



Communiqué de presse

Lancement de la nouvelle campagne cross-média : « Sécurité Routière au Travail – Les petites contraintes »

L'Association d'assurance accident [AAA], l'Union des Entreprises Luxembourgeoises [UEL], la Sécurité Routière, le Centre de Formation pour Conducteurs [CFC], en partenariat avec le Ministère de la Mobilité et des Travaux publics, lancent au mois de février 2026 la nouvelle campagne cross-média « **Sécurité Routière au Travail – Les petites contraintes** ».

Le concept de la campagne met en lumière les **petites contraintes du quotidien** liées au respect des règles de sécurité routière dans un contexte professionnel : porter sa ceinture et froisser son vêtement, ignorer un appel pendant la conduite, refuser un verre d'alcool lors d'un moment convivial. Des situations simples et universelles, dans lesquelles chacun peut se reconnaître, et qui sont pourtant souvent à l'origine du non-respect des bonnes pratiques.

À travers des scènes de vie **humaines, réalistes et teintées d'humour**, la campagne rappelle que ces désagréments lors de déplacements professionnels sont minimes comparé à ce qu'elles permettent de préserver : **un trajet sécurisé dans le cadre du travail**.

Déployée dans le cadre d'un **dispositif cross-média**, la campagne est diffusée sur les panneaux autoroutiers au Luxembourg, avec une présence accrue sur les réseaux sociaux, à la radio, en out-of-home, ainsi que via des visuels publiés en ligne et sur supports imprimés. Elle s'adresse à un large public et illustre l'engagement en faveur de la sécurité routière sur le lieu de travail à travers des situations concrètes et familières.

Par cette approche positive et complice, la campagne Sécurité Routière au Travail invite les employeurs et les salariés ainsi que les personnes en charge de la sécurité au travail, à **adopter durablement les bons réflexes**, afin de réduire les risques liés aux trajets professionnels et domicile-travail.

Cette campagne s'inscrit dans le cadre de la stratégie nationale VISION ZERO, qui vise à prévenir les accidents du travail, de trajet et les maladies professionnelles, en partant du principe que tout accident est évitable et que la prévention repose sur une responsabilité partagée. Les accidents professionnels de la circulation figurent parmi les principales causes de mortalité liée au travail : au Luxembourg, 25 accidents de trajet mortels ont été recensés entre 2019 et 2024.

Partenaires de la campagne :



Afin de renforcer la prévention du risque routier en entreprise, des guides pratiques, complémentaires à la campagne, proposent des **mesures concrètes articulées autour de 7 engagements** forts. Ils invitent les entreprises à sensibiliser leurs salariés pour promouvoir une culture de prévention durable.

Une **affiche de participation**, personnalisable avec le logo de l'entreprise, est également mise à disposition pour sensibiliser les collaborateurs et mettre en valeur la participation de l'entreprise au sujet de la sécurité routière au travail.

L'objectif est de développer la communauté d'entreprises engagées qui souscrivent en faveur de la VISION ZERO et contribuent ainsi à l'effort national de prévention. L'adhésion à la VISION ZERO leur permettra d'accroître leur visibilité à travers différents médias. A ce jour, **345 entreprises engagées** ont déjà rejoint la démarche.

Les détails de la nouvelle campagne cross-média peuvent être consultés sur le site www.visionzero.lu/securiteroutiere et sur les réseaux sociaux : Facebook, Youtube et LinkedIn.

Découvrez le nouveau spot vidéo de la campagne ici : <https://www.youtube.com/watch?v=uHqIjnoUpq4>

Visuels campagne cross-média



Partenaires de la campagne :



Nouvelle identité visuelle pour la stratégie nationale VISION ZERO

Les initiateurs de la VISION ZERO, l'Association d'assurance accident, l'Union des Entreprises Luxembourgeoises et l'Institut National pour le Développement durable et la Responsabilité sociale des entreprises, présentent la **nouvelle identité visuelle de la stratégie nationale VISION ZERO**.

