# Communiquer efficacement en santé et sécurité : Digital or not digital ?

Nadia GENDRE - Suva
Philippe COURREGES – Nestlé Suisse



suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# Introduction

On peut se faire plaisir avec un maximum de concept, de processus, de statistiques…

Au final, ce qui compte c'est l'humain.

Alors comment remettre l'humain au centre en prévention ?

Faut-il privilégier le digital ou non ?

*R. Lancaster (2019)*

# 1. Préparer le terrain

## Créer un contenant favorable

On ne peut pas conduire un changement de culture. On peut seulement créer les conditions favorables, pour que ce changement de culture soit de qualité et le plus rapide possible.

- **L'environnement :** Safety place for a safety behaviour. Machines pas sures.
- **Le climat :** les discussions, les dialogues, les relations entre les collaborateurs, les équipes.
- **Le leadership**
  - L'exemplarité du leadership
  - L'importance de l'implication du top management et de l'encadrement

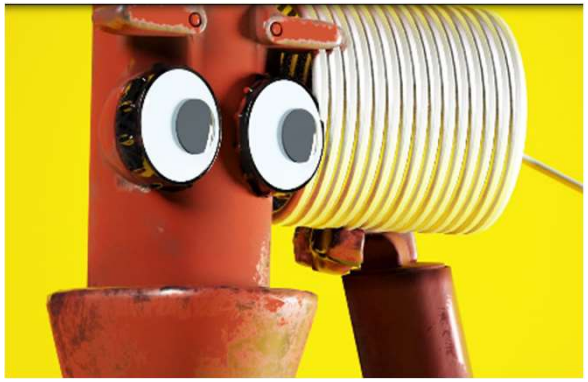
suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 2. Donner de la place à l'être humain

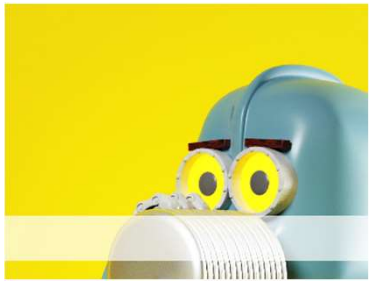
## 2.1 Encourager le «caring leadership»

La prévention commence avec la conscience et la connaissance de soi des leaders et des chefs. Car avant de vouloir changer des comportements, il est essentiel de bien connaître son mode de fonctionnement.

### Echange de signaux entre un **récepteur** et un émetteur



- Comment le récepteur renvoie ses signaux ?



