

Webinaires

La gestion environnementale, faites le point !

La sensibilisation du personnel

12 mai 2020

Stéphanie VERHEYE

La séance va bientôt débuter, merci de patienter ! 😊

Quelques informations pratiques :

- Vos micros et caméras sont coupés
- Notez vos questions au fur et à mesure dans le module Q/R, nous les traiterons au cours de l'exposé
- Si vous avez un problème technique audio, merci de communiquer dans le chat

Plan de l'exposé

1 | Un peu de théorie

- Communiquer, c'est quoi ?
- Informer, former, sensibiliser : quelle différence ?
- Les facteurs de réussite

2 | En pratique, comment s'y prendre ?

- Comprendre = réaliser un état des lieux
- Planifier et créer = élaborer le projet
- Communiquer = déployer la campagne
- Mesurer = évaluer les résultats et pérenniser la démarche

3 | Quelques idées !

4 | En conclusion...

La Cellule Environnement de l'UWE

Une équipe connectée :



environnement@uwe.be



Cellule Environnement
de l'UWE



Environnement UWE

Un partenariat Wallonie – UWE :

- Créée en 1994 à l'initiative du Ministre de l'Environnement
- Objectif : **sensibiliser, informer et former les entreprises à la gestion de l'environnement**
- Services **gratuits, confidentiels** et accessibles à toute entreprise située en Wallonie (qu'elle soit membre de l'UWE ou non)
 - Diagnostic environnement
 - Helpdesk environnemental
 - Outils pratiques
 - Séances d'information

www.environnement-entreprise.be

1 | Un peu de théorie

Communiquer, c'est quoi ?

Informé, former, sensibiliser : quelle différence ?

Les facteurs de réussite

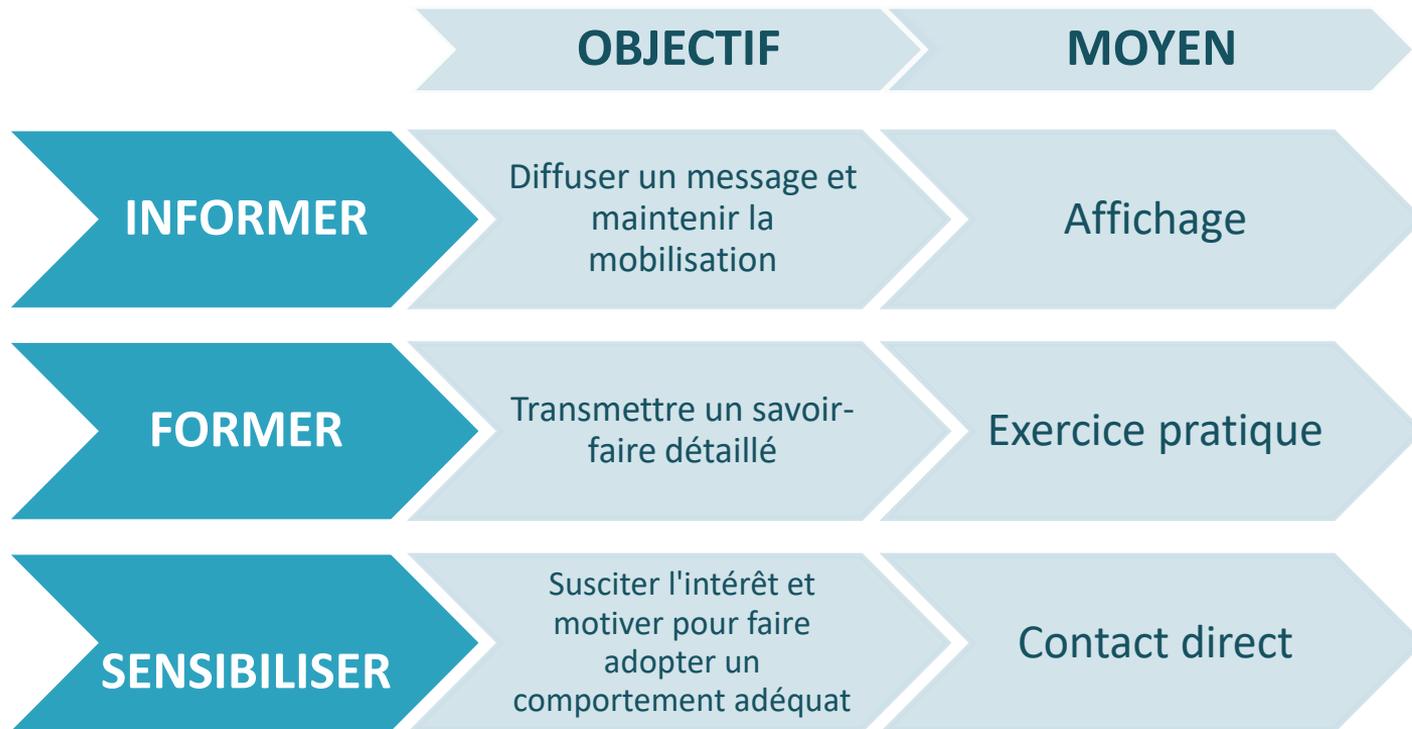
Communiquer, c'est quoi ?

