

Changement d'heure

83 % des Français inquiets pour leur sécurité sur la route lorsque la visibilité baisse¹

- Dans la nuit de samedi à dimanche, le passage à l'heure d'hiver s'accompagnera d'une baisse de luminosité en fin de journée. Sur la route, piétons, cyclistes et utilisateurs de trottinettes seront alors moins visibles et plus vulnérables.
- Un changement d'heure qui n'est pas sans conséquence : 43 % des décès de piétons surviennent entre octobre et janvier et le nombre d'accidents impliquant un piéton augmente de 34 % entre 17h et 19h après le passage à l'heure d'hiver.²
- Selon la nouvelle édition du baromètre d'Assurance Prévention, l'association de prévention de France Assureurs, 83 % des Français se disent inquiets pour leur sécurité lorsque la visibilité diminue et 43 % déclarent avoir déjà été concernés par un accident ou un quasi-accident lié à une baisse de visibilité.
- À l'occasion du passage à l'heure d'hiver, Assurance Prévention rappelle l'importance de se rendre visible et d'adopter les bons réflexes sur la route.

Sensibilisation sur le terrain dans 10 villes

Le 24 octobre de 7h à 10h et de 16h à 19h
et le 25 octobre de 8h à 11h et de 16h à 19h



Les équipes d'Assurance Prévention iront à la rencontre des piétons, cyclistes et trottinettistes pour les sensibiliser à la baisse de visibilité et leur remettre des kits de visibilité (*stickers rétro réfléchissants, porte-clés, brassards led et flyers*).

Cette opération aura lieu à Paris (Bastille, République et Saint-Lazare) et dans 9 autres villes : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Rennes, Strasbourg et Toulouse.

**Contactez-nous pour organiser votre venue
et des interviews avec les porte-paroles et le public :**
Florine Liétin – flietin@entrenoussoitdit.fr – 06 95 59 21 62
Claire Mathurin – cmathurin@entrenoussoitdit.fr – 06 30 10 92 22

Une inquiétude toujours forte face à la baisse de visibilité

83 % des Français sont inquiets pour leur propre sécurité lorsque la visibilité diminue, 78 % pour celle des autres usagers et 91 % des parents pour celle de leurs enfants.

Ce sentiment de vulnérabilité sur la voie publique en cas de baisse de visibilité est particulièrement marqué chez les cyclistes (90 %), les usagers de 2 roues motorisées (84 %), les piétons (83 %) et les utilisateurs de trottinettes électriques (EDPM) (82 %).

¹ Étude réalisée par Toluna Harris Interactive pour l'association Assurance Prévention en ligne du 26 au 29 septembre 2025 auprès d'un échantillon de 2 058 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.

² Source : <https://www.onisr.securite-routiere.gouv.fr/etudes-recherches/environnement-et-infrastructures/saisonnalite/passage-lheure-dhiver>

Si les Français se montrent vigilants à l'approche du changement d'heure, leur attention recule toutefois cette année. Ainsi, 73 % prévoient de renforcer leurs précautions à l'approche du changement d'heure contre 77 % en 2024. Une évolution qui contraste avec la réalité du risque : 43 % des usagers ont déjà été confrontés à un accident ou un quasi-accident lié à une baisse de visibilité.

Des comportements prudents mais encore perfectibles

75 % des Français estiment avoir les bons réflexes de sécurité au quotidien sur la voie publique et 71 % en cas de baisse de visibilité (+3 points par rapport à 2024). Les bons gestes en cas de baisse de la visibilité progressent également :

- 74 % des cyclistes allument leurs feux (+ 2 points) et 56 % portent un casque (+ 6 points).
- 74 % des piétons empruntent les trottoirs et les passages piétons (+ 1 point) et 61 % limitent l'usage du téléphone lorsqu'ils marchent (+ 5 points).
- 58 % des utilisateurs de trottinettes électriques allument leurs feux (+ 3 points) et 52 % privilégient les rues éclairées pour circuler (+ 9 points).

Mais certaines pratiques restent à améliorer. Les utilisateurs de trottinettes électriques et autres engins de déplacement personnel motorisés demeurent particulièrement exposés : seuls 49 % empruntent les voies dédiées (-6 points) alors que 30 % d'entre eux ont déjà été victimes d'un accident lié à une baisse de visibilité.

De manière plus générale, la vigilance ne se traduit pas toujours en comportements concrets : à la tombée de la nuit, seuls 51 % des cyclistes et 43 % des utilisateurs de trottinettes électriques portent des accessoires réfléchissants, et seulement 28 % des piétons optent pour des vêtements clairs.

Enfin, les usagers vulnérables sont perçus comme peu visibles sur la route : seuls 25 % des cyclistes, 24 % des piétons et 19 % des trottinettistes sont jugés bien visibles lorsque la luminosité baisse.

Une campagne nationale pour rappeler les bons réflexes



57 % des Français estiment que le passage à l'heure d'hiver complique la cohabitation entre les différents usagers de la route et 31 % reconnaissent être mal informés sur les risques liés à la baisse de visibilité sur la route, une proportion en hausse cette année.

Un constat qui souligne la nécessité de poursuivre les actions de sensibilisation. Afin de rappeler la bonne attitude à adopter, Assurance Prévention déploie une campagne presse et digitale afin d'encourager tous les Français à se rendre visibles sur la route. L'association ira également à la rencontre des Français dans 10 villes pour transmettre les bons réflexes en cas de baisse de la visibilité.

« Chaque année, le changement d'heure est un moment clé pour rappeler l'importance d'être visible sur la route. Même si les Français ont intégré les bons réflexes, ils doivent continuer à les

appliquer au quotidien. Se rendre visible, c'est se protéger et protéger les autres. » explique Éric Lemaire, vice-président d'Assurance Prévention.

Pour connaître les lieux et horaires précis de distribution : <https://www.assurance-prevention.fr/nos-actions/campagne-visibilite-changement-heure-2025>.

Contacts presse :

Agence Entre nous soit dit

Florine Liétin / Claire Mathurin

06 95 59 21 62 / 06 30 10 92 22

flietin@entrenoussoitdit.fr / cmathurin@entrenoussoitdit.fr

À propos de l'association Assurance Prévention :

Assurance Prévention est l'association de prévention de France Assureurs au service de la prévention des risques du quotidien. Elle regroupe les 253 entreprises d'assurance et de réassurance adhérentes de France Assureurs, représentant 99 % du marché des entreprises régies par le Code des assurances. Elle porte en leur nom des actions pour sensibiliser les populations aux risques de la vie quotidienne dans différents domaines : route, santé, sport et loisirs, accidents domestiques, risques naturels, numériques... Seule ou en partenariat avec les pouvoirs publics ou d'autres organismes, Assurance Prévention conduit des études scientifiques et des enquêtes afin d'améliorer la compréhension des risques et déploie des campagnes de communication et des actions de terrain pour faire connaître les comportements à adopter afin de limiter les risques et leurs effets.

« Ensemble agir, chaque jour prévenir » est la raison d'être d'Assurance Prévention.