

# Trop de sociétés considèrent la prévention comme un surcoût

Avec l'objectif de savoir comment la prévention est actuellement perçue et mise en œuvre au sein des flottes, Aon Belgium a invité une centaine de clients à répondre à une vaste enquête. Divulgués à l'occasion d'une journée dédiée à cette thématique, les résultats montrent que les sociétés belges considèrent encore souvent une stratégie de prévention comme un poste de coût supplémentaire.

Coorganisateur de l'événement, Mazda avait mis à disposition ses superbes infrastructures du Mazda Motor Logistics Europe à Willebroek ce 24 octobre pour accueillir le 1<sup>er</sup> 'Fleet Prevention Event' mis sur pied par Aon Belgium. Objectif de l'événement, inviter les responsables de flottes à réfléchir sur la thématique de la prévention des sinistres au travers d'ateliers, de démonstrations, de stands d'information et de débats. Mais ce 'Fleet Prevention Event' fut aussi l'occasion pour Al Pijnacker, managing director Automotive chez Aon, de présenter les résultats d'une vaste enquête sur les stratégies mises en place par les sociétés afin de diminuer le nombre de sinistres. La conclusion générale pourrait être que la prise de conscience est bien réelle, mais elle demeure très peu suivie d'actes à effet.

## Une approche trop passive

Lorsqu'on consulte les résultats de l'enquête, il est rassurant de voir que la sécurité arrive dans le top 3 des priorités de chaque société ayant répondu. 84% d'entre elles se disent prêtes à investir pour garantir une meilleure sécurité. Toutefois, il faut très vite déchanter, car on constate que près de 26% des responsables interrogés avouent ne pas connaître ni l'état ni l'évolution de leurs statistiques d'accidents. Plutôt paradoxal !

64% des sociétés interrogées avouent ne pas avoir mis en place un plan de prévention. La principale raison pour justifier cet état de fait est le coût qu'une telle initiative peut engendrer. On le voit, mettre en place une véritable stratégie pour éviter les accidents reste bel et bien perçu comme un surcoût plutôt qu'un investissement.



Une stratégie de prévention efficace ne se limite pas à équiper ses véhicules avec des options de sécurité.



Renforcer les comportements positifs reste l'une des meilleures recettes en matière de prévention.

Enfin, il est intéressant de noter que 94% des entreprises ayant répondu imposent d'une manière ou d'une autre l'adoption d'équipements de sécurité dans le véhicule (capteurs de stationnement, croise-contrôle adaptatif, etc.). Ce qui est sans doute à regretter, c'est que la majorité de ces entreprises pense avoir fait le nécessaire en matière de sécurité en imposant ce type d'options dans le véhicule. En guise de conclusion d'un très intéressant débat ayant permis à Annelies Vermeire (Deloitte), Caroline Ceustermans (Swift) et Stefano Putzu (Accenture) de s'exprimer, on notera les conseils pratiques suivants : conscientiser les conducteurs sur le coût des accidents ; sensibiliser en mettant en valeur les bons comportements ; coacher les récidivistes ou éléments à risques ; adopter des règles strictes, mais claires en cas de sinistre et surtout bannir l'utilisation du GSM au volant.