



graphi*prévention*

Le bulletin de l'Association paritaire de santé et de sécurité du travail secteur imprimerie et activités connexes

Volume 19 numéro 1
Février 2003



Dans ce numéro

Prévention et communication
Assemblée générale annuelle
La communication
La prévention en imprimerie

Prévention et communication deux éléments indispensables!

Quand on demande aux personnes en entreprise, employeurs comme travailleurs, qu'est-ce qui est le plus important, on nous répond invariablement la communication. Et quand on demande aux mêmes personnes qu'est-ce qui fait le plus souvent défaut, il arrive très fréquemment qu'on nous donne la même réponse : la communication. C'est en dire toute l'importance !

La communication est non seulement utile, elle est nécessaire. C'est pourquoi nous avons choisi d'y consacrer quelques pages. Nous rappelons quelques éléments de base qui, nous l'espérons, vous aideront dans vos stratégies de communication.

L'Association a aussi réfléchi à sa stratégie de communication avec le secteur. Comment informer et conseiller davantage les employeurs et les travailleurs du secteur? C'est ainsi que nous avons choisi de développer des services à distance. Grâce au téléphone, à Internet ou encore au courrier traditionnel, la distance n'a plus vraiment d'importance. C'est une nouvelle venue dans notre équipe, madame Nathalie Laurenzi, qui assumera les fonctions de conseillère en prévention à distance. Nous vous invitons à profiter de ses conseils.

L'Association a enrichi son équipe d'une nouvelle conseillère en prévention : madame Nathalie Laurenzi. En poste depuis la mi-janvier, celle-ci sera principalement affectée à des travaux de recherche et de développement en plus d'être chargée de répondre à vos questions en prévention. Diplômée de l'Université de Montréal, elle détient un baccalauréat en sciences avec une spécialisation en santé et sécurité du travail. Elle compte une quinzaine d'années d'expérience professionnelle acquise principalement dans l'industrie chimique et dans le secteur des produits de métal. Elle a été coordonnatrice et formatrice en prévention.



Madame Nathalie Laurenzi

2 mai 2003 assemblée générale annuelle

L'assemblée générale annuelle de l'Association aura lieu le 2 mai prochain, à 9 heures, à l'Hôtel Gouverneur de l'Île Charron.

Au programme :

- rapport d'activités 2002
- rapport financier 2002
- élection des administrateurs
- information sur les orientations 2003
- remise du Prix graphi-prévention
- présentation des résultats de l'étude ergonomique en reliure

Comme par les années passées, tous ceux et celles qui s'intéressent à la prévention en imprimerie, employeurs, travailleurs, membres de comités de santé et de sécurité, sont invités à y participer. Cependant, seuls les délégués officiels des associations membres auront droit de parole et de vote au moment de l'assemblée générale.

Pour participer à cette rencontre, il suffit de compléter et de nous retourner le coupon ci-joint par la poste ou par télécopieur au (514) 355-6818. Nous communiquerons avec vous en avril pour vous fournir les renseignements complémentaires.

Au plaisir de vous rencontrer le 2 mai prochain!

Oui, je participerai à l'assemblée générale annuelle de l'Association.

Oui, je resterai pour le repas.

Nom _____

Prénom _____

Fonction _____

Entreprise _____

Adresse de correspondance

numéro _____ rue _____

ville _____ code postal _____

À quel numéro peut-on vous rejoindre facilement?

_____ jour soir

téléphone

Signature _____

graphiprévention est publié par l'Association
paritaire de santé et de sécurité du
travail, secteur imprimerie et activités connexes
7450, boul. les Galeries d'Anjou, bureau 450 Anjou
(Québec) H1M 3M3
Téléphone (514) 355-8282
Télécopieur (514) 355-6818
<http://www.aspimprimerie.qc.ca>

Conseil d'administration G. Cajolais et L. Myles du
SICG (555); M. Handfield du SCEP (145);
C. Clermont, J. Lizotte et F. Gagné de l'AAGQ;
D. Ménard de la FTPF; N. Sarault du CPI;
G. Duguay de la FNC et
J. Tousignant des Quotidiens du Québec
Direction générale Marie Ménard
Rédaction et mise en page Isabelle Tremblay
Impression Transcontinental Québec
Tirage 7 500 exemplaires

Envoi de publication canadienne
Numéro de convention : 40062570
Dépôt légal Bibliothèque nationale du Canada,
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0829-4860 1^{er} bimestre 2003
Bien que cette publication ait été élaborée à partir
de sources reconnues comme fiables et crédibles,
l'Association, ses administrateurs et son personnel
n'assument aucune responsabilité quant à l'utilisa-
tion du contenu, des produits ou services mention-
nés. Toute reproduction d'un extrait de cette publi-
cation doit être autorisée par écrit par l'Association
et porter la mention de sa source.

