

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 29 janvier 2020



Le baromètre prévention routière Allianz France-CSA : la prévention en entreprise, l'heure du bilan !



Le baromètre étudie la place de la prévention routière en entreprise :

- en interrogeant des **entreprises disposant d'une flotte d'au moins 5 véhicules**,
- **en interrogeant des salariés** amenés à se déplacer avec un véhicule (motorisé ou non) pour se rendre à leur travail ou pour des trajets professionnels.

La prévention des risques routiers est peu connue des entreprises et des salariés...

Alors qu'en 2018, **près de 482 personnes sont décédées dans un trajet lié au travail**^[1], soit **15% de la mortalité routière**, le baromètre révèle que plus de la moitié des salariés (55%) ignore encore que les accidents de la route sont la première cause de mortalité au travail.

Sur le plan économique, **moins de la moitié des entreprises** interrogées (43%) déclare avoir une **connaissance précise du coût des sinistres routiers** alors qu'elles disposent d'une flotte de véhicules et sont donc particulièrement concernées.

Le document qui permettrait d'évaluer précisément le coût des sinistres et les besoins en sécurité routière, le **DUER**, le Document Unique d'Evaluation des Risques (obligatoire depuis 2001), n'est rempli que par **seulement 61% des entreprises ayant une flotte**.

... et le sujet ne mobilise pas suffisamment

Ainsi, 1/3 seulement des entreprises qui possèdent une flotte de véhicules **ont mis en place un véritable plan de prévention** des risques routiers. En termes de sécurité routière, les entreprises **centrent leurs actions principalement sur l'entretien des véhicules** (90%), au détriment des actions impliquant activement les salariés (engagements, formations, contrôle des conducteurs).

Les salariés préfèrent quant à eux les mesures de prévention les moins contraignantes, même si celles-ci s'avèrent, après retour d'expérience, être les moins efficaces, comme par exemple les actions de communication. A l'inverse, les stages, reconnus comme plus efficaces pour améliorer la sécurité routière, sont moins attendus des salariés.

[1] Sources :

<https://www.securite-routiere.gouv.fr/actualites/bilan-definitif-de-laccidentalite-routiere-2018>

<https://www.onisr.securite-routiere.interieur.gouv.fr/contenus/etat-de-l-insecurite-routiere/bilans-annuels-de-la-securite-routiere/bilan-2018-de-la-securite-routiere>

« Les entreprises et leurs salariés ne se préoccupent pas des risques routiers, ils n'en ont pas conscience. Ils en minorent donc l'importance et les conséquences, considérant qu'ils n'ont pas le temps de s'y intéresser. Résultat : en dehors de l'obligation, en vigueur depuis 2017, des employeurs à désigner les conducteurs d'un véhicule d'entreprise en infraction, toutes les autres obligations légales des entreprises en matière de prévention des risques routiers font défaut notamment dans les plus petites entreprises » explique Pierre Labarraque, Directeur de département de l'institut CSA.

Cela se traduit par un faible contrôle des salariés qui effectuent des trajets professionnels

En effet, seulement 57% des entreprises contrôlent **les dérives de conduite de leurs salariés effectuant des trajets professionnels** et 42% des entreprises déclarent ne faire aucun suivi. Cependant depuis janvier 2017, la loi oblige les employeurs à indiquer quel employé conduisait en cas d'infraction sous peine d'une amende de 750 euros. Entre 2016 et 2017, le nombre d'infractions routières commises au volant de véhicules d'entreprise a ainsi baissé de 9,4 % selon l'Observatoire national interministériel de sécurité routière (ONISR).

Si l'exigence de prévention pour les trajets professionnels peine à s'installer, qu'en est-il pour les trajets domicile/travail ?

2/3 des salariés estiment que c'est à l'entreprise de mettre en œuvre des mesures de prévention des risques routiers pour les trajets domicile-travail, quand en réalité moins de la moitié des entreprises le font.

La formation e-learning semble particulièrement appréciée par les salariés pour ce type de trajet où les exercices pratiques sont moins « indispensables » en comparaison d'un trajet professionnel. Elle est perçue comme efficace (88%) mais doit être **courte** (moins d'une heure idéalement). Cette action peut être un bon compromis pour **allier obligation d'information et souplesse** dans l'emploi du temps du salarié, tout en s'assurant un contenu multimédia et interactif.