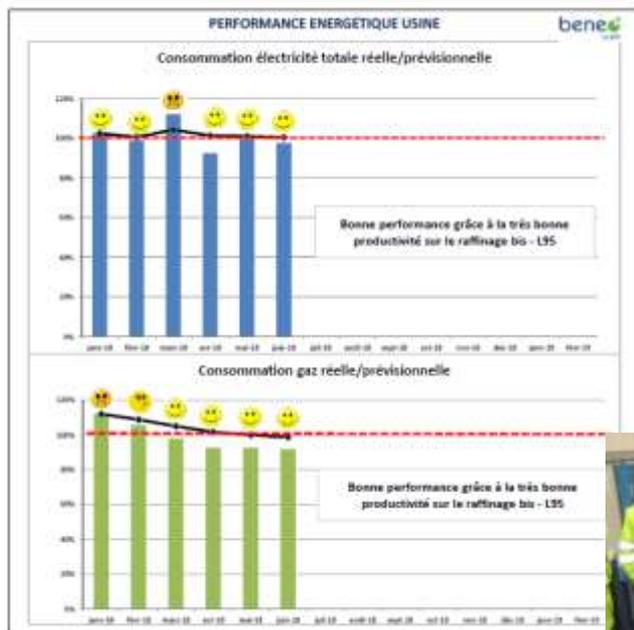


COMMUNICATION = SYSTÈME (ensemble d'éléments en interaction)

Un émetteur transmet un message vers un récepteur qui devient à son tour émetteur et transmet un feed-back. Le contexte, l'environnement et le vécu de chaque partie ont une influence sur ce système.

Informier, former, sensibiliser : quelle différence ?





Les facteurs de réussite

1. Le soutien du management

- C'est la condition impérative !
- La crédibilité du projet et la mobilisation du personnel en découlent...
- Ils allouent les budgets et le temps nécessaires au(x) projet(s)



EMERSON COMMERCIAL & RESIDENTIAL SOLUTIONS, fournisseur de solutions de chauffage, ventilation, climatisation et réfrigération. Welkenraedt.

« Chez Emerson, l'environnement fait partie intégrante de la stratégie. Depuis 6 ans, nous organisons une journée spéciale de type team building avec des ateliers spécifiques dédiés à l'environnement et à la sécurité. Pour ce faire, l'usine de production est arrêtée pendant une journée pour permettre à tout le monde de participer. Le Comité de direction est vraiment impliqué dans la démarche et anime même certains ateliers. »

2. L'implication de tous les acteurs

- Dès le début de la démarche pour susciter l'adhésion
- Questionner les travailleurs eux-mêmes, ce sont eux qui ont l'expérience !

Former un groupe de travail :

Composé de personnes motivées souhaitant s'impliquer dans la démarche

➔ **Crée des conditions favorables à des changements de comportements grâce à la collaboration, la créativité, l'enthousiasme et la production de résultats concrets !**

! Attention : il faut un modérateur ainsi qu'une préparation préalable (ordre du jour, compte-rendu...).



UCB. Entreprise biopharmaceutique. Braine-l'Alleud.

