatifs quant aux objectifs attendus de cette décision :

- 79% des Français ne pensent pas que la suppression des panneaux annonçant les radars fixes va améliorer la sécurité sur les routes de France.
- 71% des Français ne pensent pas que rendre illégaux les avertisseurs de radars va améliorer la sécurité sur les routes de France.

« Clairement cette étude démontre que les projets du Gouvernement ne sont pas du tout compris par les Français, qui donc les rejettent en bloc », analyse Alexis Helcmanocki, Directeur du Pôle Automobile, Services, Business & Technologies chez GfK Custom Research. « Sans vouloir entrer dans une quelconque polémique, notre sondage démontre de manière factuelle que les Français doutent fortement du bien fondé de ces décisions, et que 78% d'entre eux craignent même que ce ne soit un moyen pour l'état de s'enrichir via les amendes ».

Les avertisseurs de radars sont perçus par leurs utilisateurs comme de véritables outils d'amélioration de leur conduite et donc de la sécurité au volant.

Pour les Français équipés d'avertisseurs de radars, la décision de rendre illégaux ces appareils est perçue comme totalement contre-productive :

- 91% des possesseurs d'avertisseurs de radars pensent que, en affichant en permanence la vitesse limite autorisée, ces avertisseurs les encouragent à respecter les limitations de vitesse.
- 92% des possesseurs d'avertisseurs de radars pensent que, en les informant en temps réels des zones à risques (bouchons, accidents...), les avertisseurs de radars permettent de diminuer les risques au volant.

« Les Français utilisent les avertisseurs de radars, pour la plupart communautaires, comme de véritables outils d'amélioration de leur conduite et de leur sécurité au volant », rajoute Alexis Helcmanocki, Directeur du Pôle Automobile, Services, Business & Technologies chez GfK Custom Research. « Résumer l'usage des avertisseurs de radars à de simples outils pour éviter de se faire piéger est une vision très réductrice de l'utilisation des utilisateurs de ces appareils ».

Les Français ne comprennent pas ce projet de loi, et envisagent de pour plus de 90% d'entre eux ne pas respecter la loi, soit parce qu'ils ne le peuvent pas, soit parce qu'ils ne le souhaitent pas.

Pour les Français équipés d'avertisseurs de radars, se rajoute à l'incompréhension un doute réel sur leur volonté et leur capacité à appliquer la loi et ne plus utiliser leurs avertisseurs de radars :



- 69% des possesseurs d'avertisseurs de radars ne comprennent pas comment ils pourraient ne plus avoir d'avertisseurs de radars dans leur véhicule, car soit ce produit est intégré à leur GPS monté d'origine dans leur voiture, soit ils utilisent leur Smartphone avec une application d'avertisseurs de radars.
- 21% des possesseurs d'avertisseurs de radars refusent tout simplement de se plier à la loi, et déclarent qu'ils continueront à utiliser ces produits, quitte à être dans l'illégalité.
- Seulement 10% des possesseurs d'avertisseurs de radars sont fatalistes et déclarent qu'ils n'utiliseront plus ces produits lorsque la loi sera passée.

« Cette mesure est incomprise, et perçue comme impraticable, ce qui peut créer, chez les Français, un sentiment de cassure entre le pouvoir et leur réalité quotidienne », conclu Alexis Helcmanocki, Directeur du Pôle Automobile, Services, Business & Technologies chez GfK Custom Research. « Au final, cette mesure est très impopulaire, surtout face à des automobilistes qui apprécient les avertisseurs de radars pour l'aide qu'ils apportent dans la sécurité au volant ».

L'étude

Etude par sondage on-line réalisée par GfK Custom Research du 14 au 15 mai 2011, auprès de 1000 Français représentatifs de 18 ans et plus.

A propos du Groupe GfK

Le Groupe GfK se classe au 4^{ème} rang mondial des instituts d'études marketing. Ses activités couvrent trois domaines : Custom Research, Retail and Technology et Media. GfK compte plus de 115 filiales réparties sur 100 pays. L'effectif global à fin 2008 était de 10 000 employés. Le Groupe GfK a réalisé un chiffre d'affaires de 1 220 millions d'euros en 2008. Pour en savoir plus, visitez le site Internet: www.gfk.com.

Contacts presse :

Alexis Helcmanocki, Directeur du Pôle Automobile, Services, Business & Technologies, GfK Custom Research France.

Alexis.helcmanocki@gfk.com, 01 47 14 45 14, 06 63 300 400