

Éléments de contexte

De nombreux outils ont été créés sous le PRST 3 mais ils sont dans l'ensemble encore insuffisamment connus, tant des préventeurs que des entreprises. Le PRST doit être accompagné d'une véritable politique de communication portée notamment par ses propres outils et ceux des partenaires.

L'objectif est de faire que les actions destinées aux entreprises et aux salariés leur parviennent, notamment dans les TPE/PME. En outre, les pilotes et les contributeurs des différentes actions du plan sont le plus souvent des experts de la santé au travail qui sont en attente d'appui en matière de communication.

ACTIONS

Mettre en place un réseau partenarial de communicants

Contenu de l'action : Structurer un réseau d'acteurs relais afin de diffuser par leur biais les productions construites dans le cadre du PRST et les mobiliser en leur proposant des kits de communication clé en main à diffuser à leurs adhérents pour une communication directe aux cibles préalablement identifiées.

 **TEMPORALITÉ : 2022 - 2023**

Appuyer les groupes de travail du PRST en matière de communication

Contenu de l'action : Outiller et appuyer les groupes de travail du PRST dans la réalisation de leurs actions de communication papier, digitales, événementielles, en leur apportant une aide méthodologique et opérationnelle.

 **TEMPORALITÉ : 2022 - 2025**



Public cible

Acteurs de l'entreprise, préventeurs institutionnels, SPST

Pilotes

ARACT, CFDT

Contributeurs

DREETS, CARSAT, PRESANSE, CPME, U2P, CFDT

Créer le site web du PRST

Contenu de l'action : Développer un site web pour répondre aux enjeux de valorisation des outils et événements du PRST 4 (et des précédents plans) et du diagnostic territorial en santé au travail rénové ; valoriser également les actions des partenaires préventeurs ; adosser le site à une newsletter périodique et aux réseaux sociaux.

 **TEMPORALITÉ : 2022 - 2025**

