

Comment communiquer et sensibiliser les salariés aux enjeux d'un PDE ?

Descriptif de la démarche

1 Choisir les arguments

L'amélioration des problèmes de déplacements passe par une sensibilisation permanente des employés aux enjeux de la mobilité, mettant en avant les bénéfices qui les concernent directement.

Ainsi, parler de sécurité individuelle et de santé, par exemple, permet d'aborder la mobilité sous un autre angle que celui de la responsabilité environnementale de l'entreprise voire de chacun.

Le covoiturage ou les transports en commun réduisent le risque d'accident sur le déplacement domicile – travail. La marche ou le vélo sont de bons moyens d'entretenir sa forme. Les coûts de déplacements les concernent aussi directement et doivent donc faire l'objet d'une information.

2 Faire connaître les solutions

Par définition, tous les collaborateurs sont concernés par le PDE. Ils doivent clairement connaître les solutions proposées par l'entreprise : règles de stationnement, alternatives proposées (vélo, covoiturage...). Ils doivent non seulement comprendre l'intérêt de la démarche, mais surtout être informés le mieux possible de l'ensemble des possibilités et mesures prises par l'entreprise.

Cette information peut prendre diverses formes, complémentaires les unes des autres : conférence d'information, distribution d'un guide des déplacements, affichage, journée d'information ...



Les acteurs de l'action

Pilote

Ces actions doivent être menées par le chef de projet PDE de manière régulière afin de garder leur efficacité.

Partenaires financiers potentiels

L'ADEME Ile de France et la Région Ile de France peuvent être des partenaires financiers pour ces actions de sensibilisation aux PDE.

Partenaires techniques

Le SMITEC ainsi que des bureaux d'étude spécialisés peuvent apporter leur appui.



Conseils et bonnes pratiques

Organiser des petits déjeuners favorise l'émulation des agents autour du projet PDE.

Relayer les campagnes locales et nationales :

La semaine du développement durable (juin), l'opération «Tous à vélo» (juin), la semaine de la mobilité et de la sécurité routière (septembre), sont autant de dates d'événements prétextes pour communiquer autour du PDE.

Organiser des journées «au travail sans ma voiture» :

grands classiques des opérations de communication PDE, l'organisation de journées sans voiture dans l'entreprise permet aux salariés de tester de nouvelles solutions et de constater leur efficacité.

Etapes clés de l'action

- Identifier et stratifier les cibles de la communication ;
- Définir les messages-clés ;
- Développer une charte graphique, un slogan et un logo ;
- Identifier les moyens de communication les plus adaptés (Intranet, brochures, affiches,...)
- Identifier et mettre en avant les salariés ayant des pratiques exemplaires ;
- Encourager les échanges ;
- Diffuser les résultats des études en cours et organiser des événements ponctuels correspondant aux temps forts de l'étude ;
- Publier les mesures prises par l'entreprise.



imprimé sur papier recyclé



crédit photo : B. Mazodier