

PARIS, LE 16 AVRIL 2024

VOTRE SÉCURITÉ NOTRE PREMIER CHANTIER

UNE SIGNALÉTIQUE EN AGENCES

Les messages de prévention sont répartis sur différents supports tout au long du parcours client en agence. Pour attirer l'attention et guider les clients, l'Enseigne fait le choix d'utiliser une signalétique claire et visible à l'extérieur et à l'intérieur des points de vente.



DES PLV POUR COMPLÉTER LE DISPOSITIF

Enfin, POINT.P fait le choix de déployer des PLV pour promouvoir les messages de prévention sur les univers produits où les équipements de sécurité sont requis. Ces éléments reprennent les visuels et les messages de la campagne.



UNE GAMME NOVIPRO ADAPTÉE POUR L'OCCASION

POINT.P a fait le choix d'utiliser sa gamme d'outils NOVIPRO, dont elle maîtrise la production, pour y graver les messages de prévention sur une série limitée d'outils du quotidien (scie, disque diamant et masse).

POINT.P étudie la possibilité, dans un second temps, de graver directement et de manière industrielle les messages de prévention lors de la fabrication des outils.



LES OUTILS DE PRÉVENTION

Des outils qui incitent à mettre des équipements de protection

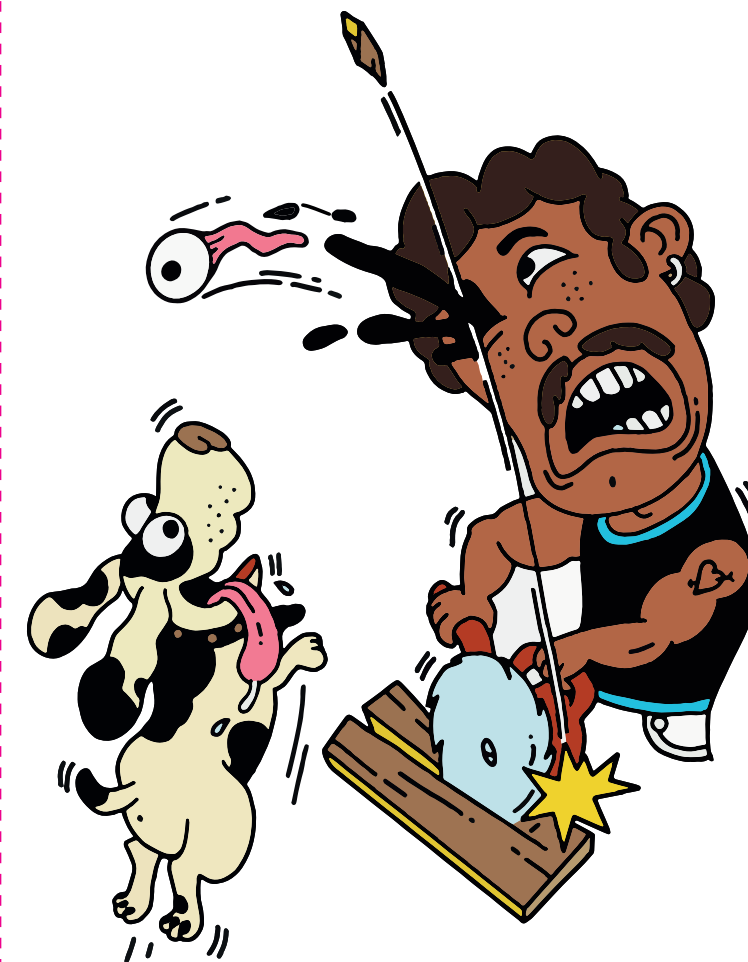
Pour accroître l'impact des messages de prévention dans toutes les agences, les produits concernés seront stickés.



POINT.P
VOTRE RÉUSSITE COMMENCE ICI

DOSSIER PRESSE

POINT.P S'ATTAQUE AUX ACCIDENTS PROFESSIONNELS DANS LE BÂTIMENT ET LANCE UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION D'AMPLEUR POUR PROTÉGER LES ARTISANS



POINT.P, Enseigne engagée, leader dans la distribution de matériaux de construction, solutions et services dans le BTP, lance une campagne de prévention innovante et décalée afin de sensibiliser sur la sécurité sur les chantiers avec le port des EPI (Équipement de Protection Individuel).

Fort d'un ancrage territorial grâce à ses plus de 1 000 points de vente partout en France, POINT.P s'appuie sur sa proximité quotidienne avec les artisans pour les inciter à utiliser les équipements de sécurité qui les protègent.

POINT.P
VOTRE RÉUSSITE COMMENCE ICI

POINT.P, UN MAILLON ESSENTIEL DE LA SÉCURITÉ DANS LES TERRITOIRES

Avec ses 900 agences et 235 showrooms qui maillent le territoire, POINT.P est un acteur de proximité présent partout en France auprès de tous les artisans. Ainsi, le réseau POINT.P est en première ligne dans la prévention grâce, notamment, à ses collaborateurs qui font l'interface entre les artisans et la distribution de matériaux.