Les entreprises ont besoin d'être accompagnées dans leurs démarches pour une meilleure prise de conscience des enjeux.

Si la majorité des entreprises disposant d'une flotte n'ont pas formalisé de PPRR (Plan de Prévention du Risque Routier), et en particulier les petites entreprises, c'est parce qu'elles n'en voient pas l'utilité et manquent de connaissance sur le sujet.

Les entreprises ont besoin d'aide pour inclure la prévention routière dans leurs préoccupations. Celle-ci ne devra toutefois pas se limiter aux entreprises disposant d'une flotte, mais bien s'intéresser à l'ensemble des salariés effectuant des trajets domicile-travail.

« Alors que les accidents mortels liés au trajet domicile-travail ou au trajet professionnel représentent 15% de la mortalité routière, le baromètre révèle que plus de la moitié des salariés (55%) ignore encore que les accidents de la route sont la première cause de mortalité au travail. La prévention routière est un enjeu majeur pour les entreprises et Allianz France souhaite aider les entreprises à lutter efficacement contre les accidents professionnels de la route. C'est pour cette raison qu'Allianz a développé des [solutions de prévention](#) du risque routier destinées à accompagner nos clients entreprises », explique Julien Martinez, en charge de l'écosystème « Ma mobilité » d'Allianz France.

Précisions méthodologiques :

2 volets menés en France sur la sécurité routière en entreprise :

- Un premier volet auprès de 400 sièges d'entreprises (hors agriculture et professionnels de l'automobile) disposant d'une flotte d'au moins 5 véhicules. Enquête menée du 25 mars au 9 avril 2019 par téléphone auprès des gérants ou responsables de flotte.
- Un second volet auprès de 1 000 actifs en poste effectuant des trajets domicile - travail et / ou professionnels, quel que soit le type de véhicule (motorisé ou non). Enquête online via le panel CSA menée du 16 au 30 septembre 2019.

Contacts Presse Allianz France

Christophe Chevalier 01 58 85 82 33
Anne-Sandrine Cimatti 01 58 85 21 55

christophe.chevalier_2@allianz.fr
anne-sandrine.cimatti@allianz.fr

Contact Presse CSA

Shirine Banjy 06 88 56 45 56 shirine22@gmail.com

À propos d'Allianz :

Allianz, acteur mondial et leader européen de l'assurance, propose une offre complète qui couvre tous les besoins en assurance, assistance et services financiers des particuliers, professionnels, entreprises et collectivités. Avec près de 140 000 salariés dans le monde, Allianz est présent dans plus de 70 pays, au service de 88 millions de clients.

Assureur généraliste, spécialiste du patrimoine, de la protection sociale, Allianz France s'appuie sur la richesse de son expertise et le dynamisme de ses 9 000 collaborateurs en France. Près de 7 000 intermédiaires commerciaux, Agents, Conseillers, Courtiers, Partenaires conseillent et accompagnent 5,5 millions de clients qui font confiance à Allianz France.

Retrouvez toute l'actualité d'Allianz France sur www.allianz.fr et suivez-nous sur :

 [@allianzfrance](https://twitter.com/allianzfrance)  [Allianz France](https://www.facebook.com/AllianzFrance)  [Allianz France](https://www.linkedin.com/company/allianz-france)  [Allianz France](https://www.instagram.com/allianzfrance)  [Allianz France](https://www.youtube.com/channel/UC...)

À propos de CSA :

Institut de référence des études marketing et d'opinion depuis 40 ans, CSA qui compte 150 collaborateurs apporte aux entreprises et institutions une compréhension fine des comportements des consommateurs pour appréhender leurs besoins, analyser leurs environnements, anticiper leurs évolutions et identifier les leviers d'engagement au profit d'une prise de décision éclairée. Multi-secteur, résolument tourné vers le croisement de la data sous toutes ses formes, CSA s'est spécialisé sur l'appréhension de l'expérience utilisateur, le forecasting et l'évaluation d'actions de communication. CSA, Consumer Science & Analytics, fait partie du groupe Havas depuis octobre 2015.

Pour en savoir plus : www.csa.eu

Twitter @InstitutCSA