

Séminaire de lancement du PRST4

Synthèse des éléments clés de l'atelier 6

Atteindre nos cibles, notamment les TPE / PME, et les associer aux moments clés de la démarche

Contexte et objectifs

Informations utiles sur la thématique abordée (contexte, antériorité, enjeu repéré...) :

Les TPE-PME sont une cible prioritaire pour le PRST3 comme le PRST4. L'évaluation du PRST3 a montré que ces acteurs ont toutefois été peu associés aux réflexions des groupes (difficulté à mobiliser des entreprises, difficultés à les associer à des groupes de travail...) et que les productions des GT avaient du mal à les atteindre.

Dans le cadre de la préfiguration du PRST4, un atelier a réfléchi en mars 2021 aux solutions pour mieux s'adapter aux besoins et habitudes de ces entreprises. Les préconisations formulées figurent dans la fiche « les essentiels communication » :

Chaque groupe de travail est encouragé à mobiliser ponctuellement des salariés, employeurs, médecins du travail, etc, pour recueillir leur avis. Le moment de ces consultations est à choisir avec soin : ni trop tôt, pour avoir des questions précises à explorer, ni trop tard, pour avoir la flexibilité de réorienter les travaux si nécessaire. Les éléments sur lequel l'échantillon est interrogé doivent être soigneusement préparés et l'échange encadré, puisqu'il ne s'agit pas de remettre en question des points déjà validés.

2 objectifs principaux ont été repérés :

- Recueillir un avis sur le besoin identifié dans la fiche-action ou le format de production envisagé
- Tester une production aboutie pour y faire les derniers ajustements

L'échantillon peut être interrogé selon différentes modalités : échange oral qualitatif avec un petit groupe de personnes, entretiens bilatéraux, sondage auprès d'un nombre relativement important...

A ceci s'ajoute un enjeu de diffusion des productions finalisées auprès des cibles finales : choisir les bons canaux, les bons moments, identifier des relais de proximité, saisir des opportunités existantes etc...

L'enjeu est donc d'améliorer l'adéquation entre les productions des groupes de travail et les besoins des cibles pour augmenter l'impact des actions ainsi que les modalités pour diffuser les productions des groupes de travail qui les concernent auprès des TPE-PME.

A noter que le GT culture de prévention avait produit, dans le cadre du PRST3, un document sur les actions pertinentes en matière de prévention en fonction des étapes de la vie d'une entreprise.

Objectifs fixés pour l'atelier :

- Instaurer un premier dialogue entre groupes de travail et organisations non impliquées dans le PRST4 à ce jour qui sont des interlocuteurs naturels des entreprises et des courroies de transmission d'information et d'outillage potentiels
- Réfléchir aux modalités de travail en commun pour faciliter mobilisation des entreprises dans le processus de développement de ressources et / ou diffusion des ressources produites

Résultats des travaux -

Question 1 : Comment repérer et solliciter des employeurs et salariés volontaires pour donner leur point de vue et participer ponctuellement à des travaux ?

Importance / intérêt d'associer précocement les cibles des travaux :

- Lever les réticences à la diffusion si les cibles ou relais n'ont pas été associés)
- Fiabilité et crédibilité des démarches méthodes, outils, informations
- Pertinence des travaux qui s'appuient sur la réalité du terrain
- Attention à porter au langage (vigilance sur les acronymes qui ne parlent et ne mobilisent pas)

Mettre en place un travail de cartographie/ référencement des acteurs relais (fédération, OP, OS, chambres consulaires et de l'agriculture...), voire identification d'un acteur « référent » sur le/les sujets de prévention + acteurs peu associés au PRST mais pourtant relais dans les entreprises (ex : préventeurs internes, les DRH...)

Procéder à une segmentation des cibles/relais par sujets prioritaires

S'appuyer sur les cibles / destinataires des travaux, mais aussi sur les institutionnels qui vont les relayer / déployer

- Appel à contribution auprès des institutionnels et groupes représentant les cibles
- Appel à compétence / expertise spécifique sur le sujet
- Associer également les relais potentiels internes dans les entreprises
- Identification de « pairs sensibles » : des employeurs, ou des salariés susceptibles de contribuer à

l'élaboration, mais aussi de contribuer ensuite à leur test et à leur diffusion (légitimité, pertinence...)

Importance de formuler des questions / problématiques qui vont être signifiantes pour les cibles ou les relais (avec un travail préalable d'identification de leurs propres « motivations », « intérêts » à être associé sur certaines thématiques mais aussi par rapport aux considérations de leurs propres cibles/adhérents)

- Faire référence à des situations de travail précises, concrètes plutôt que de problématiques générales (parler d'utilisation du produit x dans telle activité plutôt que du risque CMR, par exemple)
- Se rapprocher des médecins du travail et plus largement des SPSTI qui sont en prise directe avec les salariés et les entreprises, pour s'inscrire dans les problématiques rencontrées (ex : la fiche d'entreprise peut constituer un levier mais aussi le DUErP)

Besoins

- **Dès le début, faire un appel à contribution ou au moins une information à des relais identifiés puis demander à toutes les personnes sollicitées pour participer au GT, mais non volontaires, faute de temps ou de moyens, si elles souhaitent donner leur avis sur la production finale**
- **Constituer en amont (au niveau de l'ensemble du PRST4) et/ou au moment du démarrage du projet (construction de la fiche action) des « réservoirs » de pairs sensibles, de compétences expertes (possibilité de s'appuyer sur les SPSTI ?)**
- **Disposer d'une cartographie régionale des acteurs, des partenaires (notamment des partenaires sociaux)**

Question 2 : Comment repérer et solliciter des employeurs et salariés volontaires pour tester/relire des productions ?

