

**«Prévention au bureau»**

**Journée des organismes responsables  
CFST 2011**

Bienne, le 4 mai 2011

advocacy ag  
communication and  
consulting

Glockengasse 7  
CH-4051 Basel  
Tel +41 61 268 99 99  
Fax +41 61 268 99 98

Forchstrasse 70  
8008 Zürich  
Tel +41 44 383 90 47  
Fax +41 44 420 18 61

[www.advocacy.ch](http://www.advocacy.ch)

## Accidents dans les entreprises de services

- Chaque année, environ 5 % des salariés du secteur des services sont victimes d'un accident.
- 55 % des accidents professionnels reconnus surviennent dans les entreprises du secteur des services.
- Un tiers des accidents dus aux chutes et faux pas se produisent dans les bureaux.

## Risques spécifiques au bureau

- **Activité assise** (travaux administratifs et sur ordinateur)  
Risque de douleurs dans le dos et la nuque —> chronification —> rente
- **Organisation du travail**  
Risque de stress, mobbing —> surmenage —> burnout, dépressions
- **Chutes et faux pas, glissades, voies d'évacuation obstruées**  
Risque d'accidents —> élongations, fractures, plaies, paralysies

## Conséquences pour l'entreprise

- **Absences** par suite d'accidents et de douleurs chroniques
- **Baisse de performance** due au stress provoqué par l'augmentation de la fréquence des erreurs
- **Coûts supplémentaires** (en moyenne 600 francs par jour et par collaborateur)
- **Surcroît de travail** pour les autres collaborateurs ou coûts supplémentaires dus à l'engagement de personnel temporaire