En effet, chaque matin des milliers d'artisans se rendent dans les agences pour se fournir en matériel, mais également pour échanger avec leurs confrères et les collaborateurs de l'Enseigne. Les agences POINT.P sont le troisième lieu de vie après celui du foyer et du chantier. Ce quotidien, mêlé, pousse l'Enseigne à adopter une posture volontaire en matière de prévention auprès de ses collaborateurs et de ses clients. POINT.P s'inscrit dans cette démarche solidaire qui consiste à s'aider, se conseiller et se soutenir, entre membre de la grande famille du bâtiment.

LA SÉCURITÉ, PREMIÈRE PRÉOCCUPATION POUR POINT.P DANS UN SECTEUR À RISQUE

Chez POINT.P, la sécurité est la première des priorités et fait l'objet de mesures fortes auprès des 11 500 collaborateurs. Ces mesures s'inscrivent dans une politique d'entreprise volontaire qui repose sur une stratégie de formation continue. En effet, la stratégie de prévention des risques s'appuie sur trois piliers : le premier pilier encourage la formation et la responsabilité du collaborateur, le deuxième assure l'engagement des managers avec la démarche « SMAT » (Safety Management Audit Tool) et le troisième s'organise autour des équipes dites « EHS » pour Environnement, Hygiène et Sécurité. Protéger l'ensemble des équipes Saint-Gobain est une priorité du groupe qui se concrétise par un programme interne d'envergure nationale intitulé #JeVeilleSurNous (et sa déclinaison prévention santé #JePrendsSoinDeMoi).

Actuellement, le taux de fréquence des accidents est de 2 par million d'heures travaillées chez POINT.P, alors qu'il est de 35 à 40 dans le reste de la profession. Cette campagne de prévention et de sensibilisation a donc pour objectif de faire drastiquement baisser les accidents chez les artisans comme l'Enseigne a réussi à le faire avec ses équipes. POINT.P souhaite ainsi étendre cette démarche de prévention aux 300 000 artisans qui lui font confiance.



« POINT.P est devenu le troisième lieu de vie pour nos artisans. Il était alors évident que vous voulions adopter une communication complice et non moralisatrice, car les artisans connaissent leur métier, explique Nicolas Godet, directeur général de POINT.P. Cependant, parce qu'ils sont pressés, parce que le chantier est complexe, parce qu'ils sont rendus trop confiants par des gestes réalisés des milliers de fois, certains artisans ne voient plus le danger. Notre rôle est de leur donner au moment opportun cette petite tape sur l'épaule, parce qu'il n'est pas possible de travailler avec tant d'intensité en interne sans se préoccuper aussi de nos clients. Nous voulions aussi pouvoir donner de nouveaux arguments aux magasiniers, aux chauffeurs ou aux chefs d'agence qui chaque jour sont au contact des artisans. »

De cette manière, POINT.P souhaite aller à rebours des chiffres du secteur qui font état en 2022 de 564 189 accidents tous secteurs confondus (rapport annuel de l'Assurance Maladie - Risques professionnels).

UNE CAMPAGNE DE PRÉVENTION AU PLUS PROCHE DES RÉALITÉS DU TERRAIN

Aussi, si depuis plus de 30 ans, la sécurité est au cœur de ses préoccupations, POINT.P est fier aujourd'hui d'inscrire cette campagne ambitieuse de prévention et de sensibilisation au plus proche des artisans.

Ainsi, POINT.P a le désir de faire de chaque agence un lieu dédié à la prévention et à la sensibilisation de ses clients. L'Enseigne, soucieuse de leur sécurité et de leur santé, va désormais encore plus loin par l'ampleur de son projet et l'intensité humaine comme matérielle qu'elle y consacre. Cette campagne de prévention est envisagée comme le point de départ pour susciter une discussion franche et complice autour de la sécurité au travail.

POINT.P a souhaité profiter de l'écho de la Journée mondiale de la sécurité et de la santé au travail le 28 avril prochain pour, dans un premier temps, déployer la campagne de prévention dans ses 1000 points de vente. La campagne se poursuivra le 22 mai directement sur les chantiers des clients lors d'une journée de livraison (4000 livraisons en moyenne par jour) pour distribuer gratuitement 12 000 gants.

Au plus proche des artisans, POINT.P souhaite mettre l'accent sur l'utilisation de l'outil qui, aujourd'hui encore, fait partie des premières causes d'accidents professionnels dans le BTP en France. Afin de coller aux réalités du terrain en agences ou sur les chantiers, cette campagne s'appuie sur des messages illustrés, courts et décalés. Ces messages se déclinent sur les outils du quotidien utilisés par toutes et tous (scie, disque diamant, masse...). En faisant ce choix de support, l'Enseigne souhaite pouvoir atteindre l'artisan de manière directe, non condescendante ou professorale et assurer ainsi une place pérenne à la sécurité dans les boîtes à outils.

