

Note Méthodologique : Communication et sensibilisation SST hors ISO

Synthèse structurée de la démarche et des étapes de réalisation de la mission.

Contexte & finalité de la méthodologie

- Approche opérationnelle sans certification ISO; centrée sur l'efficacité terrain.
- Première ligne de maîtrise des risques: briefings, affichages, causeries, campagnes ciblées.
- Cible un impact rapide, l'appropriation par le terrain et l'alignement avec les priorités opérationnelles.
- Complète les exigences réglementaires et politiques HSE existantes.
- Gouvernance lisible: qui décide, qui anime, qui mesure, avec un cap court (≈ 12 semaines).

Point clé : 1 message clé par thème, 2 canaux maximum, 3–5 indicateurs frugaux, revue à 4 semaines, cap ≈ 12 semaines.

Objectifs de la mission

- Réduire l'exposition aux risques et élever la vigilance partagée.
- Obtenir des comportements observables (EPI, isolements, gestes maîtrisés).
- Installer des rituels courts et réguliers (top 5, causeries, briefs).
- Équiper les animateurs (supports, scripts, visuels) et valider les messages avec le management.
- Suivre par échantillonnage (≈ 20 % des équipes/mois) et corriger rapidement.
- Cible d'ancrage: 80 % de briefs sécurité réalisés sur 4 semaines consécutives.

Périmètre / livrables attendus

- Mandat et cadrage de gouvernance (sponsor, comité bimensuel, calendrier ≈ 12 semaines).
 - Cartographie des acteurs et des canaux existants.
 - Plan de communication et charte éditoriale.
 - Kit supports: affiches A3, scripts de causerie, slides; guide d'usage des canaux.
 - Rituels déployés: top 5 quotidien, affiche hebdomadaire, brief sécurité.
 - Tableau de bord minimal (3–5 indicateurs) et grilles de présence/observations.
 - Plan d'amélioration sur 12–13 semaines et synthèses de revues.
-

Démarche méthodologique (étapes)

1) Cadre et gouvernance du projet

- Formaliser mandat, sponsor, comité bimensuel; fixer calendrier ≈12 semaines.
- Cartographier direction, HSE, managers, représentants du personnel.
- Livrables: périmètre, règles de décision, liste des livrables (plan de com, charte, indicateurs).

2) Diagnostic et segmentation des publics

- Observations terrain, audits brefs (45–60 min/unité), entretiens.
- Cartographier canaux; segmenter (nouveaux, intérimaires, métiers critiques, nuit).
- Sorties: priorités de thèmes, canaux utiles, premiers indicateurs discriminants.

3) Conception des messages et supports

- 1 message clé/support; 3 preuves attendues; variantes par public.
- Produire charte éditoriale, kit supports (affiches, scripts, slides), guide d'usage.
- Conformité: lisibilité, pictos normalisés, cohérence avec standards internes.

4) Déploiement multicanal et animation

- Planifier séquences (qui/quoi/quand); synchroniser sites/équipes.
- Mettre en place: top 5 quotidien, affiche hebdo, alertes temps réel, brief avant intervention.
- Tracer simplement rituels (présences, check objectifs) pour le pilotage.

5) Mesure, amélioration et ancrage managérial

- Tableau de bord frugal (3–5 indicateurs); sondages 2 min; observation ciblée.
- Revues: hebdo 15 min, à 4 semaines (stop/continue/start), trimestrielle (≈90 jours).
- Ancrage: parler sécurité chaque semaine; reconnaître progrès; exiger preuves terrain.

Planning / durée / jalons

Période / Rythme	Activités	Jalons clés
Cap ≈12 semaines	Cadrage, gouvernance, priorisation (3 thèmes max.)	Mandat validé; sponsor et comité bimensuel en place
Déploiement initial sur 4 semaines	Rituels et messages déployés (2 canaux max./thème)	Cible: 80 % de briefs tenus sur 4 semaines
Hebdomadaire	Point 15 min: lecture des tendances et irritants	Plan d'actions court ajusté
Bimensuel (toutes les 2 semaines)	Comité de pilotage, ajustements des supports	Décisions d'arbitrage; mise à jour des indicateurs
Revue à 4 semaines	Évaluation par échantillon (≈20 % des équipes)	Décision stop / continue / start
Revue trimestrielle (≈90 jours / 12–13 semaines)	Bilan, capitalisation, priorités suivantes	Synthèse d'impact; nouveau cycle planifié

Rôles & responsabilités

Client (Direction / HSE / Managers)

- Nommer un sponsor; installer un comité bimensuel.
- Donner accès au terrain pour le diagnostic (observations, audits brefs).
- Valider thèmes et messages; aligner avec politiques HSE/obligations locales.
- Tenir les rituels (top 5, causeries 10–15 min, briefs) et tracer simplement.
- Mesurer, décider en revues (hebdo/4 semaines/trimestriel) et clôturer les actions.

Consultant

- Cadrer le mandat; cartographier acteurs et canaux; prioriser.
- Conduire diagnostic (observations, audits 45–60 min/unité, entretiens).
- Concevoir charte éditoriale, kit supports, guide d'usage; former les animateurs.
- Définir 3–5 indicateurs; structurer le tableau de bord et les revues.
- Appuyer le déploiement multicanal et l'amélioration continue.

Prérequis & données nécessaires (inputs)

- Politiques HSE existantes et obligations réglementaires locales.
- Cartographie des canaux actuels et inventaire des affichages.
- Segmentation des publics (nouveaux, intérimaires, métiers critiques, nuit).
- Données de base: briefs tenus, signalements/quasi-accidents, actions correctives.
- Standards internes (EPI, consignations, pictogrammes normalisés).
- Contraintes opérationnelles (pics d'activité, équipes de nuit, multi-sites).
- Disponibilité des managers de proximité; accès aux sites/unités.
- Cibles de référence: 80 % briefs/4 semaines; 90 % disponibilité supports; renouvellement visuels 30 jours.

Modalités de pilotage & qualité (comités, validations, risques)

- Comité bimensuel; point hebdomadaire 15 min; revue à 4 semaines; revue trimestrielle (≈90 jours).
- Indicateurs frugaux (3–5): briefs, exposition au message, signalements/quasi-accidents, comportements observés, délais de clôture.
- Échantillonnage ≈20 % des équipes/mois pour vérifier réception et application.
- Règles d'efficacité: 1 message clé, 2 canaux maximum, rituels 10–15 min, preuves en tournée managériale.
- Seuils de référence: 80 % briefs/4 semaines; 90 % supports disponibles; affichages critiques 100 % présents et 95 % à jour.
- Principaux risques: flou des responsabilités, surcharge/sur-communication, fatigue de messages, dispersion multi-thèmes, non-intégration aux routines.
- Garde-fous: sponsor de site, 3 priorités actives max., arbitrages en comité, cohérence éditoriale, stop/continue/start mensuel.
- Traçabilité légère: grilles de présence, checks d'objectifs, micro-sondages (3 questions).

