

## **La communication, un outil de prévention indispensable.**

Conférence co-animée par  
Yoann François, Gérant de Helfy et Etienne Bedene , Gérant de Jeudireve.

### **Quelques mots sur Helfy**

**LE MANAGEMENT** : Notre métier !

**LA SANTÉ ET LA SECURITE AU TRAVAIL** : Une de nos Spécialités !

**Notre objectif** : être « biodégradable » et faire en sorte que chacun de nos clients s'approprie notre savoir-faire.

**Nos atouts** : Simplicité et efficacité.

**Pour en savoir plus sur notre équipe**, rendez-vous sur [www.helfy.fr](http://www.helfy.fr)

Avant d'aborder le thème principal de la conférence, revenons sur quelques fondamentaux et à une question principale que se pose tout responsable sécurité, environnement, directeur de site ou chef d'entreprise : **comment mieux gérer ses risques ?**

Avant tout, réalisez un **diagnostic**. Celui-ci peut être et devrait être porté par le **Document Unique** qui vous engage à lister vos risques, les hiérarchiser et mettre en place un Plan d'action visant à réduire voire éliminer ces risques. Mais ne tombez dans l'excès dans lequel tombent bon nombre d'entreprises et ne réalisez pas un Document Unique inutilisable. Faites en sorte qu'il soit le plus simple possible ; ne cherchez pas à réaliser un document exhaustif au risque d'être trop complexe. Cherchez plutôt à ressortir **l'essentiel** !

Ne tombez pas non plus dans l'excès inverse qui vise à ne lister que ce qui vous intéresse et/ou que vous maîtriser...Piège dans lequel bon nombre d'entreprises tombent également. Il est tellement simple de résoudre des problèmes avec l'achat d'équipement de protection individuel ou collectif, sans même demander aux intéressés si ceux-ci serait adapté à leur poste.

Et pourtant, **l'Homme doit toujours être au cœur du projet**, non pas en temps que machine mais en temps que personne pouvant apporter sa pierre à l'édifice.

A l'époque du taylorisme, les entreprises ont cherché "**The One Best Way**" pour augmenter leur productivité en optimisant au maximum les techniques de production (gestes, rythmes, cadences) et la définition des tâches (conception). Malheureusement, cette recherche de la productivité a converti l'Homme en simple exécutant, « presse-bouton » et présente des limites. En effet, l'Homme a besoin de reconnaissance, d'un environnement de travail serein pour évoluer au mieux. La recherche de l'équilibre entre productivité et ambiance de travail permet d'atteindre ce que nous appellerons la **perfambiance** dans un respect de l'homme, du travail et du client, ce qui de fait augmentera la rentabilité de votre entreprise.

**Mais comment atteindre cette perfambiance ? Des outils existent-ils ? Lesquels utilisés ?**

De nombreux outils sont à votre disposition, encore faut-il les connaître mais surtout les utiliser à bon escient en fonction du besoin et de la culture d'entreprise. Enfin, ces outils doivent être développés avec et pour les Hommes et les Femmes qui sont l'essence de votre entreprise. Qui utilise des affiches pour lesquelles les salariés ne s'identifient pas ? Qui appose des affiches pendant si longtemps qu'elles finissent par faire partie du décor ? Qui affiche des tableaux de bord qui se ressemblent les uns les autres et finissent par ne plus interpeler ? La liste pourrait être longue...

Alors des outils, OUI mais surtout de la **rigueur** et du **bon sens, sans oublier**

**l'exemplarité** ! Comme on dit souvent, « l'escalier doit se balayer de haut en bas » et non l'inverse. Alors, donnez l'exemple. Mais une fois encore, ne tombez pas dans l'excès inverse et faites en sorte de faire remonter l'information, de faire participer les **Hommes et Femmes de terrain** qui **source de valeurs**.

**Des outils, OUI mais surtout une bonne communication.**

## **Développer des modes de communication Impactants !!!**

- **Innovant**
- **Percutant**
- **Facile à comprendre**

Avant de présenter des outils simples, revenons sur les fondamentaux de la communication. Sur une journée de 16h (6h30-22h30), l'homme reçoit environ l'équivalent de 17 heures d'information (télévision 3h, radio 2h, informatique 2h, lecture 1h, téléphone 2h, travail 6h, divers 1h) sachant que ce dernier est amené à utiliser plusieurs canaux en même temps... De plus 80% de ces informations sont d'ordre négatif (guerre, bourse, retraites, météo...). Alors comment faire le tri parmi temps d'information ? Il s'avère qu'à partir d'un certain moment, le cerveau n'est plus capable de faire le tri et se bloque, purement et simplement.

Certains l'ont très bien compris et c'est pourquoi ces produits sont très appréciés de nos jours (iphone, les magazines « C'est pas sorcier » et « Ca m'intéresse »). Peu de lecture, beaucoup d'images, des petits articles et des titres accrocheurs, des icônes simples et parlant d'eux-mêmes...

Enfin, si nous voulons faire le parallèle avec les discours politiques où il a été prouvé que les idées et messages forts passent à 80% par le charisme et le physique, 17% par le ton de la voix et 10% par le contenu, vos documents de communication doivent suivre le même schéma (80% sur l'aspect, 17% sur le ton, 10% sur le contenu).

Voilà pourquoi, Helfy et Jeudireve ont développé la marque Jeudelfy pour commercialiser des **outils de communication par l'image**. 80% de ludique, coloré, 17% d'images positives/humoristiques, 10% de contenu. Des livrets d'accueil, des affiches, des DVD, des sites e-learning, des jeux de société, des marques pages, des supports de poignées de portes...

Des **outils génériques ou adaptés** pour faire en sorte de **faire passer des messages** mais également de **faire remonter l'information de terrain** permettant de faire évoluer les techniques et les comportements. **N'oubliez pas que les outils ne remplacent pas les Hommes !**

**Enfin et surtout, utilisez tout outil à bon escient, au bon moment, avec les « bonnes » personnes !**