



REFERENTIEL PREV'COVID



 Toujours en
avance sur le virus

SOMMAIRE

- 1 AVANT PROPOS 3
- 2 STRATEGIE PREV'COVID 4
 - 2.1 Principe 4
 - 2.2 Les hypothèses : 5
 - 2.3 L'étude d'impact sur les activités 6
 - 2.4 Méthodologie d'actions : 7
 - 2.5 Observations des résultats 8
 - 2.6 Observations évolutions du contexte 9
- 3 LE REFERENTIEL : DEPLOIEMENT 10
 - 3.1 La prévention primaire 10
 - 3.1.1 Définir les cadres sectoriels type de l'établissement : 10
 - 3.1.2 La prévention 10
 - 3.2 La prévention secondaire et management 12
 - 3.3 La prévention management marketing 14
 - 3.3.1 Définition des objectifs : 15
 - 3.3.2 Déploiement des actions marketing : 15
 - 3.3.3 Les impératifs et non-négociables : 15
 - 3.4 Le dialogue social : 16
 - 3.4.1 L'engagement de la gouvernance 16
 - 3.4.2 Les collaborateurs 16
 - 3.4.3 Les partenaires, fournisseurs, sous-traitants 17
- 4 PILOTAGE ET AMELIORATION CONTINUE 18
 - 4.1 Qui ? 18
 - 4.2 Comment ? 19
 - 4.2.1 Les indicateurs de performance prévention 19
 - 4.2.2 Les audits 19
 - 4.2.3 Les remontées de terrain 20
 - 4.2.4 Le pilotage des urgences 20
 - 4.3 Evolution continue du PMM 21

1 AVANT PROPOS

Le référentiel Prev'COVID est issu de la stratégie PREV'COVID mise en place par TM SAFETY depuis le début de la crise du COVID19. Ce référentiel a pour but de répondre de manière efficace, optimisée et durable aux contraintes sanitaires et réponses à l'épidémie CORONAVIRUS en vigueur sur le territoire national Français.

Le déploiement de ce référentiel peut être possible sur une entité basée à l'international, dans le respect de la réglementation en vigueur.

Le système qualité et management autour de PREV'COVID est le résultat des observations, missions et analyses réalisées par TM SAFETY durant la crise COVID19.

Dans une approche à la fois globale et précise par secteur, le développement de ce référentiel permet de pérenniser l'activité cœur de l'entreprise en prenant en compte l'ensemble des composantes relatives à la gestion épidémique. Cette gestion efficace est une réponse forte du rôle que doivent jouer l'ensemble des entreprises dans un contexte de crise.

Ce référentiel s'applique à tout type d'entreprise et de secteur d'activité. Il permet de gérer piloter l'ensemble de l'écosystème de l'entreprise : fournisseurs, partenaires, collaborateurs, clients, public...

2 STRATEGIE PREV'COVID

2.1 PRINCIPE

La stratégie Prev'COVID est basée sur l'analyse continue d'un cycle avec pour phase initiale la mise en place d'hypothèses viables des vecteurs de risques, vérifiées en permanence. Des effets de transversalité sont incorporés pour permettre une réponse agile dans un milieu incertain, satisfaisant les contraintes fortes imposées par le contexte épidémique mais aussi social de l'entreprise, tout en assurant sa pérennité.

