



Faire passer le message

Campagne sur la SST dans le secteur du transport routier

Cette fiche d'information présente quelques conclusions d'un rapport contenant des exemples de campagnes et d'initiatives destinées à améliorer la sécurité et la santé au travail (SST) dans le secteur du transport routier⁽¹⁾.

Il est primordial de disposer de moyens de communication efficaces pour s'assurer que les chauffeurs routiers et leurs employeurs sont pleinement conscients des dangers liés au transport routier et comprennent bien ce qui peut être fait pour améliorer la sécurité. Toutefois, pour diverses raisons, la diffusion d'informations dans le secteur du transport routier constitue un véritable défi. La majorité des sociétés de transport sont de petites entreprises employant moins de 10 travailleurs, et de nombreux chauffeurs sont indépendants. Ils travaillent souvent loin de leur base, et nombre d'entre eux sont très expérimentés et habitués à travailler de manière très indépendante.

Associée au caractère extrêmement concurrentiel du secteur du transport routier, cette indépendance peut également susciter dans le chef des chauffeurs routiers et de leurs employeurs une réticence à appliquer de nouvelles méthodes de travail. Les chauffeurs routiers ont tendance à se fier avant tout à leur expérience personnelle et rechignent à accepter des conseils sur la SST venant d'instances extérieures, même s'ils en ont connaissance. En outre, il semble exister un manque de communication sur la SST entre les routiers et leurs employeurs et responsables ou, dans le cas de routiers indépendants, avec les entreprises qui utilisent leurs services. Les personnes travaillant dans le transport routier remarqueront probablement plus aisément des informations pratiques et visuelles, pour autant qu'elles les jugent pertinentes.

Les exemples présentés dans le rapport répondent à des approches diverses:

- 44 cas ont suivi une approche individuelle dans le but de modifier les connaissances ou les attitudes. Cette approche nécessite relativement peu de ressources et peut constituer une manière rentable d'atteindre une large population;
- 12 cas ont adopté une approche collective en vue d'apporter des changements structurels et/ou culturels. Cette approche a souvent donné lieu à des améliorations importantes en termes de SST;
- 4 cas ont suivi une approche concertée afin de modifier à la fois les connaissances et l'attitude, tout en cherchant également à lancer un changement structurel et culturel. Cette approche nécessite davantage de ressources, mais est considérée comme la plus productive.

(1) Delivering the message — Programmes, initiatives and opportunities to reach drivers and SMEs in the road transport sector.

Les exemples font apparaître plusieurs facteurs de réussite et permettent de formuler des suggestions, qui peuvent être classées en plusieurs thèmes clés interconnectés:

- utilisation d'une approche pratique fondée sur les preuves et sur la gestion des risques;
- veiller tout particulièrement à atteindre le public cible;
- engagement et partenariat;



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Avec l'aimable autorisation de l'Institut national de recherche de Pologne, organisateur du concours d'affiches sur la sécurité au travail.

- actions adaptées au public;
- utilisation de diverses mesures et médias.

Les traits caractéristiques des chauffeurs routiers susvisés, comme leur expérience et leur indépendance, ont des implications sur la communication, par exemple:

- utiliser des lieux qu'ils fréquentent (relais routiers sur les autoroutes, etc.);
- s'assurer que les approches sont pragmatiques, mais pas condescendantes;
- s'assurer que les conseils et les solutions proposées sont fondés sur l'expérience pratique des routiers; faire témoigner des routiers;
- impliquer étroitement les routiers dans les solutions — les solutions doivent être développées par des routiers pour des routiers (selon des méthodes participatives) afin de tenir compte de leur expérience et de les leur faire accepter.

Le rapport suggère que l'engagement et le partenariat dépassent les chauffeurs routiers. Les cibles pourraient inclure les employeurs, les responsables, les conducteurs des véhicules, le personnel de manutention, les réceptionnaires et les expéditeurs des marchandises. Les partenariats pourraient inclure des organisations de SST, des acteurs du secteur du transport routier, y compris des partenaires sociaux, et des agences de sécurité routière. Certaines activités pourraient viser, de manière générale, les familles des routiers et le grand public.