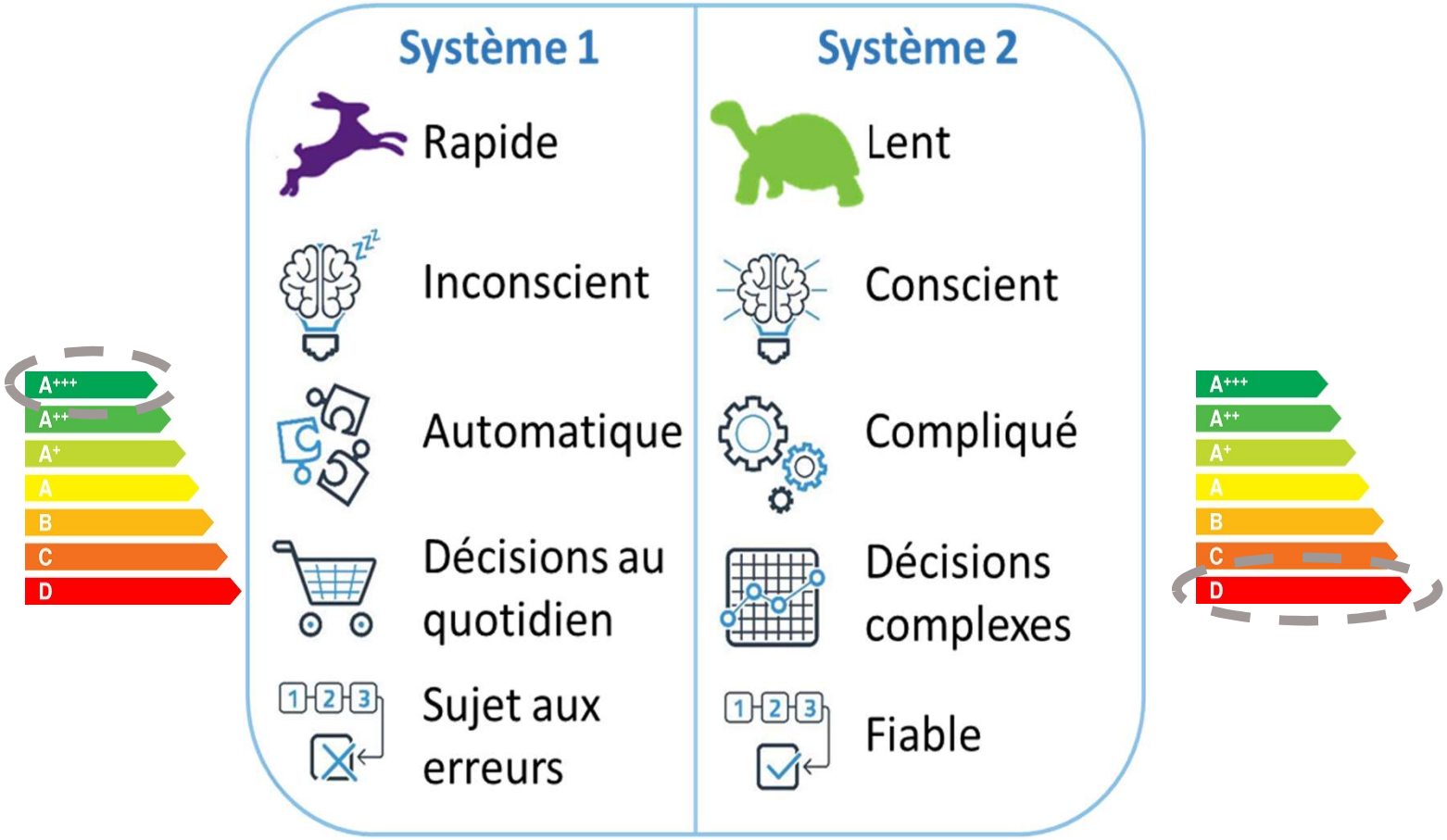
- Comment l'émetteur connait les attentes du récepteur ?
- Comment l'émetteur donne-t-il l'envie de changer ?
  → *Je sais, je peux, je veux*

*R. Lancaster (2019)*



suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 2.2 Système 1 et système 2