Depuis 2013, plusieurs groupes de travail (des Green Team) ont été constitués au sein de l'entreprise. Ces équipes « multidisciplinaires », organisées par bâtiment, se réunissent une fois par trimestre. Ces réunions sont ouvertes à tous et les thèmes qui y sont abordés sont très diversifiés (déchets, biodiversité, alimentation durable, mobilité...). Ceux-ci varient selon les affinités de chacun ou l'actualité du moment mais débouchent sur des réalisations concrètes : création d'hôtel à insectes et d'un sentier nature, mise en place d'îlots de tri des déchets, utilisation de tasses et de verres au lieu des gobelets jetables... »



3. L'écoute et le dialogue

- Même parmi les détracteurs il y a des choses à apprendre !
- S'assurer que les changements sont réalisables...



SCHMITZ DIGITAL PRINTING, imprimerie. Ciney.

« Le dialogue est un élément primordial au sein de notre entreprise. Nous souhaitons intégrer tout le monde à notre démarche environnementale. C'est pourquoi nous donnons les grandes idées mais nous n'imposons pas les choses et nous permettons à chacun d'émettre un avis. Il faut également valoriser les initiatives prises par les collaborateurs. Par exemple, suite à une action sur la consommation d'électricité de nos différents ateliers, tout le monde a pris l'habitude d'éteindre les lumières pendant la pause de midi ou lorsque la luminosité naturelle est suffisante. »

4. Des messages efficaces

- Communication claire et structurée...
- Des messages courts, simples et efficaces !
- Positifs plutôt que moralisateurs ou culpabilisants



TILMAN, laboratoire pharmaceutique. Baillonville.

A différents endroits judicieusement choisis, des affiches invitant les collaborateurs à éteindre l'éclairage avant de quitter une pièce ont été placées. Le slogan utilisé : « Soyez brillant, pensez à m'éteindre ! »

5. Répéter l'information

- Processus de longue haleine !
- Les messages et les canaux doivent être renouvelés régulièrement
- Déterminant pour maintenir la **mobilisation**

2 | En pratique, comment s'y prendre ?

Comprendre = réaliser un état des lieux

Planifier et créer = élaborer le projet

Communiquer = déployer la campagne

Mesurer = évaluer les résultats et pérenniser la démarche

COMPRENDRE = réaliser un état des lieux

- Identifier ce qui a déjà été fait (réussites et échecs)
- Analyser les comportements actuels (bons et mauvais)
- Mettre en place des **indicateurs**
 - Ils vont permettre d'évaluer les effets du projet !
 - Il n'existe pas d'indicateur idéal, le plus pertinent est celui qui représente aux mieux les résultats que l'on souhaite atteindre...

PLANIFIER ET CRÉER = élaborer le projet

- Une campagne de sensibilisation doit être claire et structurée
→ Établir un **PLAN DE COMMUNICATION**



Répondre à 5 questions :

- ❖ POURQUOI ?
- ❖ QUI ?
- ❖ QUOI ?
- ❖ QUAND ?
- ❖ COMMENT ?

❖ POURQUOI ?

= Définir et indiquer clairement les raisons du projet et les buts poursuivis (limitation du gaspillage, meilleure consommation de l'eau, amélioration du tri des déchets...)

- Les objectifs doivent être définis de manière réfléchie
- Pensez SMART



Exemples : réduire ses consommations d'électricité de 5% en 2 ans, avoir plus de 3% des membres du personnel qui viennent travailler à vélo...

❖ QUI ?

= Déterminer l'émetteur et le public-cible (qui communique à qui ?)

- Si communication interne, on s'adressera principalement aux collaborateurs
- En fonction des cibles, les messages et les supports seront différents !



MARTIN'S HOTELS, chaine d'hôtels belge.

Martin's Hotels agit sur 3 cibles différentes : le personnel, les clients et les fournisseurs :

- Carte d'identité environnementale pour les membres du personnel ;
- Les séminaires « CARBON ZERO » et le programme « ECO-BON » pour les clients ;
- Code de conduite pour les fournisseurs.



❖ QUOI ?

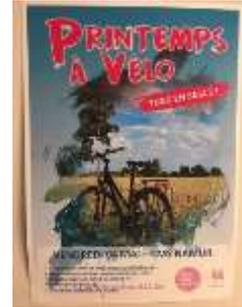
= Définir l'idée principale qui se déclinera dans tous les messages en fonction des différentes cibles

- Plus les messages sont adaptés aux cibles, plus la communication est efficace
- Va aider à choisir le support adéquat

❖ QUAND ?