Mise en place de club de testeur ; Appel à manifestation d'intérêt ; montage d'événements conjoints ; utilisation des canaux de communication de la structure invitée pour pousser une production ; profiter de réunions déjà planifiées (réunions avec des entreprises) lors desquelles le GT du PRST 4 peut venir présenter, informer, discuter ; Opérations ad'hoc co-construites ; etc

- Une attention à porter au fait que s'il s'agit de production sectorielle, thématique ou généraliste, alors la cible peut être différente
- Attention à ce que la phase test ne remette pas en cause l'intégralité des productions du groupe
- Bien spécifier ce qu'on souhaite tester, et définir un protocole de test, avec des indicateurs ou des grilles de lecture communes aux « relecteurs »
- Utiliser des événements existants pour faire le test des productions : exemple, profiter de Préventica
- Organiser des journées dédiées à la relecture des productions

- Utiliser le « réservoir » de « pairs sensibles » / Constituer un panel représentatif de représentants de salariés et d'employeurs (mobilisable via des enquêtes par exemple)

Question 3 : Comment diffuser efficacement des livrables aux cibles finales pertinentes ?

Leviers et contraintes des relais présents ; éléments à prendre en compte sur les entreprises de leur réseau etc

La question de la diffusion des différentes productions PRST peuvent concerner au premier chef la diversité des partenaires impliqués de près ou de loin dans le PRST = avoir une boîte à outil où toutes les productions sont rassemblées et accessibles (ex : avoir un lien direct vers la production plutôt qu'un renvoi sur une plateforme où la recherche de l'information prend du temps), pour mutualiser la connaissance et éviter de reproduire « une production » qui existe déjà.

Utilisation de relais et partenaires pour la diffusion (associé dès le début du projet, cf. question 1, nécessité de disposer de listes actualisées avec contacts pour ces relais potentiels) :

- SPSTI
- Organismes de branche professionnelle / Fédérations
- Institutions / organisations fédératrices (de toute nature)
- Observatoires Départementaux du Dialogue Social / Commission paritaire régionale (CPRI, CPRIA, CPHSCT)
- Réseau de pairs
- OPCO
- URSSAF ? => évoqué par certains membres du groupe, mais pertinence et intérêt à approfondir (tout le monde n'est pas aligné pour considérer l'URSSAF comme un relai à mobiliser)
- Partenaires sociaux (organisations syndicales d'employeurs et de salariés), CSE ?
- Clubs d'entreprises, Clubs RH
- S'appuyer davantage sur les départements et les DDTETS

Deux types de relais et partenaires

- Les relais « professionnels de prévention » : SPSTI, CARSAT, MSA parfois Chambres Consulaires
- Les relais « non professionnels de prévention » : certaines fonctions dans les Chambres Consulaires, organismes de branche, organisations fédératrices

(groupements locaux d'employeurs, associations...), services déconcentrés de l'Etat, conseils départementaux, Région...

Modalités de diffusion / déploiement :

- Envoi direct, par mail : nécessite l'utilisation de listes de destinataires, existantes chez les relais mais parfois difficiles à utiliser (besoin d'une autorisation, limite d'utilisation à certaines fins...) - efficacité / impact limité (taux d'ouverture des documents envoyés faible, multiplication d'information...)
- Site web des relais et partenaires
- Newsletter des relais et partenaires
- Brochures / documents numériques et/ou papier - la brochure papier est intéressante pour servir de support à une présentation par un acteur, mais a une portée limitée en envoi en nombre ou en simple mise à disposition
- Organisation de webinaires/ Réalisation de vidéo courte et/ou de podcast / Serious Game(nouvelles modalités plus accessibles dans le temps imparti pour s'emparer des sujets de prévention et de santé au travail)
- Réunion / regroupement de cibles & destinataires
 - Les réunions spécifiquement organisées pour déployer les productions ont souvent une portée limitée (petits déjeuners, after work, formations...)
 - Préférable de faire des regroupements / réunions pluri-institutionnelles (organisées à plusieurs partenaires et relais), avec l'enjeu de mettre en place une routine, des événements récurrents et thématiques pour « ancrer » les sujets de prévention et de santé au travail / Enjeu de jalonner et de ne pas diffuser tout en même temps (« campagnes » de diffusion)
 - Préférable d'utiliser un évènement déjà organisé à l'attention des cibles (par un relais) pour y insérer le déploiement des productions : les cibles viennent à une réunion qui a du sens d'un point de vue de leur activité et on leur parle prévention à cette occasion, on ne les fait pas venir pour ça (peu attractif)
 - Utiliser les salons professionnels (Préventica, autres...)
 - Des regroupements dans des entreprises « pairs sensibles » peuvent être plus attractifs (légitimité des pairs, proximité...)
 - Utiliser les formations pour communiquer sur les sujets prévention et santé au travail (toucher les « écoles » ciblées)
 - Penser des modalités d'animation plus « attractives » que d'autres (ex : Hackathon, Codéveloppement, etc.)

Le groupe insiste sur :

- L'importance et l'impact du contact direct avec les cibles / bénéficiaires (plutôt que mails, documents, envoyés, webinaire, etc...)

- L'importance du ciblage préalable des destinataires de l'action : éviter les préoccupations trop 'généralistes' et déconnectées de la réalité du terrain qui ne 'parlent' pas aux cibles (cf. question 1, formulation de la question)
- L'importance de la perception de sens, d'utilité pour le destinataire des productions