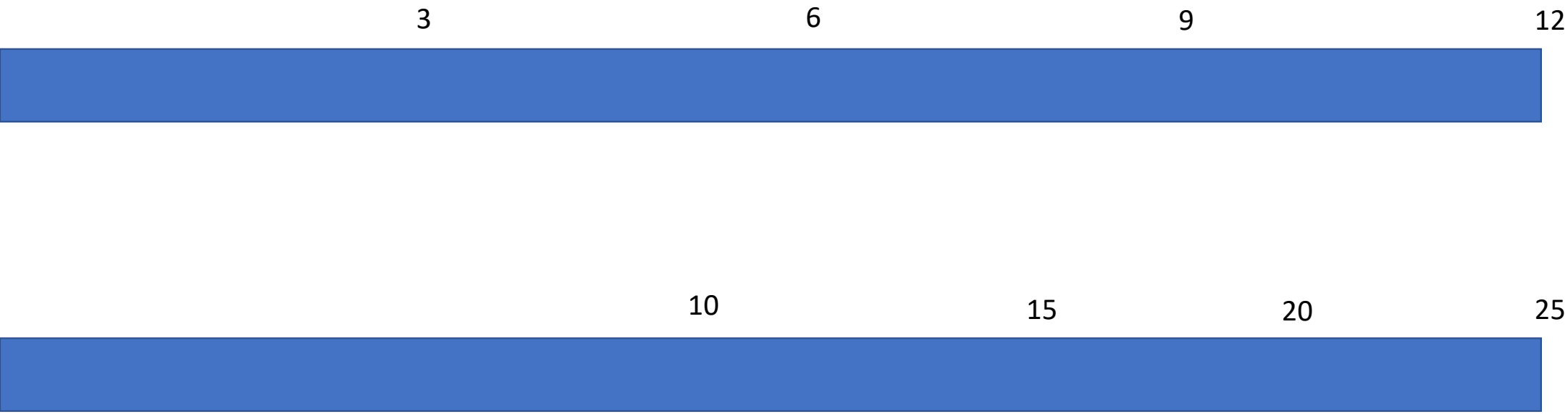

*D. Kahneman (2012)*



suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 2.3 Système 1 et système 2 : le multi-tâches

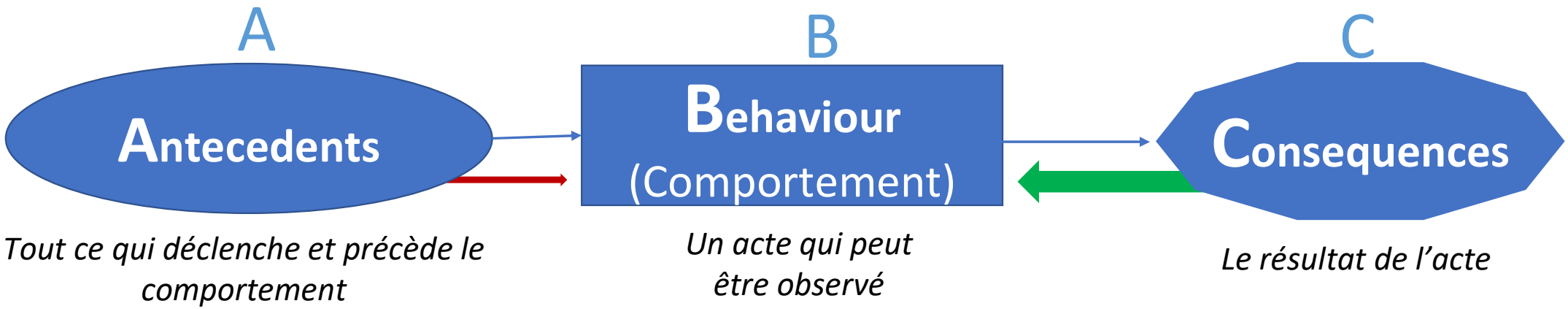
- Vous vous considérez comme multi-tâches ? Vraiment ?






suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 2.4 Le modèle ABC




Renforcement positif :
Quand avez-vous félicité pour la dernière fois quelqu'un pour ce qu'il avait fait en matière de santé/sécurité ?

