

Séminaire de lancement du PRST4

Synthèse des éléments clés de l'atelier 2

Imaginer des enquêtes mutualisées à l'échelle de plusieurs actions en direction des entreprises / préventeurs / SPST (...) pour mesurer l'utilité, la pertinence et l'usage fait des productions du PRST 4 : relevons le défi !

Contexte et objectifs de l'atelier

Le retour d'expérience du PRST, notamment au travers de la démarche d'évaluation en fin de plan coordonnée au niveau régional, a été riche d'enseignements.

Malgré les outils mis à disposition des groupes de travail, parmi lesquels un « kit évaluation » (comportant notamment des modèles de questionnaires d'enquête à chaud et à froid), les groupes de travail ont rencontré des difficultés à structurer ce type d'enquête (et tout particulièrement enquêtes à froid ou de suivi) à l'échelle des actions. Outre son caractère chronophage, la mise en place d'enquêtes nécessite en effet des compétences (élaboration de questionnaires ad'hoc et protocoles d'enquête rigoureux, traitement statistiques) pour assurer la robustesse des résultats, mais aussi des moyens matériels (logiciels d'enquête en ligne) et potentiellement financiers. La question de l'accès direct aux cibles (listing contacts complet et à jour) ou à des relais de diffusion de ce type d'enquête dans le cadre d'enquêtes auto-administrées par internet, s'est également posée ainsi que celle du choix des actions pour lesquelles ce type d'outil est pertinent (critères de pertinence). Ainsi, au titre du PRST3, rares sont les enquêtes à froid à avoir été déployées par les groupes de travail.

Ces éléments montrent une nécessité de **renforcer ce volet pour le PRST4 pour tenir compte de l'ambition des partenaires du PRST4 en matière d'évaluation des effets à court et moyen termes des actions du PRST4 sur les pratiques, les comportements, ...**

Ainsi, il est apparu important de :

- renforcer le travail d'enquête « à froid » et penser l'évaluation très en amont afin de structurer le plus tôt possible notamment les outils d'enquêtes auprès des bénéficiaires des actions.
- d'outiller les groupes de travail pour cela et raisonner en termes de mutualisation entre groupes de travail.
- penser une coordination globale des travaux d'enquêtes pour ne pas démultiplier les sollicitations auprès des cibles.

Objectifs fixés pour l'atelier :

- Identifier les actions pour lesquelles des enquêtes peuvent être pertinentes : quel type d'enquête pour quel type d'action et en fonction des indicateurs recherchés, conditions tenant aux moyens à mobiliser...
- Repérer les zones de mutualisation possible en fonction des enquêtes envisagées par les groupes de travail concernés (objectifs, calendrier, cibles, modalités de passation etc)
- Identifier les conditions de réussite de travaux d'enquêtes mutualisés.

Résultats des travaux lors de l'atelier :

Deux catégories de fiches ont fait l'objet d'examens et réflexions sur les perspectives de mutualisation dans le cadre du groupe de travail :

- 6 fiches actions ciblant le secteur du BTP (entreprises et donneurs d'ordre ou maître d'ouvrage) : 2.1.1, 2.5.7, 2.6.2, 2.2.1, 2.5.1, 5.2.2 ;
- 2 fiches action ciblant l'aide à domicile : 1.3.1 et 2.8.1.

Concernant les actions en faveur du BTP

Les perspectives de mutualisation identifiées:

Les actions identifiées par le groupe comme pouvant faire l'objet de mutualisation dans le cadre d'enquêtes à froid sont les suivantes :

- S'agissant du secteur du BTP,:
 - 2 actions ciblant les donneurs d'ordre et maîtres d'ouvrage : 2.2.1 et 5.2.2
 - 3 actions ciblant les préventeurs : 2.1.1, 2.2.1 et 2.5.1
 - 4 actions ciblant les entreprises du BTP : 2.1.1, 2.5.7, 2.6.2 et 2.5.1
- S'agissant de l'aide à domicile, les perspectives de mutualisation repérées entre l'action 1.3.1 et l'action 2.8.1 sont plus limitées du point de vue des participants. La cible « dirigeants de structures d'aide à domicile » est le plus petit dénominateur commun entre les 2 actions. Les dirigeants ne sont toutefois pas les seules cibles de ces actions. Une enquête dans leur direction ne suffirait pas à embrasser le point de vue de l'ensemble des cibles bénéficiaires de ces 2 actions.
- Du point de vue des participants, le contenu de l'enquête mutualisée pourrait porter sur les points suivants :
 - La visibilité des productions (en ont-ils eu connaissance et si oui, par quel canal) ;
 - L'usage qui en a été fait ;
 - L'utilité des productions / leur qualité ;

- Le caractère déterminant des productions dans le passage à l'action en faveur de la SST.

