

# NOTRE PRIORITÉ EST LA PRÉVENTION SUR LA ROUTE POUR PLUS DE SÉCURITÉ



Hervé Mayeur, Contrôleur de Gestion  
et Responsable A.D.V., Textilot



## NOS CLIENTS TÉMOIGNENT

3 200 points  
de vente approvisionnés  
chaque semaine

### L'organisation

La société Textilot est le principal distributeur de prêt-à-porter en France. 3 200 points de ventes sont approvisionnés chaque semaine par ses équipes de « merchandisers » véhiculés. Basée à Nevers, l'entreprise familiale a fortement évolué depuis sa création, il y a 40 ans. Sa flotte automobile comprend aujourd'hui plus de 300 véhicules, qui desservent l'ensemble du territoire.

Textilot a récemment repensé l'organisation de son équipe commerciale, pour réduire le périmètre de déplacement des 2/3 de ses merchandisers et ainsi leur permettre de rentrer chez eux chaque jour.

Au-delà d'une amélioration des conditions de travail, cette nouvelle organisation présente l'avantage de diminuer le risque de sinistralité des collaborateurs en fin de semaine, souvent pressés de rentrer chez eux après une semaine d'itinérance.

Une politique globale  
de prévention  
des risques routiers

### Les enjeux

En raison de son poids économique, la flotte automobile de Textilot nécessite une attention suivie. Sa croissance rapide ces dix dernières années - +15% de chiffre d'affaire, +20% de nouveaux collaborateurs - a généré des coûts supplémentaires, parmi lesquels une hausse de 60% de la prime d'assurance.

Dans un souci d'optimisation des coûts, le recours à une solution de gestion de flotte s'est vite imposé à Textilot. L'objectif est triple :

- s'assurer du respect des limitations de vitesse imposées par Textilot, en particulier sur l'autoroute (110 km/h),
- vérifier que les missions se déroulent sans encombre, notamment pour les merchandisers ne revenant pas à la base logistique située à Nevers,
- réduire la consommation de carburant et le budget d'assurance.

« Notre mot d'ordre est la prévention. Nous avons souhaité mettre à la disposition de nos collaborateurs les conditions de travail les plus sécurisantes et confortables » explique Hervé Mayeur, responsable administration des ventes au sein de Textilot.



## NOS CLIENTS TÉMOIGNENT

Accompagnement  
et échanges grâce à un  
dialogue en interne

### La solution

Le choix de Textilot s'est porté sur Webfleet Solutions, en raison de leur simplicité d'installation sur les véhicules et de la facilité d'utilisation de ses outils de gestion. Les 300 véhicules ont été équipés dès 2011 d'un boîtier Ecoconduite LINK 105, qui transmet en temps réel à la plateforme de gestion WEBFLEET les données liées au véhicule et à la conduite (vitesse, consommation du carburant, freinage brusque, etc), pour être analysées par les managers.

Textilot a pris le soin, en amont, d'expliquer le projet à ses collaborateurs et de lever les éventuelles appréhensions, en les rassurant sur l'objectif préventif de la démarche.

Chaque mois, un Top 10 et un Flop 10 des conducteurs sont réalisés. Loin de vouloir stigmatiser les merchandisers, l'objectif est au contraire de motiver, par le challenge. La publication du classement en interne est l'occasion pour le merchandiser d'une rencontre mensuelle avec son responsable des ventes, afin d'échanger sur les résultats et d'envisager des pistes d'amélioration. « L'idée n'est pas de sanctionner mais d'ouvrir une discussion dans un objectif d'amélioration, de créer un dialogue en interne. C'est aussi de montrer que chaque conducteur peut agir, à son niveau, sur les économies de l'entreprise et réduire la sinistralité, en changeant quelques mauvaises habitudes prises au volant » poursuit Hervé Mayeur.

Économie de carburant et  
image positive de la marque

Depuis la nouvelle organisation et l'installation de la solution, il y a quatre ans, Textilot a constaté une baisse de 15% de sa consommation de carburant dont la moitié grâce à la solution WEBFLEET, soit une économie annuelle de 80 000 litres et près de 100 000 euros.

Le budget assurance a également pu être renégocié et a été divisé par deux, grâce aux améliorations de conduite des merchandisers.

Au-delà des économies constatées, un comportement plus souple sur la route contribue sans aucun doute à véhiculer une image positive de la marque.

« Nous avons atteint les objectifs que nous nous étions fixés et ce malgré l'augmentation de notre flotte ces dernières années. Pour autant, nous ne relâchons pas nos efforts en termes de prévention et continuons à encadrer nos équipes pour pérenniser ces premiers résultats. Le suivi régulier des comportements de nos collaborateurs sur les routes a permis d'identifier les personnes qui ont du mal à corriger leur conduite. De ce fait, nous allons pouvoir les aider avec un programme de formation adapté » conclut Hervé Mayeur.