

# COMMUNICATION - PARTAGE DE LA RUE

## Contexte et mise en place : été 2018

Dans la continuité de ses actions visant à développer et à rendre plus agréable la pratique des modes de transports dits « doux » et/ou « actifs », la Métropole de Lyon a réfléchi (en partenariat avec les associations d'usagers) à une stratégie de communication sur le partage de la rue qui vise à :

- sensibiliser les habitants de la Métropole au partage de la rue ;
- faire connaître et expliquer ses codes, montrer que nous sommes tous, tour à tour vulnérables en rappelant la règle de la priorité aux plus fragiles ;
- apaiser la cohabitation des modes et ne pas les dresser les uns contre les autres ;
- accompagner de manière ludique la sensibilisation (Police municipale, associations).

Pour sensibiliser au mieux aux bonnes conduites à adopter pour le partage de la rue, la Métropole de Lyon a développé une campagne de communication qui s'appuie sur l'identité visuelle de la web-série appelée « Z'œufs code ».



## Le concept de la campagne « Z'œufs code »

### La symbolique de l'œuf :

- Métaphore : symbole du vivant
- Capital positif : image positive des personnages
- Champs lexical très riche : jeu de mots nombreux autour des œufs
- Incarne la fragilité (la loi du plus faible dans la rue)

### ... mais aussi :

- L'égalité : rien ne ressemble plus à un œuf qu'un autre œuf, nous sommes tour à tour piétons, automobilistes, cyclistes.
- L'intégrité : le ton n'est pas « dramatique » malgré les fins tragiques de certains œufs.



## Lancement et déploiement : 31 octobre 2018

Dès le 31 octobre 2018, la Métropole de Lyon va diffuser des outils de communication dans toutes les communes et associations d'usagers avec lesquelles elle a œuvré :

- Un « **petit guide des bonnes conduites** » (15 000 exemplaires) + téléchargement grandlyon.com
- Une **web-série** sur sa chaîne YouTube : 3 saisons de 4 épisodes chacune : <https://www.youtube.com/watch?v=IKVleVow1ZY>
  - ↳ Relayée sur les réseaux sociaux de la Métropole de Lyon à partir du 07/11.
- De **l'affichage** dans toute la Métropole (réseau JCDecaux, Clear Channel, cul de bus, habillage d'ascenseurs, diffusion i-TCL).

### Support texte :

#### Pour vos réseaux sociaux : un propos synthétique mais adapté au teaser

Avec Z'œufs code, mettez-vous dans la peau d'un œuf et apprenez à mieux partager la rue !

↳ Attention à ne pas finir en omelette : <http://bit.ly/ZoeufsCodeS1>

#### Brève :

Automobiles, deux roues motorisés, vélos, piétons... Le nombre d'usagers de la rue ne cesse d'augmenter, et avec lui, un constat sans appel : les accidents corporels – et notamment les accidents mortels - ont augmenté ces dernières années sur le territoire de la Métropole de Lyon (+ 6 % en 2017).

Pour améliorer la sécurité de tous les usagers de la rue ainsi que la cohabitation des modes de déplacements, la Métropole de Lyon – en concertation et en partenariat avec les associations d'usagers – lance une campagne autour du « partage de la rue ». Portée par la web-série « Z'œufs code », cette campagne de communication volontairement décalée et pédagogique questionne le public sur ses propres pratiques et usages de la rue en proposant deux scénarii interactifs – avec le bon ou le mauvais comportement – qui décideront du destin des « Z'œufs », qui sont tour à tour automobilistes, cyclistes et piétons.

## **Article :**

Ces dernières années, les actions menées par les collectivités pour développer les modes de déplacements alternatifs à la voiture ont permis de réduire l'usage de l'automobile au profit des transports en commun, du vélo et de la marche à pied. Ainsi, les déplacements à vélo ont été multipliés par 6 depuis 2001. Cette hausse significative de l'usage du vélo vient concrétiser la volonté de la Métropole de Lyon de renouveler la ville autour d'une mobilité plus durable et d'un cadre de vie plus agréable pour tous.

### **Le paysage urbain a changé, le partage de la rue aussi...**

La rue est un espace qui se partage et la sécurité des déplacements en ville nécessite que chacun adopte le bon comportement en s'adaptant aux conditions de circulation des uns et des autres. Face à l'intensification des flux en milieu urbain, le constat est sans appel : les accidents corporels – et notamment les accidents mortels - ont augmenté ces dernières années sur le territoire de la Métropole. On relève aujourd'hui 1600 accidents corporels par an, touchant essentiellement les plus fragiles, piétons et cyclistes. Et le partage de l'espace entre les différents modes de déplacement conduit parfois à la confrontation. Pour prévenir ces dangers, le code de la route a évolué et a introduit le principe de prudence. Il précise que le conducteur « doit à tout moment adopter un comportement prudent et respectueux envers les autres usagers des voies ouvertes à la circulation. Il doit notamment faire preuve d'une prudence accrue à l'égard des usagers les plus vulnérables » (art. R.412-6 du Code de la route).

Afin d'améliorer la sécurité de tous les usagers de la rue ainsi que la cohabitation des modes de déplacements, la Métropole – en concertation et en partenariat avec les associations d'usagers, notamment piétons et cyclistes – lance une vaste campagne de communication autour de la problématique du « partage de la rue ». Volontairement décalée et pédagogique, cette campagne vise à interpeller et sensibiliser le public sur ses propres pratiques et usages de la rue via une web-série ludique intitulée « Z'œufs code ». Composée de 3 saisons de 4 épisodes chacune, cette web-série met en scène des œufs (tour à tour automobilistes, cyclistes, piétons) dans des situations vécues quotidiennement par les différents usagers de la rue. Le ton ludique et décalé permet à la web-série de faire participer l'internaute en lui offrant un choix entre deux options lors du visionnage de la vidéo : le mauvais comportement – avec une fin souvent dramatique qui coupe court aux aventures des œufs – et le bon comportement à adopter – qui permet de visionner l'intégralité des péripéties des petits œufs. Relayée sur les réseaux sociaux, sur le réseau d'affichage de la Métropole de Lyon mais également déclinée sous un format « guide des bonnes conduites » plus pédagogique, la campagne « Z'œufs code » veut sensibiliser tous les publics au partage de la rue.