La communication un point important en prévention

Qui dit prévention, dit aussi identification des dangers, évaluation des risques, mise en place de mesures correctives et préventives, évaluation des résultats... Est-ce possible de faire cela sans communiquer les uns avec les autres ? Assurément non. La prévention repose sur l'action et sur l'information. On comprend donc toute l'importance des communications. La communication permet d'attirer l'attention sur la SST dans l'entreprise, de stimuler de l'intérêt face à des activités ou moyens de prévention, voire même de susciter l'action de vos collègues de travail.

Une communication efficace implique d'abord une bonne analyse de la situation : où en sommes-nous et où voulons-nous aller ? Quelles sont les principales problématiques SST dans l'entreprise ? Sur quels éléments souhaite-t-on mettre l'accent en prévention ? Quelles sont les personnes qui doivent être informées, et sur quoi exactement ? Cette analyse complétée, on est en mesure d'identifier les objectifs visés et les personnes concer-

nées, ce qui aide à donner une direction aux efforts de communication.

Pour être efficaces, les efforts de communication doivent donc s'inscrire dans un plan de match. Idéalement, chaque activité de prévention devrait bénéficier d'une stratégie de communication pour en faire connaître l'importance, le fonctionnement, les résultats. Quels moyens de communication retenir ? Cela dépend des objectifs visés et des ressources disponibles. Il est toutefois recommandé d'opter pour la diversité. Il y a des personnes pour qui les mots sont importants, d'autres qui retiennent ce qu'elles voient, disent ou font. En communiquant de différentes façons, vous augmenterez vos chances de rejoindre vos gens, donc d'atteindre vos objectifs. Comme vous le faites pour tout projet, il vous restera ensuite à vous donner un plan d'action, à le réaliser puis à en évaluer les retombées. Commencez à vous préparer !

Planifiez vos communications

Déterminer les priorités SST _____

Identifier les objectifs de communication _____

Déterminer les personnes visées _____

Choisir les moyens et activités de communication _____

Établir un plan de réalisation _____

Évaluer les résultats obtenus _____

Communiquer pour soutenir et publiciser les efforts de prévention

En santé et sécurité du travail, on communique surtout pour quatre principales raisons : sensibiliser ou informer sur les dangers, les risques et les mesures de prévention, convaincre de l'importance et de l'utilité des mesures de prévention ou des procédures de sécurité mises en place, renforcer les bonnes pratiques ou empêcher les pratiques à risque.

Sensibiliser

Rendre un groupe ou une personne réceptif à quelque chose. Si on veut sensibiliser un milieu à l'importance de la prévention, on doit d'abord en parler. Une façon de faire consiste à publiciser tout ce qui est mis en oeuvre dans l'entreprise pour améliorer les conditions de santé et de sécurité du travail.



Informier

Mettre quelqu'un ou un groupe au courant de quelque chose, avertir, aviser. Une erreur fréquente en communication (et en prévention) c'est de présumer que les gens sont bien informés. Êtes-vous certain que tous vos collègues connaissent bien les risques auxquels ils sont exposés et la façon de s'en protéger ? Mieux vaut répéter une consigne de sécurité qu'oublier de la dire !

Convaincre

Amener quelqu'un ou un groupe, par raisonnement ou par preuves, à reconnaître la vérité, l'exactitude d'un fait ou sa nécessité; persuader. Ce n'est pas parce qu'une personne est informée d'un danger qu'elle est convaincue de l'à-propos de la mesure de prévention recommandée. Avez-vous des exemples concrets à lui donner, des histoires vécues à lui raconter ? Expliquer un accident survenu au travail en présentant les faits et les résultats de l'analyse aide assurément à comprendre les mesures de correction et de prévention préconisées.



Renforcer

Rendre plus fort, plus solide. Les bonnes pratiques SST doivent être encouragées : vive le feedback ! Et les mauvaises ? Il faut les repérer, vite, et surtout ne pas les tolérer. Là encore la communication sera importante pour sensibiliser, informer et convaincre. Vous préférez le renforcement positif ? Nous aussi : félicitez régulièrement vos collègues pour leurs bons coups en prévention !

Communiquer des messages clairs et complets

Votre implication en santé et sécurité du travail, que ce soit par votre rôle dans votre équipe de travail ou encore au sein du comité SST de votre entreprise, exige de nombreux échanges. On n'en finit plus de compter les erreurs ou les problèmes qui sont tout simplement dus à l'absence de communication ou d'échange d'informations, ou encore à une mauvaise compréhension de l'information. En prévention comme dans tout autre domaine, une des clés du succès consiste à émettre des messages clairs.