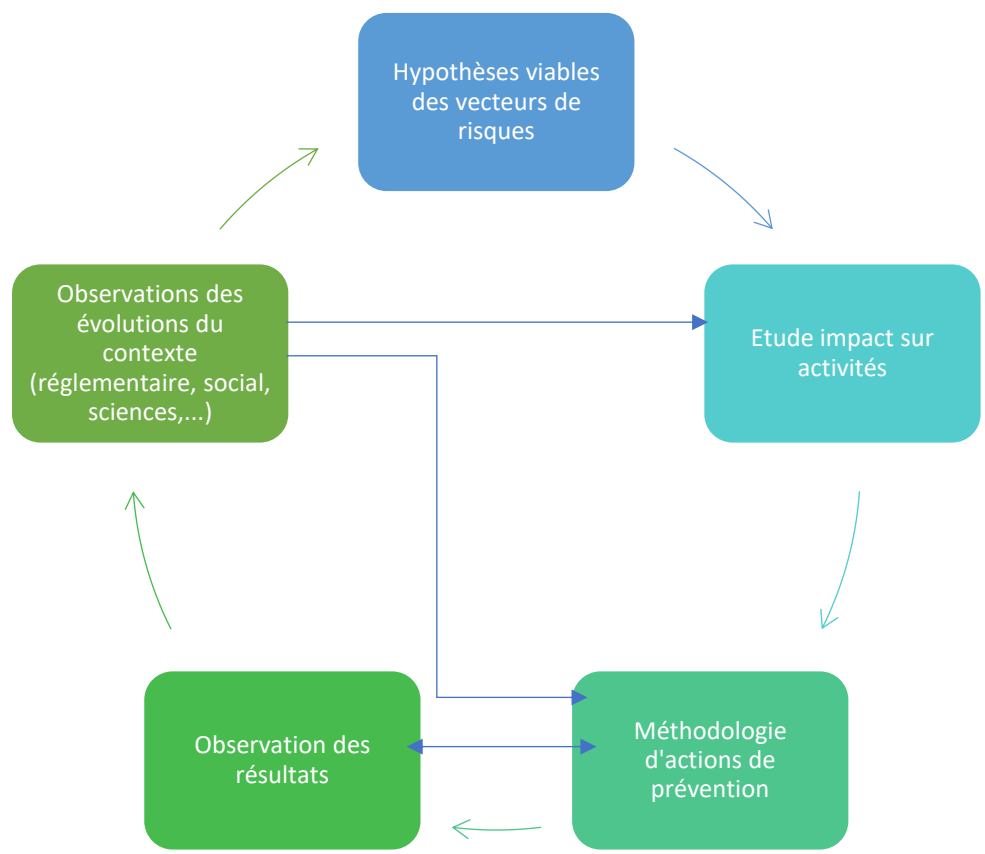
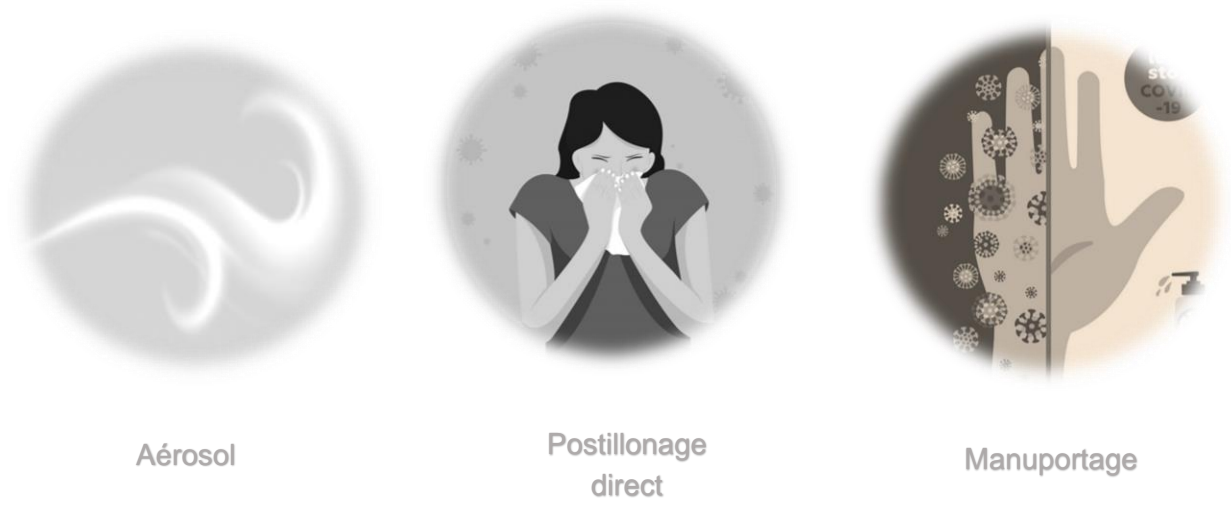


Schéma Cycle Prev'COVID

La permutation complète du cycle garantie une régulation de la gestion sanitaire par rapport à l'ensemble du contexte et de l'écosystème de l'entreprise.