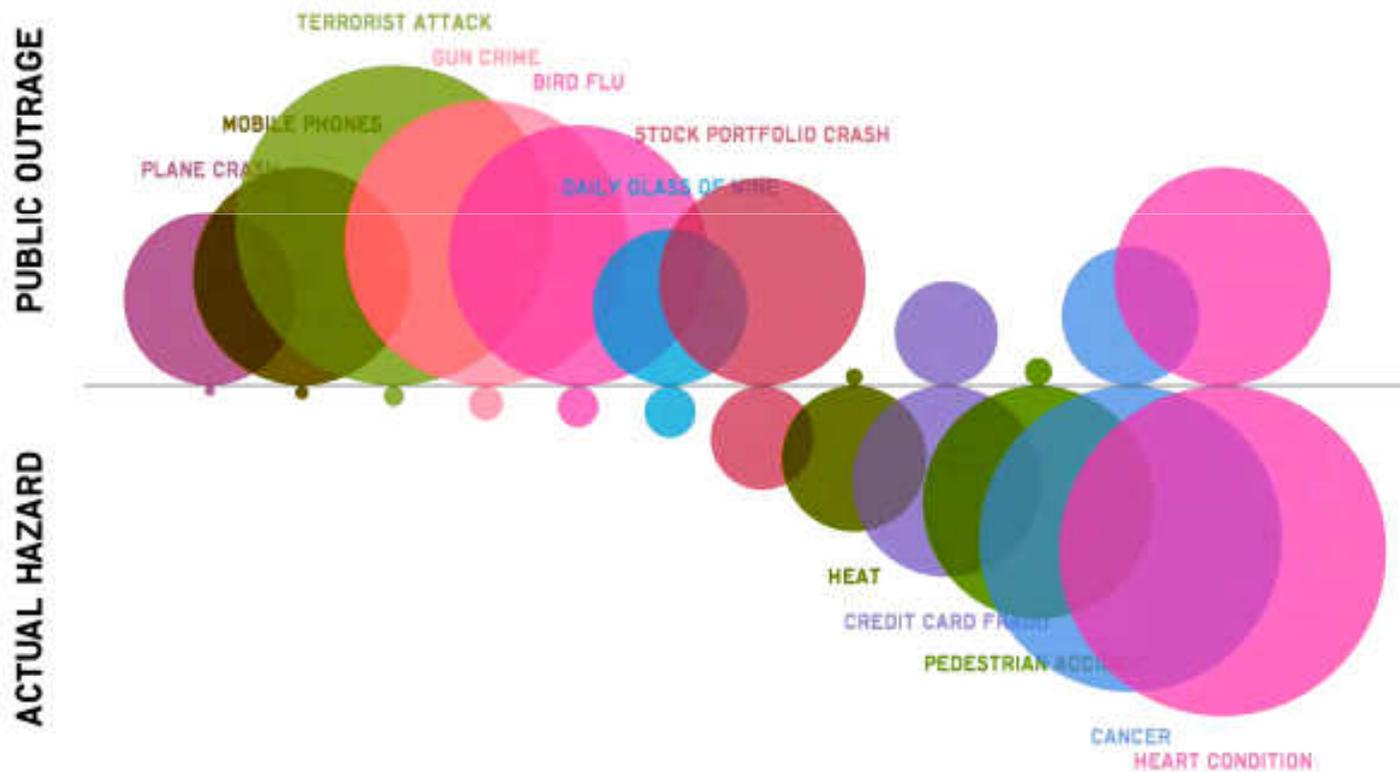
## Conscience du problème

- La prise de conscience de cette problématique est faible.
- La cause est à rechercher dans notre perception du risque:



# Perception du risque

- Les risques ne sont généralement pas évalués avec réalisme.



# Perception du risque

## Facteurs influençant la perception du risque

- Notoriété
- Observabilité
- Familiarité
- Temporalité de l'effet
- Prévisibilité scientifique
- Contrôlabilité
- Gravité du dommage
- Influence personnelle
- Spontanéité

## Conclusions pour la prévention

- La prévention doit
  - ... se focaliser sur les risques perçus comme importants pour attirer l'attention
  - ... mettre au premier plan la prévention comportementale, car elle est peu coûteuse pour l'entreprise
  - ... créer l'envie de changer de comportement, tout en évitant de faire peur
  - ... mettre l'accent sur l'utilité de la prévention
- «Il suffit parfois de peu pour obtenir beaucoup.»

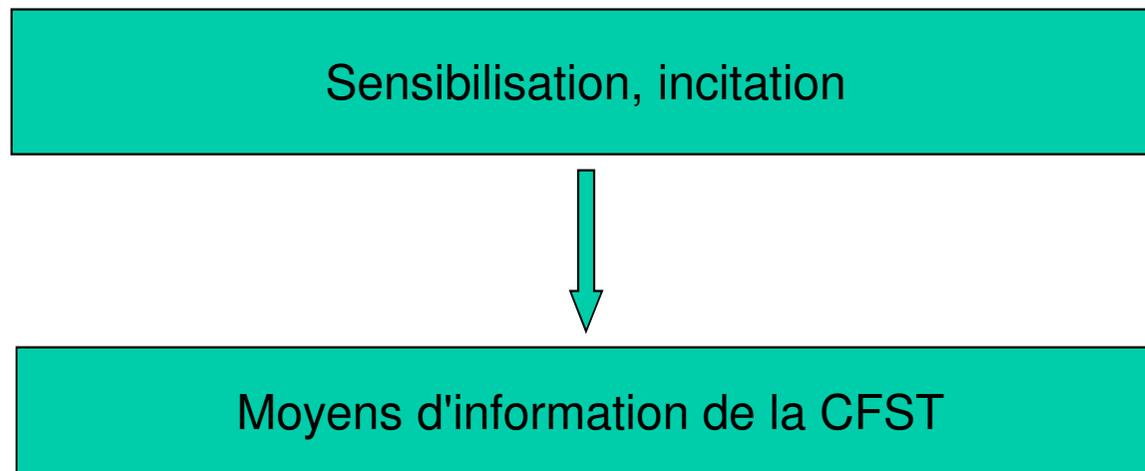
## Campagne de prévention de la CFST

- Objectifs
  - Sensibilisation à la sécurité au travail et à la protection de la santé destinée aux supérieurs hiérarchiques du secteur des services, spécialement au niveau des PME
  - Plus grande utilisation des moyens d'information de la CFST par les PME



