



## Fiche-action D6 : Sensibilisation du personnel

# Sensibilisation du personnel au tri et/ou à l'éco-consommation

### Objectifs et intérêts :

*Une entreprise peut développer un grand nombre de filières de tri et mettre en place une procédure détaillée, mais **le tri ne sera réellement efficace que si le personnel est bien (in)formé/sensibilisé**. Il en va de même en matière d'éco-consommation.*

*L'objectif est d'aider les entreprises à mener, **en interne**, une campagne de sensibilisation efficace en prodiguant des conseils et en mettant à disposition des outils pratiques*

*Réduire les quantités de déchets en améliorant le tri ou en diminuant les quantités produites aura un impact positif sur :*

- les coûts de collecte et de traitement,
- l'image de marque de l'entreprise,
- l'environnement.

## Les étapes

### 1. Identifier les entreprises cibles et sensibiliser les chefs d'entreprise

D'abord, le porteur de projets relève les **problèmes liés au comportement des usagers** (ceux-ci jettent les cartons en dehors des poubelles adéquates, par exemple) dans les différentes entreprises. Sur base de ces constats, le porteur de projet contacte les responsables des entreprises concernées et leur propose de mener cette action de sensibilisation dans leur entreprise.

*Dans le cadre du projet Life-SMIGIN, une première visite des entreprises a permis de pointer de nombreux problèmes liés au comportement des usagers (voir le document reprenant les données relevées en entreprise pour le diagnostic individuel). Ensuite, nous y avons sensibilisé les chefs d'entreprises lors de la remise du rapport individuel.*

### 2. Aider à créer une campagne de sensibilisation

Le porteur de projet aide les entreprises motivées par cette action à construire une campagne de sensibilisation, adaptée, en leur apportant une méthode et des outils pratiques. Si plusieurs entreprises sont motivées, le porteur de projet peut organiser une séance d'information sur ce thème.

Le porteur de projet peut aller plus loin en accompagnant chaque entreprise dans cette démarche.

*Le site des Conseillers en Environnement de l'UWE ([www.environnement-entreprise.be](http://www.environnement-entreprise.be)) propose une méthode et des outils pratiques destinés à mener une campagne de sensibilisation en entreprise.*

## Facteurs de réussite

- **Soutien de la direction** : il est capital dans un tel projet. Sans lui, l'action perd de sa crédibilité.
- **Formation d'un groupe de travail impliquant le personnel** : il y a davantage d'idées dans plusieurs têtes que dans une. D'autre part, si ce groupe est formé par des membres du personnel issus des différents services de l'entreprise, ils pourront chacun témoigner des comportements de leurs collègues respectifs et adapter la campagne.
- **Participation des travailleurs de l'entreprise** : les meilleures idées et les remarques pertinentes viennent souvent des travailleurs eux-mêmes. On peut les impliquer en installant une **boîte à idées** et en affichant le nom de la personne contact par exemple.
- **Multiplication des canaux de communication** : diversifier les canaux de communication est un bon moyen de varier les stimuli.

- **Efficacité des messages** : la campagne de sensibilisation gagne en efficacité si les messages expliquent pourquoi et comment trier et/ou consommer mieux. Des slogans et un logo peuvent être utilisés.
- **Répétition de l'information** : les habitudes sont tenaces, sensibiliser le personnel est donc un **travail de longue haleine**. Il ne faut pas laisser l'action s'essouffler mais répéter l'information en changeant les messages ainsi que les canaux de communication.

## Obstacles

- **Campagne non adaptée aux installations et/ou procédures**  
**Solution** : avant de préconiser des changements, il est nécessaire de s'assurer qu'ils soient réalisables techniquement ou qu'ils n'interfèrent pas avec les procédures mises en place par l'entreprise.
- **Sollicitation déjà trop importante des travailleurs** : si les travailleurs sont déjà très sollicités, si leur charge de travail est trop importante, il est plus difficile de les convaincre de fournir des efforts supplémentaires.  
**Solution** : préférer une campagne de sensibilisation avançant en douceur
- **"Les travailleurs se sentent culpabilisés"**  
**Solution** : au lieu de culpabiliser les travailleurs, il faut veiller à leur expliquer les enjeux, en remettant l'action dans un cadre plus général, s'assurer qu'ils ont compris les tenants et aboutissants de la démarche. Il vaut mieux mettre en avant leur rôle positif dans l'action.
- **Aspects financiers** : les travailleurs considèrent parfois que les efforts qu'ils font ont pour seul but de bénéficier financièrement à l'entreprise.  
**Solution** : il faut éviter d'aborder les aspects financiers avec les travailleurs

**Outil 1** | Document reprenant les données relevées en entreprise pour le diagnostic individuel

**Outil 2** | Fiche-Action «Energie-sensibilisation du personnel» (E6)

**Outil 3** | Méthode et outils pratiques sur [www.environnement-entreprise.be](http://www.environnement-entreprise.be)

**Outil 4** | Dans le cadre du projet Life-SMIGIN, un document à destination des entreprises a été élaboré. Ce document s'intitule « L'éco-consommation en 10 fiches ».