2.2 LES HYPOTHESES :

Les hypothèses ont été établies sur la base d'un benchmark et d'un groupe d'étude interne à TM SAFETY avec la consultation d'organes tiers. Le recueil des informations et études a permis la mise en place Février 2020 des hypothèses de contaminations suivantes :



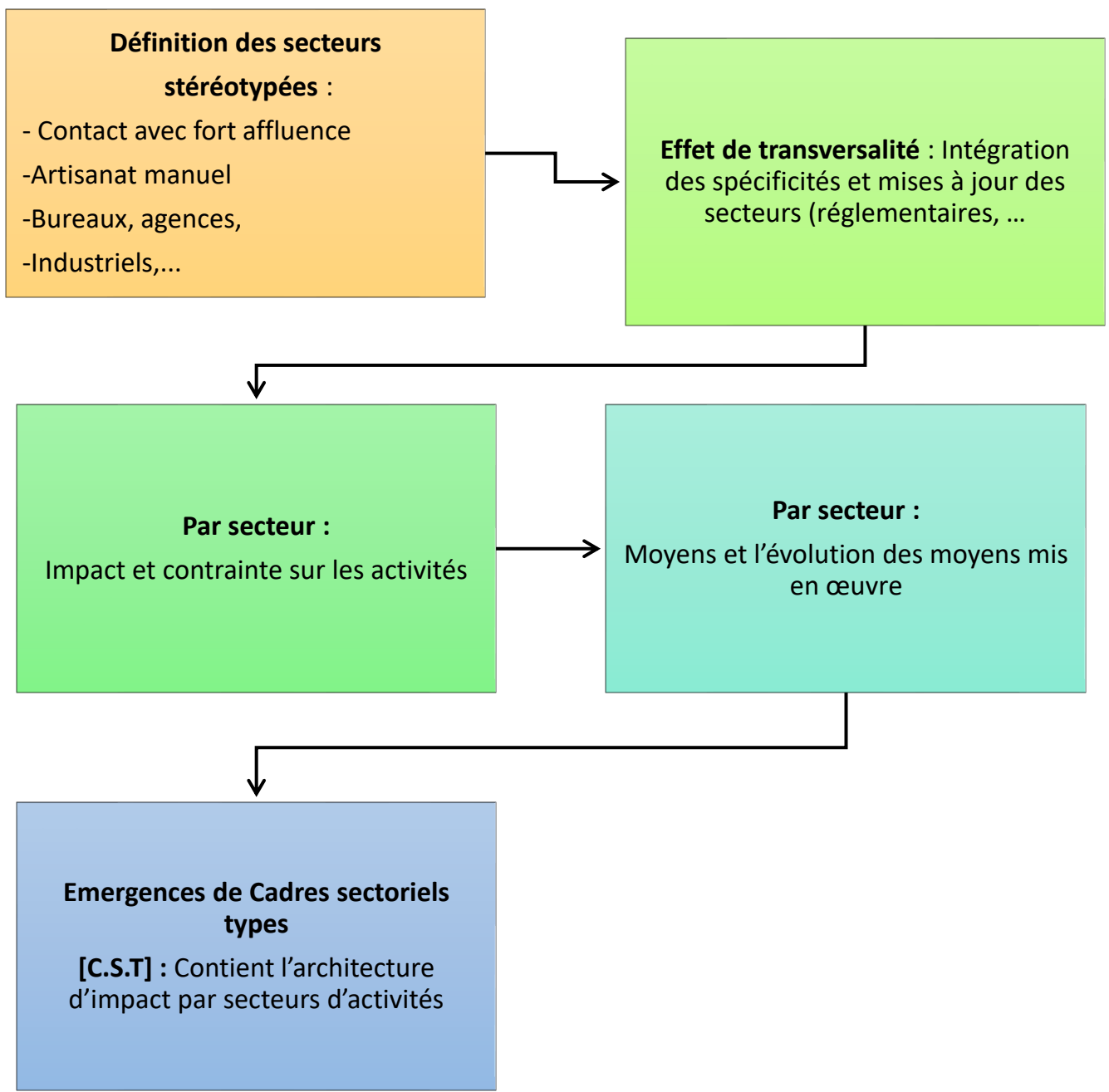
Ces hypothèses constituent la base d'une matrice vectorielle de contamination [M.V.C].

Elles ont servi de repères initiaux à l'ensemble des prestations réalisées sur le COVID dans le domaine de la prévention des risques en entreprises par TM SAFETY. Ces hypothèses sont toujours viables et sont renforcées par le protocole national de santé et sécurité en entreprise du 1^{er} Septembre 2020 relatif à l'épidémie du Coronavirus.