Des approches intéressantes et des caractéristiques innovantes ont été identifiées dans les exemples:

- approche holistique des interventions; accent portant à la fois sur la prévention et la gestion des risques sur le lieu de travail et sur la route;
- implication de divers partenaires extérieurs au secteur du transport routier afin de contribuer à la promotion de la sécurité et de la santé des chauffeurs routiers;
- événements ne visant pas exclusivement les routiers, mais plus généralement leurs familles — la participation de la famille du routier et de la communauté, en général, peut susciter un intérêt global plus marqué et une plus forte participation au programme;
- recours à des exercices et à un affichage uniques et intéressants lors d'événements afin d'accroître la participation et l'intérêt des routiers;
- cibler les chaînes d'approvisionnement pour diffuser plus efficacement l'information;
- promotion de l'échange et du partage d'expériences, par exemple par le biais de réseaux et l'attribution de prix récompensant les meilleures pratiques;
- utilisation des lieux que les routiers fréquentent — zones de repos, relais routiers, etc.;
- adoption d'approches pratiques, mais pas condescendantes;
- fourniture de conseils et de solutions fondés sur l'expérience pratique des chauffeurs et pertinents pour leur expérience;
- participation de routiers comme témoins afin de faire connaître les bonnes pratiques à d'autres chauffeurs;
- faire intervenir les clients;
- contact personnel avec les routiers dans les relais routiers — cette approche est relativement coûteuse et ne peut atteindre qu'un public limité, mais est l'une des meilleures manières d'inciter les routiers à s'engager;
- offrir quelque chose de pratique et de concret — un service comme des examens de santé ou des tests de conduite, ou une ressource gratuite pour soutenir une évaluation des risques;
- relais routiers offrant une nourriture saine et diffusant des informations;
- programme de «gestion responsable» auquel souscrivent les employeurs;
- élaboration d'informations en plusieurs langues si le public cible inclut des travailleurs étrangers.

Conclusions

Aucune technique de diffusion d'information n'est à elle seule la panacée aux défis que pose le secteur du transport routier. Chaque technique particulière possède toutefois ses mérites propres. Le mode de communication le plus approprié dépend du type et de la complexité de l'information à diffuser, du public cible et de la portée de la campagne. Une combinaison de différentes techniques est probablement la solution la plus efficace pour toucher les routiers et ceux qui les emploient ou utilisent leurs services. Il peut être utile d'adopter des méthodes de communication particulières à des stades différents d'une campagne pour en optimiser l'exposition.

Concernant les PME, en particulier, les interventions qui nécessitent un contact direct avec les employeurs et les routiers, surtout si elles offrent un service ou une ressource, sont probablement les plus efficaces. Le

contact personnel avec les routiers, quoique relativement onéreux et n'atteignant qu'un public limité, est considéré comme la meilleure façon d'inciter les routiers à s'engager.

Il apparaît utile de développer des réseaux de transfert de connaissances au sein du secteur et entre les partenaires sociaux afin de contribuer à la diffusion de l'information, des ressources et des meilleures pratiques du secteur. Cela devrait inclure une coopération entre les pouvoirs publics, les intermédiaires et les entreprises privées.

Il est clair que des approches pratiques tenant compte des réalités du secteur et de l'expérience des employeurs et des routiers sont nécessaires. Il serait utile à cet égard de disposer d'un plus grand nombre de solutions pour modifier l'attitude des employeurs envers la sécurité et la santé.

Afin de rendre les campagnes plus efficaces dans ce secteur, il faut:

- des partenariats efficaces entre les agences chargées de promouvoir la sécurité routière et la SST et les parties prenantes du secteur;
- un échange et un partage permanents des expériences;
- de nouvelles recherches afin d'étudier les problèmes et les facteurs de réussite pour promouvoir la SST auprès des employeurs et des routiers.



© Avec l'aimable autorisation de Doc Stop

La campagne néerlandaise «En forme sur la route» a eu recours à diverses stratégies: dans un premier temps, des tournées de présentation et les médias ont été utilisés pour attirer l'attention des routiers; ensuite, des examens de santé et des tests d'aptitude physique ont accru leur sensibilisation. Les routiers ont ensuite été invités à des séances de remise en forme et ont reçu un soutien et des informations pour les aider à adopter un mode de vie sain.

Comment se procurer le rapport

Le rapport complet est disponible en anglais sur le site internet de l'Agence (<http://osha.europa.eu/en/publications/reports/>), où il peut être téléchargé gratuitement.

La présente fiche d'information est disponible dans toutes les langues de l'UE (<http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets>).

Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, ESPAGNE
Tél. +34 944794360 — Fax +34 944794383
Courriel: information@osha.europa.eu

© Agence européenne pour la sécurité et la santé au travail. Reproduction autorisée, moyennant mention de la source. Printed in Belgium, 2011

