

Victimes & Citoyens et Fred & Farid Paris lancent "L'odeur de la mort" : une campagne de prévention innovante contre la conduite sous l'emprise de stupéfiants

Paris, 6 avril 2023

Les stupéfiants, dont le cannabis, provoquent chaque année le décès de 700 personnes sur la route et sont responsables de 21% de la mortalité routière.

Face à l'augmentation des accidents mortels liés à la conduite sous l'emprise de stupéfiants, l'association Victimes & Citoyens s'allie à l'agence Fred & Farid Paris pour dévoiler une campagne de sensibilisation contre les risques routiers : "L'odeur de la mort".

Cette campagne exploite de façon inédite une technologie d'impression olfactive : un vernis constitué de microcapsules qui, au contact de la peau, libèrent une odeur de cannabis spécialement développée pour l'occasion. Le dispositif est déployé avec un tirage de 100 000 exemplaires dans une double page du magazine So Foot, dont les lecteurs font partie des cibles les plus exposées aux dangers de la consommation de cannabis au volant.

Sur le recto de cette double page, un message invite le lecteur à froter la page suivante. Au verso, un homme au volant de sa voiture, adoptant un comportement dangereux et irresponsable (il dépasse un autre véhicule en franchissant une ligne blanche) est sur le point de provoquer un accident. En frottant cette page, le lecteur se rend compte rapidement que celle-ci se met à sentir l'odeur du cannabis, donnant ainsi une explication au comportement dangereux de ce conducteur.

Mettant à profit l'odorat, souvent sous-exploité en publicité, la campagne s'appuie sur l'utilisation de ce sens pour influencer les comportements et sensibiliser le public. Sans que nous en soyons conscients, notre odorat est le sens qui stimule le plus la mémorisation. Le pouvoir d'une odeur est plus rapide et plus intense que celui de toutes les autres perceptions sensorielles. C'est la synergie entre l'odorat et la vision qui crée l'efficacité de ce dispositif de communication.

Cette campagne vise à sensibiliser les conducteurs aux dangers de la conduite sous l'emprise du cannabis et fait écho aux préoccupations actuelles des médias, qui s'alarment du fléau de la conduite sous influence de stupéfiants.

Julien THIBAUT, Président de l'Association Victimes et Citoyens, déclare : *« La période de sortie de cette campagne coïncide avec les actualités qui dénoncent le fléau des conduites sous influence de stupéfiants. L'un des premiers leviers pour les combattre est la prévention. L'image que véhicule le cannabis ou les autres drogues reste malheureusement celle de la "coolitude". Or, il n'y a rien de cool ni de responsable à prendre la route en sachant que nos sens sont perturbés par des psychotropes. La force de cette campagne réside non seulement dans l'association d'une odeur évoquant des souvenirs plus ou moins agréables, mais également dans son pouvoir d'alarme : ces consommations liées à la conduite tuent et causent*

des ravages sur les routes. Il devient donc impératif de faire comprendre au plus grand nombre que ces comportements sont incompatibles avec la conduite. »

Victimes et Citoyens et Fred & Farid Paris envisagent de lancer un second volet de cette campagne, en y intégrant une odeur d'alcool.