2.3 L'ETUDE D'IMPACT SUR LES ACTIVITES



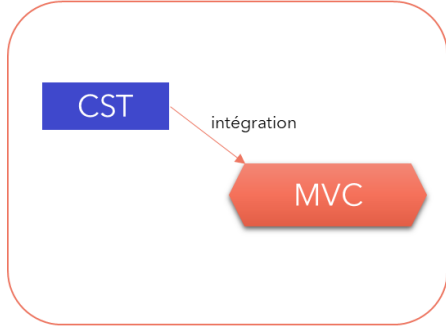
Cette étape est la constitution d'un périmètre d'application de la prévention sur les différentes activités d'une entreprise et de son écosystème. Elle permet notamment la détermination des lignes matricielles réparties par catégories nommées Cadres sectoriels types.



2.4 METHODOLOGIE D' ACTIONS :

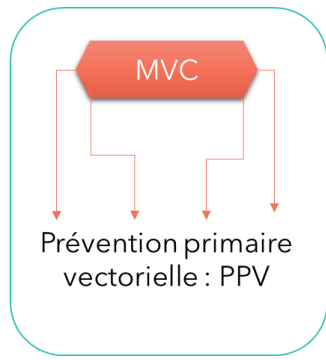
Phase 1 : INTEGRATION

Les C.S.T sont intégrés dans une matrice vectorielle de contamination afin de faire correspondre les axes de contamination de l'entreprise dans sa globalité



Phase 2 : PROJECTION

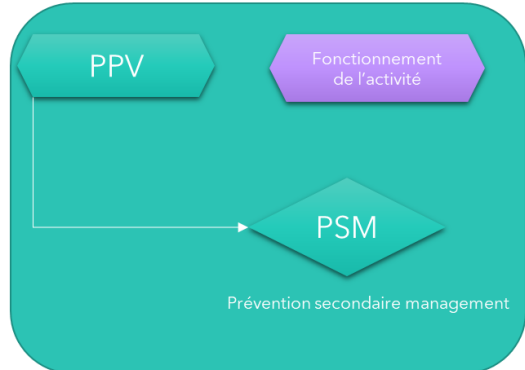
Répondre aux risques vectoriels par une prévention maîtrisée, vecteur par vecteur. Un haut degré de contraintes est appliqué lors de cette phase. L'objectif est de répondre à la gestion physique et directe du vecteur risque COVID19



Phase 3 : ADEQUATION

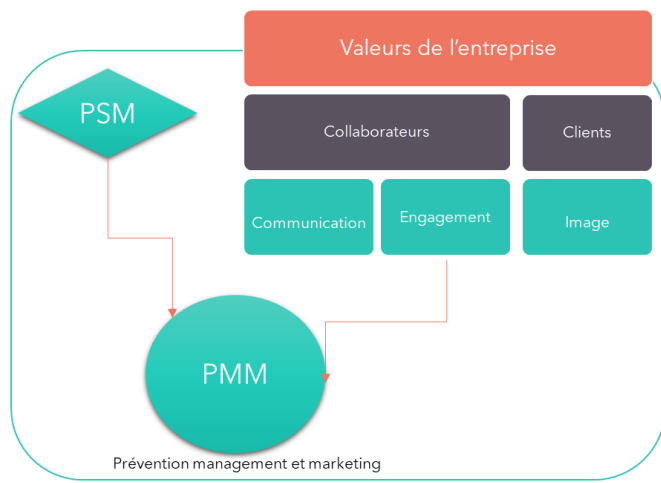
Etude de l'adéquation entre les contraintes de prévention et l'activité. Intégration des valeurs de management afin de répondre aux souplesses et compromis, notamment la mise en place d'indicateurs de suivis. Cette phase répond aussi aux aspects réglementaire (jauges, personnes à risques, ...).

Exemple : au lieu de mettre une distance de sécurité renforcée entre chaque salarié, c'est ici qu'est décidé le télétravail ou vice-versa et cela pour répondre à une exigence d'activité.