Convaincue de la sincérité dans sa démarche, POINT.P souhaite ainsi mobiliser toutes les parties pour créer un réflexe de vigilance pour soi et pour les autres. Un carton de carrelage non filmé déposé un peu trop haut, une distance de sécurité insuffisante entre chariot et un collaborateur... Il peut suffire d'une inexactitude dans une chaîne d'actes pour provoquer un accident. La sécurité est donc une œuvre individuelle mais également collective.

POINT.P SOUHAITE ÉGALEMENT POURSUIVRE CET ÉLAN AVEC SES ENGAGEMENTS AUPRÈS DE LA FUTURE GÉNÉRATION DES ARTISANS DU BTP

POINT.P a la volonté de s'adresser à un public large et d'agir dès l'amont de la filière du BTP. Depuis 1979, POINT.P noue des partenariats avec les centres de formation, là même où les réflexes sont enseignés aux futurs professionnels. Durant l'année 2024, POINT.P sensibilisera par le biais de cette campagne de prévention les jeunes apprentis issus de l'École des Bâtisseurs lancée par Saint-Gobain Distribution Bâtiment France ou ayant bénéficié du Pack Jeune Artisan permettant d'accompagner les jeunes artisans dans leur nouvelle activité.

L'Enseigne sera également présente aux WorldSkills à Lyon du 10 au 15 septembre 2024. Elle disposera d'un espace dédié à la prévention.

UNE CAMPAGNE À LA TONALITÉ COMPLICE PERMETTANT DE SENSIBILISER « JUSQU'AU GESTE »

Appuyée par un dessin coloré de l'artiste Geoffroy de Crécy, la campagne s'adresse dans la langue universelle de l'illustration aux artisans jeunes et moins jeunes, francophones ou non, qui n'ont pas encore tout à fait cette culture de la sécurité pourtant importante dans les métiers du bâtiment. Les messages, simples et sous forme de punchlines, sont gravés dans un premier temps au laser sur une sélection d'outils du quotidien et en série limitée comme la scie, le disque diamant et la masse. Pour accroître l'impact des messages de prévention dans ses 1000 points de vente, les produits concernés seront également stickés. POINT.P étudie la possibilité, dans un second temps, de graver directement et de manière industrielle les messages de prévention lors de la fabrication des outils.

Il s'agit de dépasser le simple caractère des informations normatives et réglementaires, le parti-pris est d'illustrer sur l'outil lui-même les risques liés à une utilisation sans protection par les EPI (Équipement de Protection Individuel). L'idée est d'interpeller et de créer une prise de conscience sans faire culpabiliser. L'objectif est de surprendre, marquer les esprits et créer le réflexe sécurité. Un réflexe de sécurité pour tous les artisans.

Ainsi et dès le 29 avril, toutes les agences POINT.P s'habilleront aux couleurs de la campagne de prévention. Dès ce premier jour de lancement de la campagne, les agences marqueront leur engagement en offrant 40 000 paires de gants aux clients. Le 22 mai, les chauffeurs POINT.P qui se rendent sur les chantiers des clients lors de leurs livraisons distribueront 12 000 gants et des tee-shirts portant ces messages de prévention.



« Pour Bertrand Alard, directeur marketing de POINT.P, la force de cette campagne de prévention est de s'appuyer sur le réseau de proximité de POINT.P. L'excellente relation de nos collaborateurs avec les artisans permet cette approche décalée. Notre Enseigne, présente partout et tout le temps dans le quotidien des artisans, souhaite évidemment interpeller sans culpabiliser. Ici, les illustrations gravées sur les outils nécessaires aux artisans, mais qui mal utilisés ou avec inattention peuvent s'avérer dangereux, se suffisent à elles-mêmes. Ces outils, durables et présents pour longtemps dans l'outillage des artisans, deviennent alors eux aussi les ambassadeurs de la sécurité. »

Cette campagne a été testée auprès d'un panel incluant des artisans, des ouvriers, des chefs de chantiers, des chefs d'entreprises, des paysagistes et une femme artisan. Les résultats démontrent :

- **L'humour est la bonne approche pour engager la cible**
99% des clients interrogés ont trouvé que l'utilisation de l'humour permet de faire passer le message sans être moralisateur.
- **Les illustrations attrayantes servent à la compréhension**
Les illustrations, évocatrices, apportent du sens dans la compréhension globale du sujet et cela notamment dans un secteur composé d'un tiers de non francophone.
- **La prévention est un sujet capital, les artisans en ont conscience**
Les artisans sont heureux de voir une marque s'engager sur ce sujet. Ils sont conscients de ne pas toujours avoir les bons gestes et sont convaincus que ce type de messages permettra de faire changer les habitudes et les comportements.

