“Cette pub a été écrite par des bisounours ou quoi ?” : à Nantes, une campagne contre l’insécurité loin de faire l’unanimité

24/11/2017 à 22h32

La légèreté du ton choisi pour sensibiliser au « respect et au civisme » ne convainc par les conducteurs et voyageurs…



Objectif : sensibiliser le grand public au civisme et au respect dans les transports en commun. L’opération, qui aura coûté 40.000 euros, fait suite au ras-le-bol exprimé en octobre par le personnel de la Tan au sujet des agressions et insultes dont ils sont trop souvent victimes.

Si la démarche est unanimement appréciée, le ton décalé de la

campagne, les mots choisis, sont loin de faire l'unanimité chez les conducteurs et agents. « Je l'ai découverte ce matin et je la trouve complètement nulle ! C'est gentillet quoi », réagit Michel. « Je ne pense pas que ça va émouvoir ceux qui nous insultent ou nous mettent un poing dans la gueule parce qu'ils ont passé une mauvaise journée », est convaincu Mickaël*. « On fait déjà beaucoup d'information et ça ne marche pas. Peut-être que des phrases ou images chocs, un peu comme le fait la Sécurité routière, seraient plus efficaces », complète Frédéric. « Des photos avec des situations concrètes ce serait plus clair », abonde Sébastien.

Les voyageurs interrogés semblent à peine plus convaincus. « Cette pub, elle a été écrite par des bisounours ou quoi ? Ça ne marche pas comme ça dans la vraie vie », se moque Amel.

20minutes