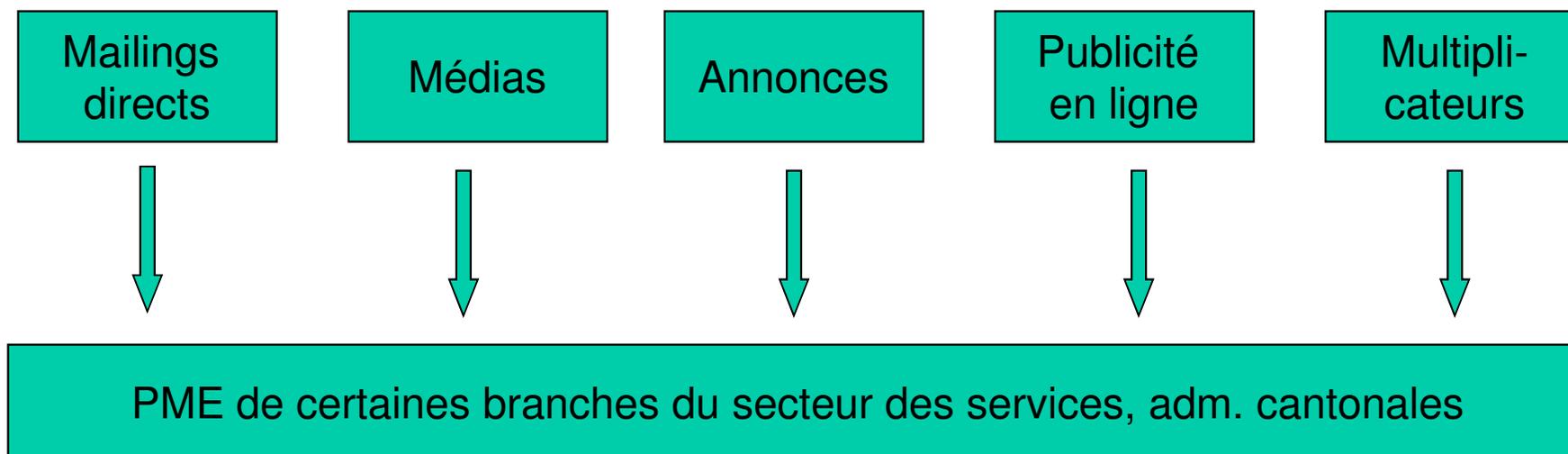
## Campagne de prévention: le mécanisme

- Sensibilisation et incitation à utiliser les outils de la CFST



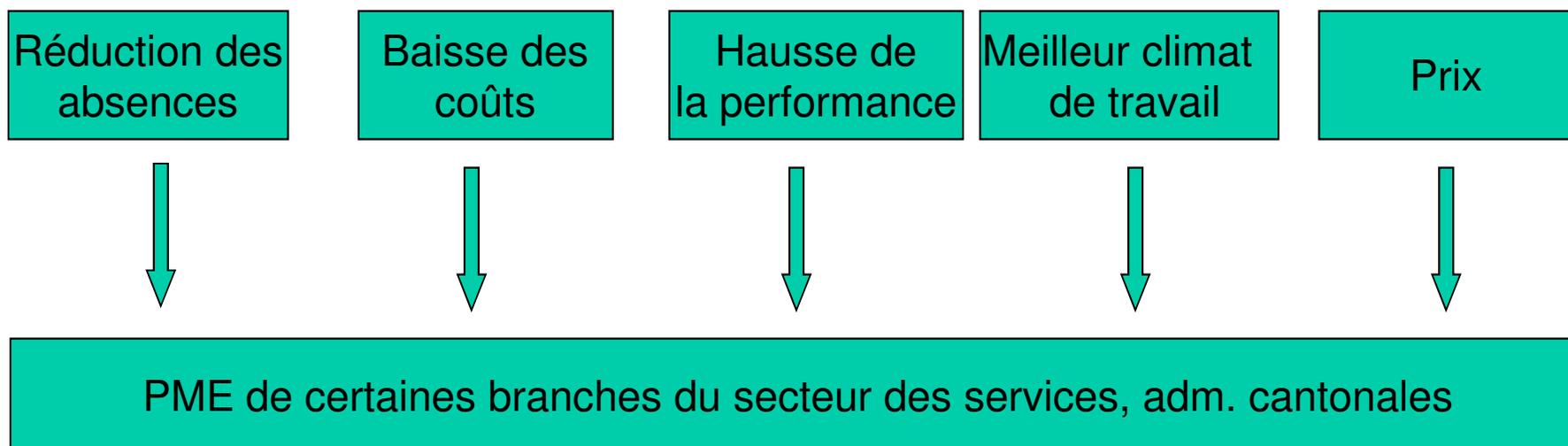
## Campagne de prévention: le mécanisme

- Interpellation des groupes cibles à travers plusieurs canaux



## Campagne de prévention: le mécanisme

- Motivation des groupes cibles par la mise en évidence des avantages et du profit escompté



## Campagne de prévention: les moyens

- Annonces
- Bannières
- Prospectus
- Affichettes
- Page d'atterrissage
- Lettres
- Articles dans les médias

# Campagne de prévention: la sensibilisation



## Lorsque les collaborateurs en ont plein le dos d'être assis.

Les problèmes de dos peuvent avoir de graves conséquences, également pour l'entreprise. En effet, les jours d'absence et les échéances reportées engendrent des frais et du stress. Nos modules de formation en ligne et nos brochures vous montrent comment favoriser la sécurité et la santé au bureau sans grand effort. Et avec notre concours, visiter notre site est doublement intéressant: [www.prevention-au-bureau.ch](http://www.prevention-au-bureau.ch)