Phase 4 : OPTIMISATION

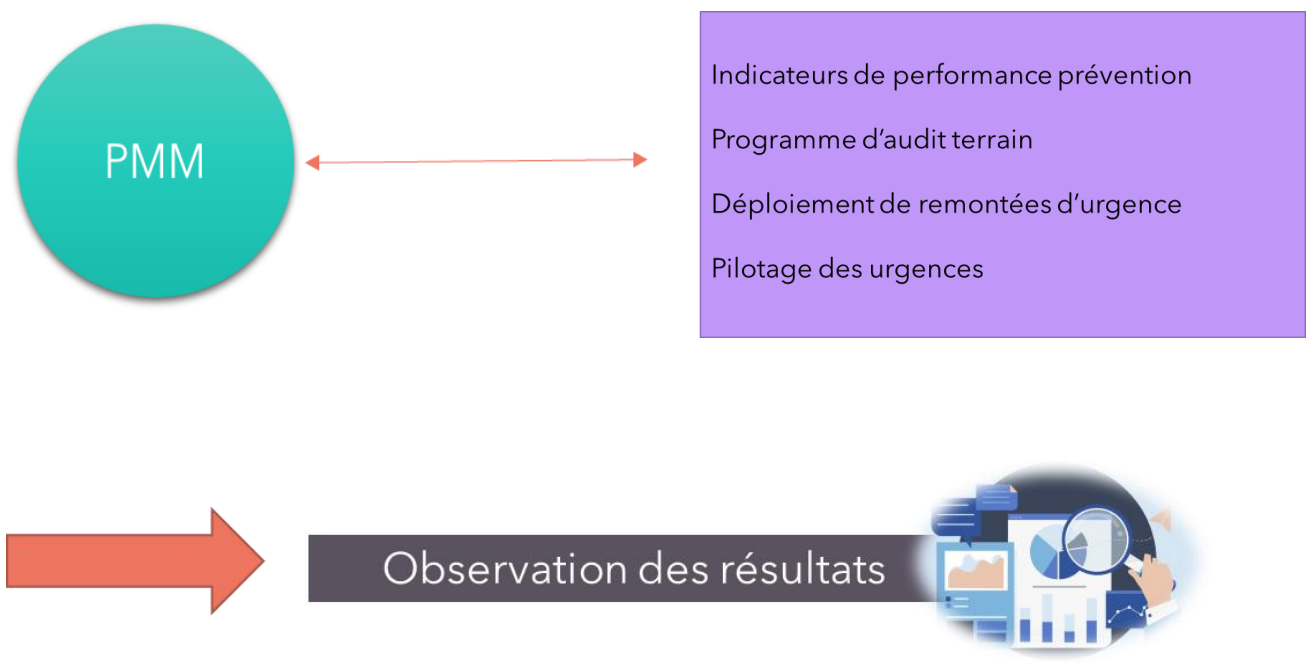
L'étude des solutions de rentabilités, de rajout d'image, de communication associée à l'image de la stratégie initiale est importante pour permettre la mise en place de solutions fiables sur le moyen terme et long terme.



2.5 OBSERVATIONS DES RESULTATS

La mise en place d'une architecture de remontées d'informations ciblées à travers des outils analysant le bénéfice d'une prévention management et marketing est indispensable pour lui permettre une optimisation maximale. Cet avancement par contrôle des itérations permet notamment de maîtriser les postes de dépenses, dans un contexte incertain.

L'architecture permet de générer une efficacité du suivi en prenant en compte l'ensemble des acteurs et facteurs influençant les résultats.



L'observation est le meilleur outil d'ajustement en temps réel de la dérive ou du choix des actions mises en place, et dont, il existe des paramètres d'influences externes et internes à leur fonctionnement, rendant nécessaire un tel ajustement garantissant l'équilibre du résultat.

2.6 OBSERVATIONS EVOLUTIONS DU CONTEXTE

- 1 - Veille du contexte (externe et interne) : expression du périmètre
- 2 - Désignation des observateurs



« L'observation des évolutions répond à un besoin impérieux d'anticipation. Le contexte évolue en permanence, la réactivité ne suffit pas à elle seule à rester de manière durable et efficace stable sur un marché instable. »

Thomas MARIN Directeur Technique

TM SAFETY

- Ouverture des mesures transverses : gain en agilité et adaptabilité
- Conversion de la donnée en action
- Anticipation des coûts

3 LE REFERENTIEL : DEPLOIEMENT

3.1 LA PREVENTION PRIMAIRE

3.1.1 Définir les cadres sectoriels type de l'établissement :

La définition des cadres sectoriels types se fait par l'approche suivante :

Phase 1 : Les stéréotypes

Quels sont les différentes activités clés de l'établissements, en y incluant les partenaires ?