Plus le message émis est clair et complet, plus il est facile à comprendre. Six questions clés aident à formuler des messages clairs et complets : QUI? QUOI? OÙ? QUAND? COMMENT? POURQUOI? Si vous prenez le soin de répondre à toutes ces questions quand vous communiquez, vous augmentez vos chances d'être compris !

Qui? Visez la bonne cible en vous adressant aux personnes directement concernées par ce que vous avez à dire. S'agit-il des membres du comité, des travailleurs, des superviseurs ou chefs d'équipe, des employés des firmes externes ? Il se peut que votre message concerne toutes ces personnes. Peut-être vaudrait-il la peine de vous adapter à chacune de ces cibles.

Quoi? Précisez ce que vous voulez dire. Un bel exemple consiste en un partage clair des rôles et des responsabilités de chacun en prévention.

Où? Le message transmis vise-t-il un lieu précis ? Si oui, précisez-le (ex. à chaque poste de travail, dans l'entrepôt).

Quand? L'horaire ou la fréquence sont des données importantes du message ou de la consigne ? Si oui, précisez (ex. chaque vendredi, au début de chaque quart de travail).

Comment? S'il y a des étapes à suivre, des équipements particuliers à utiliser, il faut le dire. Il s'agit ici de présenter la façon de faire, la procédure par exemple.

Pourquoi? Élément majeur en communication et en prévention : expliquer et convaincre. Quand on comprend, c'est toujours plus facile de faire.

Préparez votre message en répondant aux 6 questions-clés

Qui ?

Quoi ?

Où ?

Quand ?

Comment ?

Pourquoi ?

Multiplier les moyens de communication



Exemples

- Communiqué
- Conférencier invité
- Dépliant d'information
- Dîner-causerie
- Invitation à participer à une réunion du comité SST
- Journal interne
- Kiosque d'information
- Lettre
- Manuel de santé et de sécurité
- Note de service
- Pièce de théâtre
- Rencontre personnalisée
- Réunion d'équipe
- Sondage
- Tableau d'affichage
- Vidéo

Communiquer par l'exemple

En prévention, les communications claires et complètes sont importantes. C'est ainsi qu'on va prendre le temps d'écrire et d'expliquer les règles ou les procédures de sécurité. Est-ce suffisant ? Non ! Il faut aussi mettre en application ce que l'on dit. Pourquoi ? Parce que les gestes et le comportement en prévention parlent plus fort que les mots. C'est le langage non-verbal de la prévention. Les actions ou les gestes qu'on pose (ou qu'on choisit de ne pas faire) parlent, et très fort. D'où l'importance de l'exemple et du soin apporté au suivi des activités de prévention dans l'entreprise quand on veut communiquer des bons messages en santé et sécurité du travail !

Le feedback favorise les échanges

C'est en échangeant avec les autres qu'on peut le mieux vérifier leur compréhension. Cet échange permet de donner et de recevoir du *feedback* (rétroaction). Celui-ci est essentiel. On utilise le feedback pour vérifier la compréhension, renforcer les comportements jugés désirables et efficaces ou les améliorer. Le feedback permet d'accuser réception du message et de vérifier la compréhension. Quand on veut agir en prévention, il est précieux de savoir si nos attentes, les consignes et les messages sont bien reçus, compris, acceptés. Le feedback fournit aussi l'occasion aux interlocuteurs de clarifier leurs messages, pour mieux se comprendre.

L'absence de feedback nuit aux bonnes communications inter-personnelles et peut même avoir des effets néfastes malgré les efforts de prévention consentis dans une entreprise.

Le feedback permet de :

- Diminuer les tensions entre les personnes

- Taire les rumeurs
- Renforcer la qualité des échanges
- Réduire les risques d'accident
- Favoriser l'implication

Sur le plan psychologique, le feedback répond à des besoins de considération, d'estime de soi et de valorisation personnelle et sert de stimulant. Plus le feedback sera spécifique et immédiat, plus il aura d'impact. N'attendez donc pas à la semaine prochaine pour féliciter votre collègue de son ingénieuse idée de prévention ni pour souligner à un autre sa vitesse excessive lorsqu'il traverse l'usine en chariot élévateur!

La prévention en imprimerie

Les blessures musculo-squelettiques sont très importantes en imprimerie; celles-ci incluent les maux de dos. Chez le Groupe de décoration domiciliaire Imperial (IHDG), une entreprise de Sherbrooke spécialisée dans l'impression de papier peint, qui emploie quelque 200 personnes, on a révisé le mode d'alimentation aux presses de façon à réduire les efforts musculaires requis pour l'installation des rouleaux. On a ainsi contribué à la réduction des risques de blessures au dos.