VISION ZERO est une stratégie nationale qui vit, qui évolue et qui se renforce chaque année portée par l'engagement croissant de nombreux partenaires et entreprises. L'ancienne identité ne permettait plus de traduire pleinement l'ampleur de la démarche ni la diversité des actions menées aujourd'hui, notamment au-delà de la seule prévention des accidents.

Le monde du travail évolue, tout comme les réalités auxquelles sont confrontés les employeurs et les salariés : **charge mentale accrue, vieillissement de la population active, organisation et horaires de travail, nouvelles formes de travail et de mobilité**. Il était dès lors essentiel que l'identité visuelle de VISION ZERO **évolue pour refléter ces enjeux actuels**.

Cette évolution marque une étape importante dans la poursuite de l'ambition de VISION ZERO : réduire durablement les accidents du travail, de trajet et les maladies professionnelles. La nouvelle identité met désormais clairement en avant les trois piliers de la stratégie : **la sécurité, la santé et le bien-être au travail**, qui sont pleinement intégrés dans son expression visuelle, et qui constituent une réponse cohérente et actuelle aux enjeux du travail d'aujourd'hui.

Un élément distinctif vient également renforcer cette évolution : l'intégration du « .lu », directement dans le logo. Ce choix affirme l'ancrage de VISION ZERO dans le **contexte luxembourgeois**, renforce son identité nationale et facilite l'accès à la plateforme officielle via www.visionzero.lu. Afin de refléter la diversité linguistique du pays et de garantir une appropriation la plus large possible, **le nouveau logo est décliné et traduit en français, en allemand et en anglais**. Cette approche multilingue renforce la cohérence et **l'accessibilité de la stratégie** auprès de l'ensemble des acteurs du monde du travail au Luxembourg.

Cette identité renforce la lisibilité de la VISION ZERO en tant **que plateforme nationale commune** et vise à faciliter l'appropriation de la démarche par l'ensemble des acteurs du monde du travail : employeurs, salariés, fédérations professionnelles, autorités publiques et société civile.

Partenaires de la campagne :





Au-delà d'un simple changement graphique, cette évolution visuelle traduit **les valeurs fondamentales de VISION ZERO** : une **démarche fédératrice, proactive et mobilisatrice**, portée par la conviction que tout accident peut être évité.

Initiée par l'AAA, l'UEL et l'INDR, avec le soutien du gouvernement luxembourgeois, la VISION ZERO entend, à travers cette identité renouvelée, **renforcer la mobilisation collective** et valoriser l'engagement de tous ceux qui œuvrent pour un environnement professionnel plus sûr et plus sain.

Cette identité renouvelée incarne finalement le message central de VISION ZERO : **la prévention repose sur une culture partagée et une responsabilité collective**, où chaque acteur peut contribuer, à son niveau, à un environnement de travail plus sûr et plus sain.

Tous engagés pour la VISION ZERO !

Pour plus d'informations sur la stratégie nationale VISION ZERO et sa démarche, veuillez consulter : www.visionzero.lu



Partenaires de la campagne :



Annonce Forum SST

Participez au Forum Sécurité-Santé au Travail le 25 mars 2026 à la LuxExpo the Box :

- Découvrez les dernières innovations en matière de sécurité-santé au travail
- Participez à des workshops animés par des expert
- Rencontrez plus de 100 exposants spécialisés en SST

Inscrivez-vous et découvrez le programme sur <https://forum.visionzero.lu/>



PARTICIPEZ AU FORUM 2026

REMISE OFFICIELLE DU PRIX
20+ WORKSHOPS
100+ EXPOSANTS ET ANIMATIONS



forum.visionzero.lu

 **25.03.2026**  **LUXEXPO THE BOX**
LUXEMBOURG - KIRCHBERG

ORGANISATEURS



AVEC LE SOUTIEN DE



Luxembourg, le 24 février 2026

Contact presse :

Association d'assurance accident :

communication.aaa@secu.lu

www.aaa.lu

www.visionzero.lu

Partenaires de la campagne :

