



Une communication au service de la prévention

Axe T
Action 3

● Action menée

- Mise en place d'une **stratégie de communication** régionale en santé au travail, appuyée par une agence spécialisée.
- Développement d'**outils et supports communs** :
 - o plateforme PRST Hauts-de-France ;
 - o réseaux sociaux (page LinkedIn dédiée) ;
 - o web magazine TV « Au travail en bonne santé » diffusé sur Wéo.
- Production de **contenus variés** :
 - o 15 émissions TV avec reportages, témoignages, plateaux d'experts ;
 - o web communiqués dans La Voix du Nord et le Courrier Picard ;
 - o posts réguliers LinkedIn ;
 - o vidéos thématiques (YouTube), podcasts et spots TV/radio ;
 - o ressources partenaires (fiches ATGM, outils SPSTI, etc.).
- Diffusion large via : SPSTI, DREETS, Carsat, Aract, OPPBTP, médias régionaux, réseaux sociaux.

● Résultats et impacts

- **Structuration consolidée** : une stratégie commune et un kit d'outils homogènes pour l'ensemble des partenaires.
- **Visibilité accrue** :
 - o près de 1600 abonnés LinkedIn ;
 - o 15 émissions Wéo réalisées, audiences entre 40 000 et 80 000 téléspectateurs, plus de 20 000 internautes en contact, 400 à 2 400 lectures en ligne ;
 - o diffusion de spots TV/radio sur chaînes régionales (M6, France TV, Contact FM...).
- **Production importante de contenus** : vidéos pédagogiques, reportages, posts, web communiqués.

- **Appropriation par les acteurs relais** impliqués dans les comités techniques du PRST.
- **Meilleure cohérence et harmonisation** du discours prévention entre partenaires institutionnels.
- **Mise à disposition de contenus dynamiques** facilitant la compréhension et l'action en entreprise.

○ **Leviers des actions**

Leviers

- Existence d'un **réseau PRST très structuré**, incluant SPSTI, Carsat, Aract, partenaires sociaux.
- **Mutualisation** des outils et harmonisation des messages.
- **Présence d'un animateur TV reconnu** (Jean-Michel Lobry), facilitant l'impact médiatique.
- Utilisation de **formats courts, clairs, pédagogiques** ; multiplication des points de vue (experts + entreprises).
- Témoignages d'entreprises reconnues, générant adhésion et crédibilité.

Freins

- Plateforme PRST « ancienne version » **peu utilisée** : ergonomie faible, maintenance fréquente, dispersion des contenus.
- **Saturation informationnelle** : une partie des animateurs ne suit pas les publications LinkedIn.
- **Doute sur l'impact réel** des réseaux sociaux et de Wéo auprès des employeurs et salariés.
- **Mobilisation insuffisante** de certaines branches professionnelles et de partenaires économiques.

○ **Perspectives**

- **Octobre 2025 : bilan final PRST4** (document synthétique d'une quinzaine de pages) valorisant :
 - o les ambitions ;

- o les acquis et pratiques exemplaires ;
- o les productions des comités techniques.
- Mise en ligne des **fiches bilans** sur le nouveau site PRST.
- Mise en service du **nouveau site PRST** : présentation par thématiques, fil d'actualité, articulation automatique avec LinkedIn.
- **Renforcement de la mobilisation des branches professionnelles** et des organisations économiques.
- Développement de **communications ciblées employeurs / encadrants / salariés**, via les outils des branches.