Quelles sont les activités au caractères similaires ? Bureau, production, ...

Des secteurs types sont déterminés, pouvant regroupant plusieurs activités similaires : (ex : RH et administratif).

Phase 2 : Impact du risque sur les activités

Comment est impacté le secteur concerné par rapport au risque ?

Quels sont les scénarios de contaminations ?

Par vecteurs de contaminations ?

Quels outils pour évaluer le risque ?

Phase 3 : Moyens mis en œuvre

Quels sont les moyens mis en œuvre par secteur ?

Sont-ils déterminant pour chaque vecteur de contamination ?

Existe-t-il un moyen d'évaluer les moyens mis en œuvre et/ou sont-ils suffisamment performant ?

3.1.2 La prévention

L'analyse de la prévention par secteur doit comprendre l'intégration des moyens de prévention pour chaque vecteur de contamination, ainsi que le degré de maîtrise et le risque pondéré.

Il est nécessaire d'ajuster les moyens mis en œuvre initialement avec un niveau de risque pondéré suffisamment satisfaisant.

En cas de risque vectoriel pondéré élevé, il est nécessaire de penser à la mise en place de moyens de prévention permettant de répondre immédiatement au risque, et de diminuer son potentiel. Cette 1^{ère} étape est nécessaire, même si par la suite, la solution mise en place peut évoluer, notamment dans le cadre de la prévention secondaire.

CE QU'IL FAUT RETENIR :

Secteur	Vecteur matriciel	Niveau du risque vectoriel	Moyen de prévention vectoriel	Niveau de maîtrise	Risque vectoriel pondéré
SECTEUR A	AEROSOL		Prev 1		
	POSTILLONNAGE DIRECT		Prev 1B		
	MANUPORTAGE		Prev 1C		
SECTEUR B	AEROSOL		Prev 1		
	POSTILLONNAGE DIRECT		Prev 1B		
	MANUPORTAGE		Prev 1C		

Exemple de tableau guide de la prévention primaire

3.2 LA PREVENTION SECONDAIRE ET MANAGEMENT

La prévention secondaire est une étape importante, elle permet de positionner le fonctionnement global de l'entreprise. C'est-à-dire, la gestion des interconnexions, partie qui ne peut être intégrée dans la prévention primaire.

La politique de gestions des interconnexions étant comprise dans la politique globale de l'entreprise, le référentiel ramène cette notion au management au sein de l'entreprise et de son écosystème.

Autrement dit : quelles sont les objectifs de management permettant la pérennisation de l'activité ?

Cette question doit-être complétée par : est-ce que les moyens de prévention primaire vectorielle correspondent aux attentes de management ?

Au sein de cette phase secondaire, sont aussi intégrés les éléments réglementaires, juridique et contextuels actuels : puisqu'ils peuvent influencer le management.

Exemple :

Open space de 5 personnes avant mise en place du référentiel. Moyen de prévention primaire : Télé-travail. Forte application de la sécurité santé.

Observation du management : Difficulté de collaboration puisque le système de management est un système localisé et assez peu digitalisé.

Prévention secondaire : retour au bureau et prévention par vecteur matriciel en présentiel, avec intégration des procédures réglementaires en vigueur.

Nota : L'exemple indique un compromis entre un niveau de prévention primaire et un niveau de prévention secondaire, fait pour un choix de pérennisation de l'activité au temps T. Ce choix peut évoluer au temps T+1, c'est pourquoi il est important de bien se positionner sur la politique managériale.

Le niveau secondaire doit être suffisamment réfléchis pour être performant. L'intérêt du niveau primaire est de donner un temps de réflexion et des moyens de bascule (leviers) ne mettant pas en défaut l'écosystème en termes de gestion sanitaire.

L'issue du niveau secondaire doit conduire à un plan d'action, qui fait passer du statut primaire au statut secondaire : quelles sont l'ensemble des étapes à mener ? Quelles sont les ressources ?