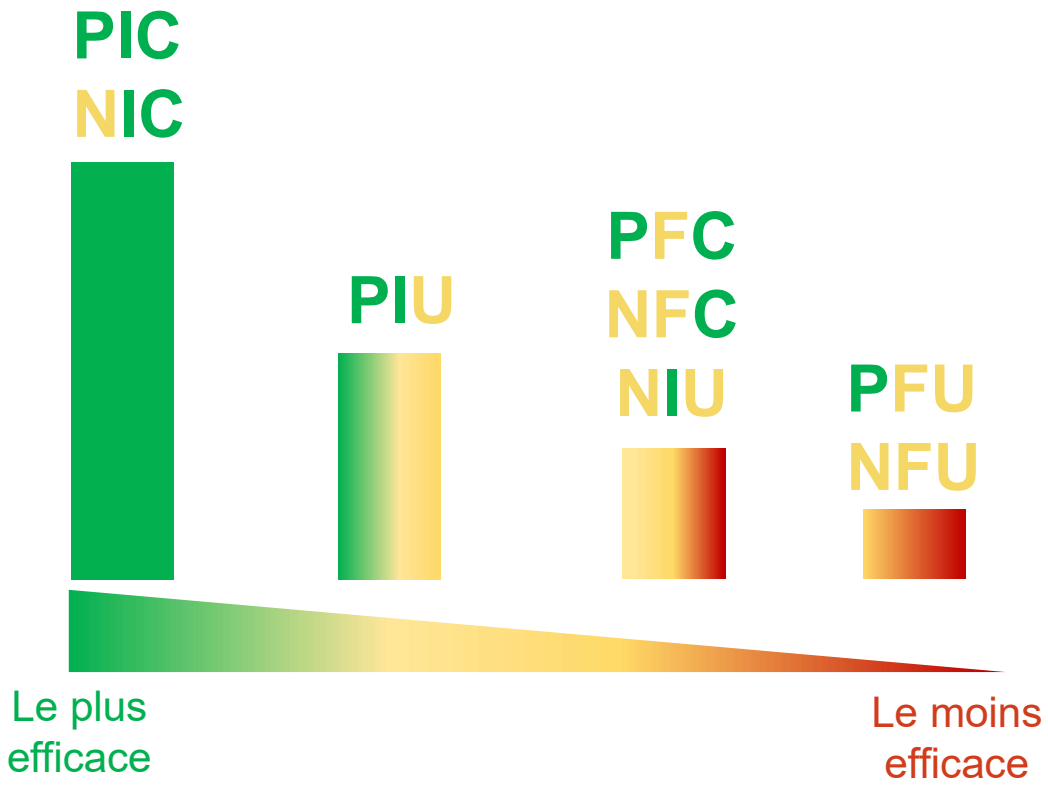


suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 2.4 Le modèle ABC
## Renforcer les comportements attendus via les conséquences

- 3 catégories de conséquences

  1. **P**ositive - **N**egative
  2. **I**mmediate - **F**uture
  3. **C**ertain – **U**ncertain






suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 2.5 (Ré)apprendre à écouter

## En écoutant – **Q**uoi / **P**ourquoi / **C**omment

En agissant – «*Tes actes parlent si fort que je n'entends pas ce que tu dis*»