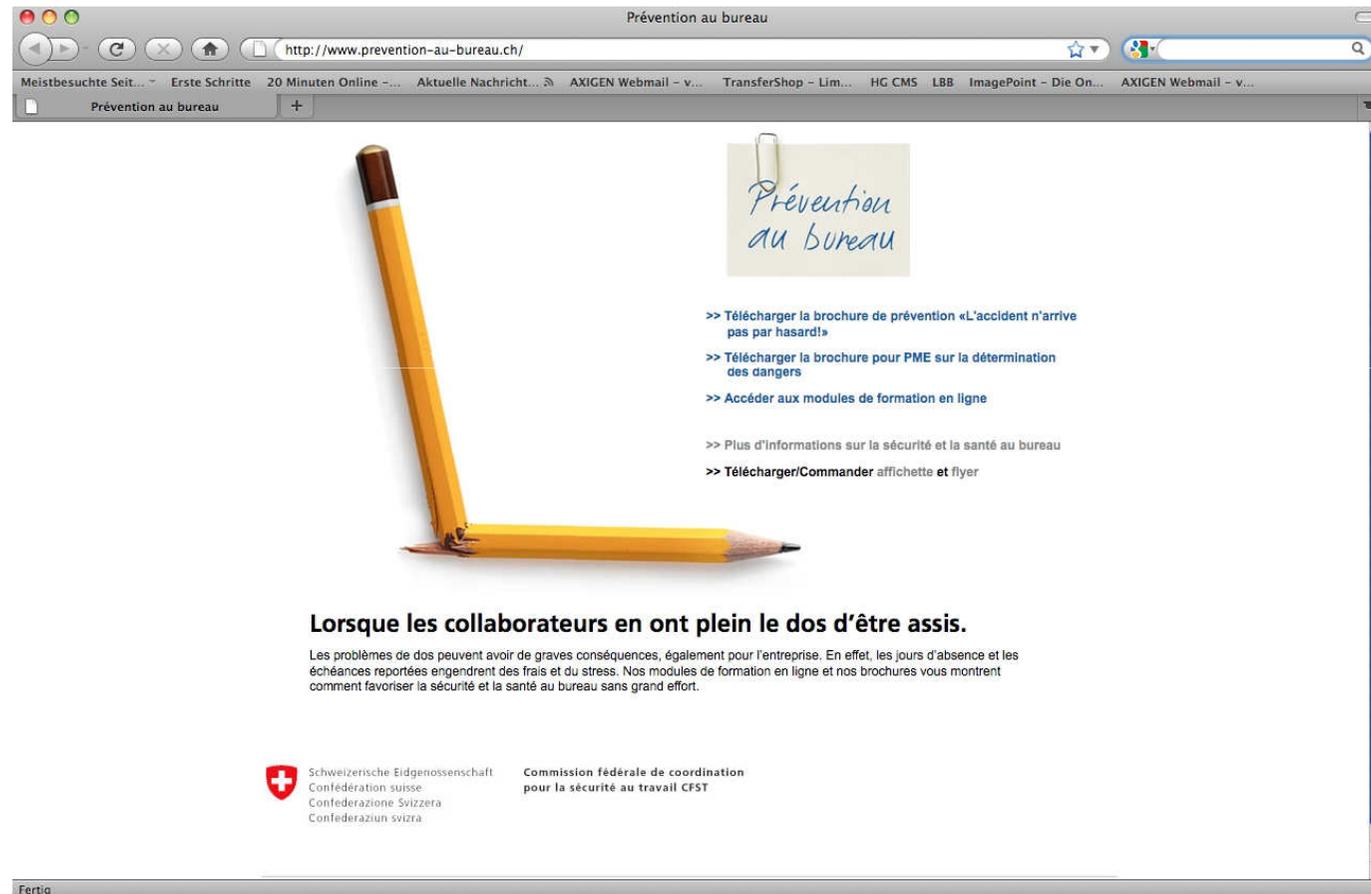


Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Commission fédérale de coordination  
pour la sécurité au travail CFST

# Campagne de prévention de la CFST

- Site Internet



## Campagne de prévention: utilisation des moyens d'information de la CFST

- Brochure «L'accident n'arrive pas par hasard – Sécurité au travail et protection de la santé dans les bureaux» (CFST 6205)
- Brochure «Détermination des dangers dans les PME du secteur des services» (CFST 6233)
- 4 modules de formation en ligne

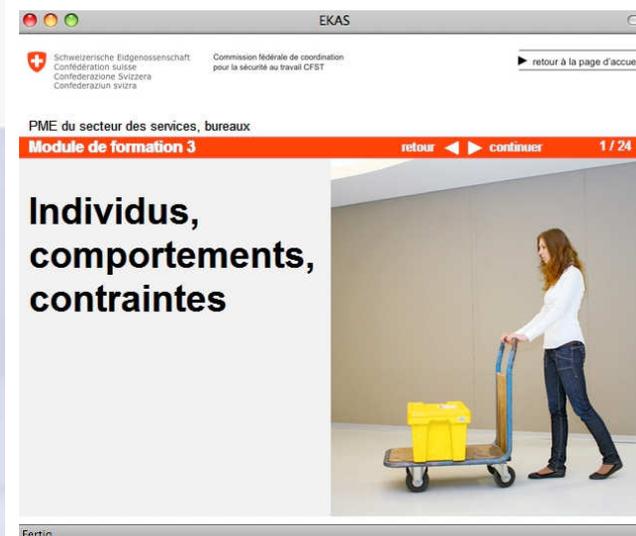


CFST 6205.f