Les secteurs sont à cette étape, divisés en sous-secteurs, afin d'y faire correspondre un management de précision. Cela permet de s'assurer que l'ensemble des actions sont respectées et appliquées sur chaque entité du secteur. Un exemple avec la livraison comprenant divers prestataires, un sous-secteur peut alors correspondre à un prestataire.

Les actions nécessaires par secteurs sont vérifiées et vérifiables à chaque instant. Elles doivent conditionner la maîtrise du moyen de prévention secondaire, dans son évaluation de maîtrise du risque. Une cotation doit alors être mise en place, prenant en compte une variable : la validation des actions.

CE QU'IL FAUT RETENIR :

Secteur	Sous-secteur	Vecteur matriciel	Niveau du risque vectoriel	Moyen de prévention secondaire vectoriel	Actions relatives au moyen	Taux de validation des actions	Niveau de maîtrise	Risque vectoriel pondéré
SECTEUR A	Sous secteur A1	AEROSOL	Vert	Prev 1	Act1	20%	Orange	
		POSTILLONNAGE DIRECT	Orange	Prev 1B	Act2	40%		
		MANUPORTAGE	Rouge	Prev 1C	Act3	10%		
	Sous secteur A2	AEROSOL		Prev 1	Act 1bis	20%		
		POSTILLONNAGE DIRECT		Prev 1B	Act 2bis	40%		
		MANUPORTAGE		Prev 1C	Act3bis	10%		
SECTEUR B	Sous secteur B1	AEROSOL	Orange	Prev 1	Act4	100%	Vert	
		POSTILLONNAGE DIRECT		Prev 1B	Act5	100%		
		MANUPORTAGE	Rouge	Prev 1C	Act6	100%		
	Sous secteur B2	AEROSOL		Prev 1	Act7	100%		
		POSTILLONNAGE DIRECT		Prev 1B	Act8	100%		
		MANUPORTAGE		Prev 1C	Act9	100%		

Exemple de tableau guide de la prévention secondaire

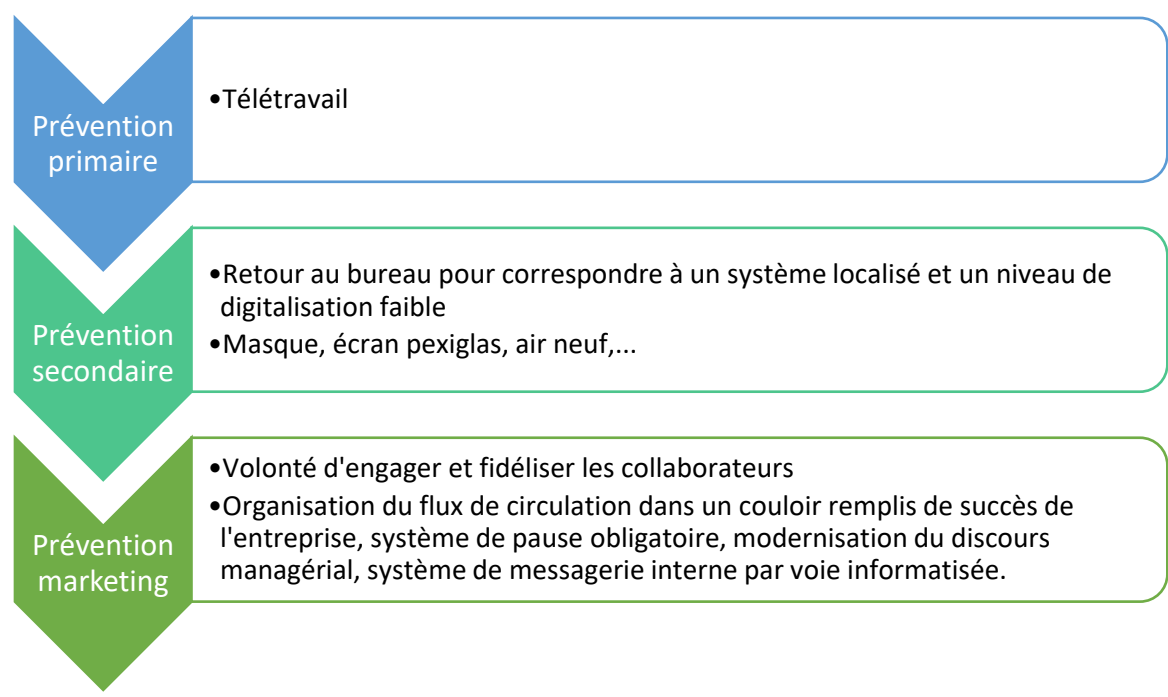
3.3 LA PREVENTION MANAGEMENT MARKETING

L'objectif de cette troisième partie de la prévention est de lui permettre une application en valeur ajoutée, en lui créant un socle de pérennisation basée sur les valeurs de l'entreprise.