Selon la nature des supports/ « productions » des groupes de travail, l'évaluation sera toutefois plus ou moins aisée.

Possibles sur le papier, les participants à l'atelier de travail ont souligné que ces mutualisations allaient requérir un « alignement des planètes » afin qu'elles soient possibles (synchronisation des calendriers, cibles identiques, ...) et nécessiteraient des échanges et une coordination inter-groupes importants. Les points d'attention et facteurs de réussite sont détaillés ci-après.

Les questions qui se sont posées :

- La capacité des différents groupes de travail à aligner leur calendrier de travail de sorte à permettre l'interrogation des cibles dans le cadre de l'enquête dans des temporalités cohérentes : pas trop longtemps après la diffusion des « productions » faisant l'objet de l'enquête pour éviter l'effet mémoire, pas trop tôt après leur diffusion, de manière à pouvoir interroger les effets sur les pratiques et la durabilité de ces effets. Un tel alignement des calendriers de travail nécessitera des échanges réguliers entre les groupes concernés et une coordination transversale.
- Les participants à l'atelier estiment ainsi important que les groupes de travail, une fois la méthodologie de travail et les objectifs affinés, puissent échanger au sujet des perspectives de mutualisation, quelques mois après le lancement des actions.

Les facteurs de réussite identifiés :

- L'expérience de plusieurs participants démontrent que les entreprises sont difficiles à mobiliser pour répondre à des enquêtes. Le sujet *santé au travail* est sensible, et les employeurs sont réticents à dévoiler leurs pratiques de peur d'être sanctionnés. Les enquêtes auto-administrées par internet engendrent, de l'expérience de certains participants, des taux de retour faibles, en lien également avec la faible disponibilité des chefs d'entreprise et en partie avec leur niveau de maîtrise du français écrit notamment (sur ce dernier point, les cibles salariés du secteur sont particulièrement concernées mais également certains employeurs). Pour ces raisons, le canal d'administration à privilégier serait, du point de vue des participants, l'enquête téléphonique. Cette option est toutefois jugée coûteuse.
- Le choix de l'expéditeur ou des courroies de transmission du lien vers l'enquête (dans le cas d'enquêtes auto-administrées) est considéré par les participants comme stratégique. Les participants repèrent des confusions importantes entre les acteurs institutionnels chez les employeurs. Privilégier un expéditeur au niveau d'une branche

ou fédération est une piste jugée intéressante par plusieurs des participants, en tant qu'ils sont des interlocuteurs naturels des entreprises, et leurs communications faisant l'objet d'une attention accrue. Un expéditeur DREETS pourrait, du point de vue des participants, davantage susciter la méfiance (peur du contrôle) et être désincitatif.

- Quel que soit le canal de passation choisi, les questionnaires d'enquête devront être courts pour optimiser le taux de réponse. Il faudra également privilégier des questions fermées aux questions ouvertes.

Les points ayant fait débat :

- L'idée de mettre en place des **enquêtes de type barométriques** pour interroger un panel d'employeurs avant / après a été portée par l'un des participants : elles viseraient à interroger les représentations, les pratiques avant et après sensibilisation dans le cadre du PRST par le biais des différentes productions et propositions. Ce type d'approche est en effet susceptible de permettre d'identifier de manière plus précise les effets sur les pratiques. Les échanges ont toutefois montré que la mise en place de ce type d'enquête nécessiterait un protocole rigoureux de manière à pouvoir conserver l'engagement des entreprises du panel entre les 2 vagues d'interrogation. Il conviendra de voir sa faisabilité technique et au plan financier.