«L'accident n'arrive pas par hasard!» CFST

Sécurité au travail et protection de la santé  
dans les  
**bureaux**

Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra  
  
Commission fédérale de coordination  
pour la sécurité au travail CFST



# Marketing

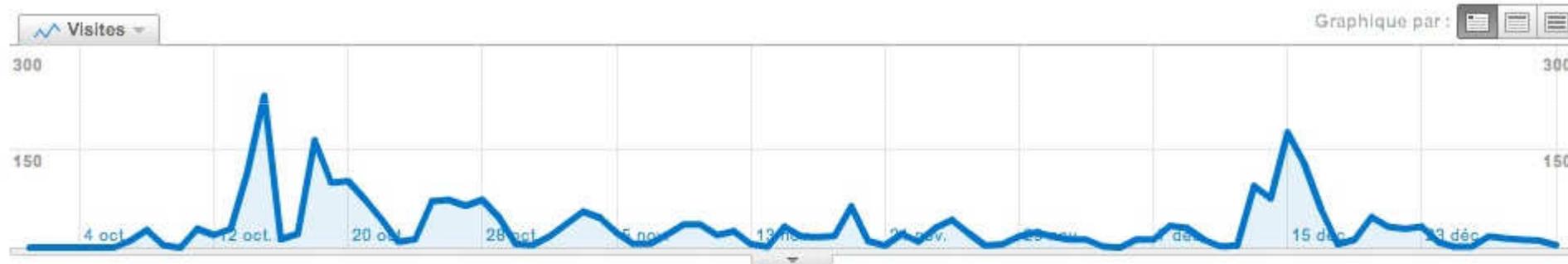
- Site Internet «Prévention au bureau» en ligne depuis le 27.9.2010
- 1<sup>er</sup> mailing direct: 14 octobre 2010 à 8204 entreprises
- 2<sup>e</sup> mailing direct: 10 décembre 2010 à 8204 entreprises
- Bannières publicitaires sur les portails des branches
- Annonces pour accompagner des articles rédactionnels