= Planifier les actions

- S'assurer qu'il est possible de mettre en pratique le geste préconisé
- Adapter la diffusion de l'information à la période de l'année
- Se calquer sur des événements existants
- Ne pas diffuser trop de messages en même temps
- Profiter d'un changement



MUTUALITÉ CHRÉTIENNE LA PROVINCE DE NAMUR, caisse d'assurance sociale. Namur.

« Il est plus facile de promouvoir l'utilisation du vélo au printemps ou en été, plutôt qu'en hiver ! Chaque année, nous profitons du Printemps à vélo et de la Semaine de la Mobilité pour inviter les collègues à rejoindre leur lieu de travail autrement qu'en voiture. C'est l'occasion de nous réunir pour un moment convivial. »



RAFFINERIE TIRLEMONTAISE, sucrerie. Wanze.

Pour la 3ème année consécutive, la Raffinerie Tirlemontoise a participé au Grand Nettoyage de Printemps ! Environ 25 membres du personnel des sites de Wanze et de Longchamps ont enfilé leurs gants et leur chasuble pour ramasser les déchets sauvages des alentours, lors de cette journée conviviale. Au total, ce sont plus de 25 sacs PMC et 30 sacs tout-venant qui ont été rassemblés !





AGC, production et transformation de verre. Louvain-la-Neuve.

AGC a profité de la construction de son nouveau Headquarter européen et du déménagement de ses collaborateurs pour réduire son impact environnemental et instaurer de nouvelles habitudes. Le bâtiment a été conçu de manière à permettre d'importantes diminutions en matière de consommations d'eau et d'énergie. Des actions ont également été menées afin notamment de favoriser la mobilité douce et le covoiturage. L'installation dans ces nouveaux locaux a été l'occasion d'inciter de nouveaux comportements au niveau du personnel, grâce à la mise en place d'îlots de tri des déchets avec affichettes explicatives (optimisation du tri), à la dématérialisation des documents (réduction de la consommation de papier) et à l'utilisation de gourdes (diminution des gobelets jetables).



❖ COMMENT ?

= Déterminer les moyens et les modalités pratiques : supports, budget, partenaires...

- Attribuer un nom, un logo, un slogan, une mascotte
- Utiliser des supports adaptés à des endroits adéquats
- Privilégier le contact direct
- Utiliser des messages positifs
- Être original



SERVICE PUBLIC DE WALLONIE, administration. Namur.

« Les modes d'information les plus élaborés ne sont pas forcément les plus efficaces. Par exemple, lors de la Semaine du développement durable, nous avons organisé plusieurs actions : la réalisation de vidéos et d'articles sur différents sujets et la distribution de pommes pour promouvoir les circuits courts. Nous avons remarqué que pour cette dernière action, l'investissement était beaucoup plus faible mais plus de personnes ont été touchées. On joue ici sur un message minimal mais qui peut avoir un impact conséquent ! »



CBR, cimenterie. Lixhe.
Rickette



**BENEO-Orafti, production
et commercialisation de
fibres alimentaires. Oreye.**
Hercule



CBR, cimenterie. Lixhe.

« Une approche ludique telle qu'une mise en situation par un jeu de type quizz interactif présente de nombreux avantages. D'abord, tout le monde participe et donc, chacun profite des connaissances des autres. Ensuite, cela permet de discuter de ce qui n'est pas compris, de tester l'acquis et ainsi de répéter les différentes notions. Enfin, il y a également un apport positif grâce à l'effet de groupe. Attention tout de même à la manière dont c'est abordé et à s'adapter aux cibles. En effet, que l'on s'adresse à des cadres ou à des ouvriers, les messages ne seront pas totalement identiques. De plus, c'est une action qui favorise la discussion mais il est très difficile d'en mesurer l'impact global. »

COMMUNIQUER = déployer la campagne



À VOUS DE JOUER !!!