Le problème

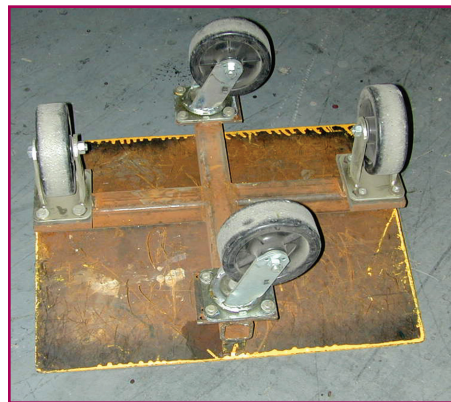
Chez IHDG, la production du papier peint se fait essentiellement sur des rouleaux de papier. Ceux-ci font 35 pouces de diamètre et pèsent entre 1000 et 1500 livres chacun.

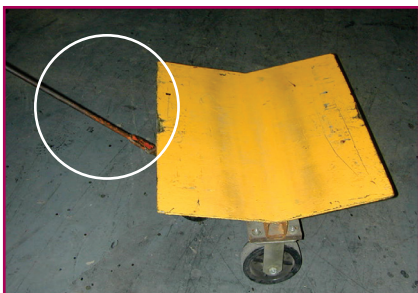
L'alimentation des machines est amorcée par les caristes qui déposent les rouleaux de papier à l'entrée des presses. Ces rouleaux étaient ensuite déplacés manuellement afin de bien les aligner face à la presse. La prise des rouleaux par le porte-bobine de la presse en était ainsi facilitée. À l'instar de ce qu'on voit fréquemment dans notre industrie, les travailleurs utilisaient une plaque de métal pivotante -sur laquelle était déposé le rouleau- pour effectuer plus facilement le déplacement et l'alignement du rouleau.

Cette tâche, qui revient régulièrement pendant un quart de travail, exigeait des efforts physiques intenses. Ceux-ci généraient des plaintes chez les travailleurs et entraînaient des douleurs au dos. Comme cela présentait un risque de blessure musculo-squelettique, l'entreprise a choisi d'agir en prévention.

La solution

Une solution simple et originale a été proposée : la construction d'un chariot permettant d'aligner et de déplacer facilement les rouleaux. Fabriqué en métal et comportant 4 roues (2 roulettes fixes et 2 pivotantes), ce chariot contribue à diminuer les efforts physiques requis par la tâche. Dorénavant, le cariste dépose le rouleau de papier sur le chariot. L'agencement ingénieux des roulettes (fixes et pivotantes) permet ensuite au travailleur de déplacer le rouleau sans effort et de l'aligner facilement. Il ne reste plus qu'à pousser le rouleau jusqu'à l'entrée de la presse où il sera saisi par le porte-bobine. Comme le rouleau se trouve sur le chariot, il est facile de l'aligner sans efforts.





Une autre idée toute simple : le chariot dispose d'un point d'attache dans lequel on peut insérer une tige de métal munie d'une poignée qui permet aux travailleurs de déplacer le chariot vide sans avoir à se pencher.

Une fois l'impression complétée, on utilise à nouveau le chariot pour déplacer le rouleau de papier à l'intérieur de l'usine. Comme les travailleurs peuvent effectuer facilement ce travail, l'aide des caristes n'est plus indispensable.

La prévention c'est rentable

Si on compte tous les gens qui manipulent les rouleaux, on constate que c'est presque 75 % des travailleurs qui bénéficient de cette idée de prévention.

Pour quelque 250 \$ par chariot, ce qui représente les coûts de la main-d'oeuvre et des matériaux, IHDG a donc facilité le travail de bien des employés. En place depuis quelque temps déjà, ce chariot a fait ses preuves. Les plaintes ont diminué et beaucoup moins de douleurs musculo-squelettiques ont été observées chez le personnel. Par cette idée de prévention, les gens de IHDG ont démontré qu'il est possible de faire de la prévention à peu de frais.

À l'agenda



Semaine de l'imprimerie et des arts graphiques

17 au 21 février 2003

Institut des communications graphiques du Québec, Montréal



Salon grafik'Art, le happening de l'imprimerie et des arts graphiques de l'Est du Canada

23, 24 et 25 février 2003

Centre des congrès Hôtel des seigneurs, Saint-Hyacinthe



9^e colloque sur la santé et la sécurité du travail

12 mars 2003

Collège Édouard-Montpetit, salle Pratt et Whitney Canada, Longueuil

Port de retour garanti :

**Association paritaire de santé et de sécurité du travail
secteur imprimerie et activités connexes**
7450, boul. Les Galeries d'Anjou, bureau 450
Anjou (Québec) H1M 3M3



POSTE MAIL

Envoi de publication canadienne
numéro de convention :

40062570