Ralph Waldo Emerson

suva

Suisse
Schweiz
Svizzera
Svizra

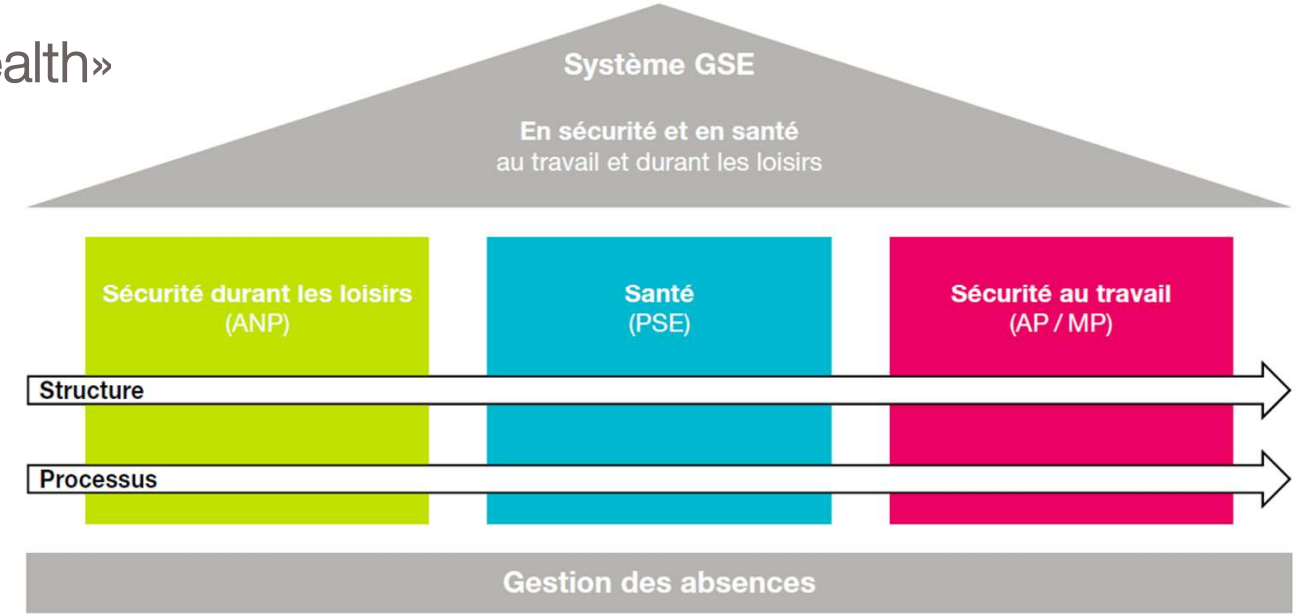
# 3. Se mettre en mouvement

## 1. Analyse des problèmes

- Définir les axes de prévention prioritaires
- En face => percevoir ce que les gens sont prêts à changer.

## 2. Privilégier une vision «Global Health»

- Nos journées ont 24heures…



# 3. Se mettre en mouvement

## 3. Une communication vibrante et impactante

1. **Répertorier les canaux à disposition**
   Repérer les canaux adéquats pour les publics (ex. certains n'ont pas d'accès à leur mobile.

2. **Objectifs**
   Déterminer les objectifs de communication sur la base de l'analyse faite pour la prévention.

3. **Publics**
   Lister les différents publics (managers, employés, médias, etc.)



suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 3. Se mettre en mouvement

**4. Des messages clairs et pertinents**

- Des contenus différents selon les publics (direction, employés, etc.)
  Les besoins ne sont pas les mêmes. Ex. Campagne Inspire basée sur des personas
- Une tonalité non jugeante, appropriée à l'entreprise (sérieuse, drôle, décalée, etc.)
- Des contenus qui font autorité. Une personne ayant vécu la guerre n'est pas sensible aux mêmes messages.

- Attention aux problématiques de langues => privilégier les messages dans la langue des employés
- **E>I :** les émotions sont des fenêtres pour les informations
  - En racontant des histoires
  - En mettant un visage sur le récit
  - En faisant attention aux chiffres
  - En changeant de ton et en surprenant (humour)

suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 3. Se mettre en mouvement

**5. Canaux**

**Digitaux**

- Intranet
- Ecran digitaux à l'intérieur de l'entreprise
- Réseaux sociaux internes à l'entreprise
- Vidéos, podcasts
- Visio
- Utilisant Réalité Augmentée et Réalité Virtuelle

**Traditionnels**

- Séances, events
- Ateliers
- Flyers, brochures
- Affichages
- Give-aways
- Supports publicitaires (sets de tables, mouchoirs en papier, sucres, bonbons, etc.



suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra

# 3. Se mettre en mouvement

**6. Actions cohérentes et répétés => un thème/sujet à la fois**

- ⇨ Un nom pour le projet + une identité visuelle
- ⇨ Des formats sympas
- ⇨ 1 thème à la fois durant plusieurs semaines.
- ⇨ Eviter les «one shots» et répéter les messages.

**7. Plans d'actions**

- ⇨ Un planning proposé idéalement sur 3 ans

**8. Budget**

- ⇨ La prévention nécessite des ressources.
- ⇨ Les premiers ROI se font voir après 2 ans environ.

**9. Mesurer avec des indicateurs pertinents**



suva Suisse Schweiz Svizzera Svizra