Mesurer = évaluer les résultats

- Se focaliser sur des résultats concrets et chiffrables (→ indicateurs)
- Parler des actions 😊 et ☹️
- Demander du feed-back
- Adapter les actions
- Répéter l'information

Répéter l'information

Répéter l'information

Répéter l'information

Quelques idées !

Les affiches

Les affiches sont utiles pour rappeler un message mais elles doivent être associées à d'autres actions !

Attention : si elles ne sont pas changées régulièrement, elles deviennent vite un « objet de décoration » que plus personne ne remarque...

Conseil : ne pas y mettre trop d'informations!



Le Nudging

= Inciter subtilement quelqu'un à changer de comportement, sans limiter son choix et sans imposer d'obligation.



Les jeux de rôle, les mises en situation, les quiz...

Cela permet d'avoir une approche ludique et d'impliquer le personnel par un contact direct et la pratique.

Il est possible de corriger les erreurs et d'expliquer les « pourquoi »...

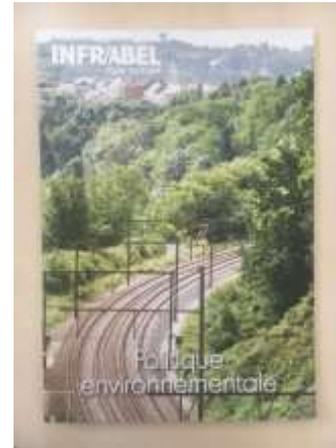
Attention : le temps de création est important !



Les brochures, les magazines...

Un grand nombre de personnes peuvent être touchées (nouveaux collaborateurs, prestataires extérieurs...).

Attention : ce sont des supports qui prennent du temps à être réalisés.



Les journées à thèmes, les événements

Cela permet d'inscrire la démarche dans un contexte plus global et de toucher beaucoup de personnes.

Attention : c'est assez lourd à mettre en place et cela nécessite un certain budget.



Les « goodies »



Campagnes spécifiques



Et autres...

- La boîte à idées ;
- Les séances d'information ;
- Les concours ;
- Les outils audiovisuels (écran, panneau d'affichage) ;
- L'intranet ;
- Les emails.

En conclusion...

Ce qu'il faut retenir !

- Une campagne de sensibilisation est un travail de longue haleine !
- Il est primordial d'avoir le soutien du management
- Faire un plan de communication et répondre aux 5 questions...
- Être original, utiliser un message positif
- Commencer par des choses simples et faciles à mettre en œuvre
- Partager les expériences (bonnes et/ou mauvaises)
- Répéter, toujours répéter...

Nos outils

- Les affichettes



- La brochure



Les journées spéciales...

Date	Objet
18 mars	Journée mondiale du recyclage
20 mars	Semaine internationale pour les alternatives aux pesticides
20 mars	Journée internationale sans viande
21 mars	Journée internationale des forêts
22 mars	Journée mondiale de l'eau
22 avril	Journée mondiale de la Terre
12 mai	Journée mondiale du commerce équitable
22 mai	Journée mondiale de la biodiversité
29 mai	Semaine Européenne du développement durable
5 juin	Journée mondiale de l'environnement
3 juillet	Journée mondiale sans sacs plastiques
Septembre	Semaine de la mobilité
16 octobre	Journée mondiale de l'alimentation
22 octobre	Journée mondiale de l'énergie
25 octobre	Journée mondiale sans papier
17 novembre	Semaine européenne de la réduction des déchets
Novembre	Semaine de l'arbre
8 décembre	Journée mondiale du climat

Autres Webinaires

Thématique	Date
Le permis d'environnement	28 avril 2020
La gestion des déchets	30 avril 2020
La gestion de l'eau	5 mai 2020
Les obligations liées au décret sols	7 mai 2020
La sensibilisation du personnel	12 mai 2020
La biodiversité	14 mai 2020

Pour vous inscrire : <https://environnement-entreprise.be/agenda/>



D'autres thématiques suivront ! Restez connectés !

Cette action de sensibilisation à l'environnement est organisée dans le cadre des missions d'intérêt public confiées par la Wallonie à l'Union Wallonne des Entreprises.

Merci de votre attention

Cellule Environnement de l'UWE

Rue de Rodeuhaie 1

1348 Louvain-la-Neuve

Tél : 010/47.19.43

environnement@uwe.be

www.environnement-entreprise.be