# Résultats de l'utilisation du site Internet

Total: 4350 visites en 65 jours ouvrables

## Tableau de bord

1 oct. 2010 - 31 déc. 2010



### Fréquentation du site

 **2 909** Visites

 **3 254** Pages vues

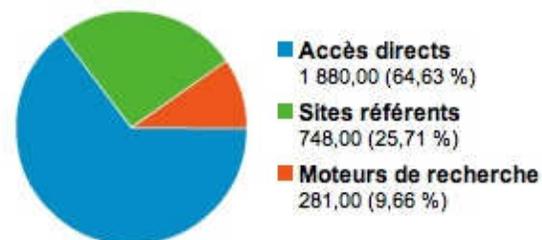
 **1,12** Pages par visite

 **91,23 %** Taux de rebond

 **00:00:51** Temps moyen passé sur le site

 **83,50 %** Nouvelles visites (en %)

# Résultats: site Internet



## Principales sources de trafic

Sources	Visites	Visites (en %)
(direct) ((none))	1 880	64,63 %
ekas.admin.ch (referral)	313	10,76 %
google (organic)	266	9,14 %
persoenlich-directory.com (referral)	145	4,98 %
ergo-online.de (referral)	125	4,30 %

[afficher le rapport complet](#)

Mots clés	Visites	Visites (en %)
www.praevention-im-buero.ch	70	24,91 %
prävention im büro	53	18,86 %
praevention-im-buero.ch	37	13,17 %
www.praevention-im-büro.ch	12	4,27 %
praevention-im-buero	9	3,20 %

[afficher le rapport complet](#)

## Résultats de la participation au concours

– Nombre d'inscriptions d'octobre à décembre 2010: 848

Allemand: 75 % des inscriptions

Français: 20 % des inscriptions

Italien: 5 % des inscriptions

## Résultats: échos dans les médias

- **Articles dans les médias professionnels et spécialisés**

Employeur Suisse, Hauswart/-in, HR Today, IZA – Sicherheit und Gesundheit, KMU Security, Magazin Regional, Organisato, Organisator Safety, Perspective, Safety Plus, Schweizer Arbeitgeber, Seminar Inside, SKO Leader, UTB Magazin, Wir Kaufleute, der-arbeitsmarkt.ch, IT-Security.ch, hrtoday.ch, sprechzimmer.ch, tellmed.ch, sicherheit-online.ch, santeweb.ch

- **Articles dans les médias grand public**

Berner Oberländer, Berner Zeitung, Bieler Tagblatt, Obwalden und Nidwalden Zeitung, ATS, Thuner Tagblatt

## Résultats: commande de brochures de la CFST

- **Brochure 6205 (L'accident n'arrive pas par hasard)**

Entrée des commandes: + 307 %



- **Brochure 6233 (Détermination des dangers)**

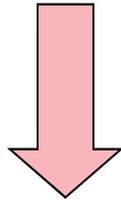
Entrée des commandes: + 180 %



Par rapport à la moyenne des mois précédents en 2010

## Conclusions

- La marque faîtière «Prévention au bureau» a encore une marge de progression.
- Visuel clé facile à retenir.
- Utilisation accrue des moyens d'information de la CFST.
- Bon accueil des médias.



- Le potentiel de l'action marketing n'est pas encore entièrement exploité.
- 2011: atteindre d'autres groupes cibles en conservant la même approche.
- 2012: développer un nouveau thème (visuel clé) en prévision de 2012.