Les valeurs de l'entreprise correspondent à une intégration marketing au cœur de la prévention. L'image de l'entreprise, la communication envers les collaborateurs, les objectifs de type R.S.E, écologique peuvent, sans être exhaustif, être inclus dans les valeurs.

Pour en citer un exemple :

5 personnes au sein d'un open space.



L'impact d'une décision marketing permet de lisser les contraintes de la prévention en les transformant en opportunité de performance, de dialogue et de retour sur investissement. Il s'agit alors de positionner des indicateurs.

3.3.1 Définition des objectifs :

En observant les contraintes de la gestion sanitaire, il en ressortira les objectifs primaires de performance, comme un commerçant qui voit sa quantité de vente baisser va devoir travailler pour augmenter son panier moyen.

Les objectifs secondaires correspondent quant à eux à l'intégration des valeurs de l'entreprise. Ces valeurs ont été déjà définies par la politique globale de l'entreprise, ou alors sont à repenser. Dans ce cas il est important de penser à des valeurs qui peuvent se transformer en objectifs atteignables.

Les objectifs déterminent les actions à mettre en œuvre, et les indicateurs de suivis correspondants (cf §4.)

Les objectifs sont fixes, et définitifs durant une période suffisamment longue, ils doivent rester le cap de la stratégie de prévention management et marketing.

3.3.2 Déploiement des actions marketing :

Les actions marketings doivent correspondre à un objectif qui comprend un budget. Ce budget est impératif pour contrôler l'investissement et prendre l'action la plus intéressante.

Une évaluation des actions est nécessaire pour juger de leur pertinence sur la valorisation de la prévention.

La communication est considérée à ce stade comme une action mais fait partie intégrante de chaque action déployée. Elle doit donc être préalablement validée pour faire correspondre à l'action l'effet escompté.

3.3.3 Les impératifs et non-négociables :

Des aspects non négociables du référentiel Prev'COVID sont mis en avant au sein de l'étape de prévention marketing. Ce sont les suivants :

- Le marketing ne doit pas dégrader le niveau de risque vectoriel pondéré
- Le marketing ne doit pas interférer sur un arbitrage de la prévention (santé et sécurité de l'écosystème) au profit d'une rentabilité.
- Le marketing doit tendre à créer une valeur positive et non ajouter une contrainte
- Le marketing doit intégrer une valeur éthique

Sans cela, le référentiel Prev'COVID ne peut être défini comme étant en application au sein de l'entreprise ou de l'établissement.

Raison pour laquelle les indicateurs et modalités de pilotage doivent impérativement veiller au respect de ces impératifs et non-négociables. (cf§4).

3.4 LE DIALOGUE SOCIAL :

Afin que le référentiel Prev'COVID soit durable, il est nécessaire d'engager les parties prenantes dans le processus : le dialogue social est l'outil le plus durable pour garantir l'engagement, il permet aussi d'améliorer les processus de gestions par la remontée d'information en dehors des cycles d'observations telles que des audits, donnant un atout non négligeable à l'écosystème face à un risque majeur pour l'entreprise.

La mise en place d'un dialogue social nécessite que l'ensemble des parties prenantes, interne et externe à l'entreprise et participant à son écosystème soit en accord avec les décisions de pilotage et engagé pleinement dans la démarche.

3.4.1 L'engagement de la gouvernance

La gouvernance de l'entreprise ou établissement doit prendre un engagement fort et communiquer. Les axes à privilégier sont déterminés par :

- Le maintien des activités de l'entreprise (pérennité)
- La performance et la santé des collaborateurs (bienveillance)
- La capacité à appliquer une reconnaissance ou un traitement explicite des comportements relatifs à l'engagement pris (équité)

Une lettre d'engagement est émise par la gouvernance explicitant la démarche.

3.4.2 Les collaborateurs

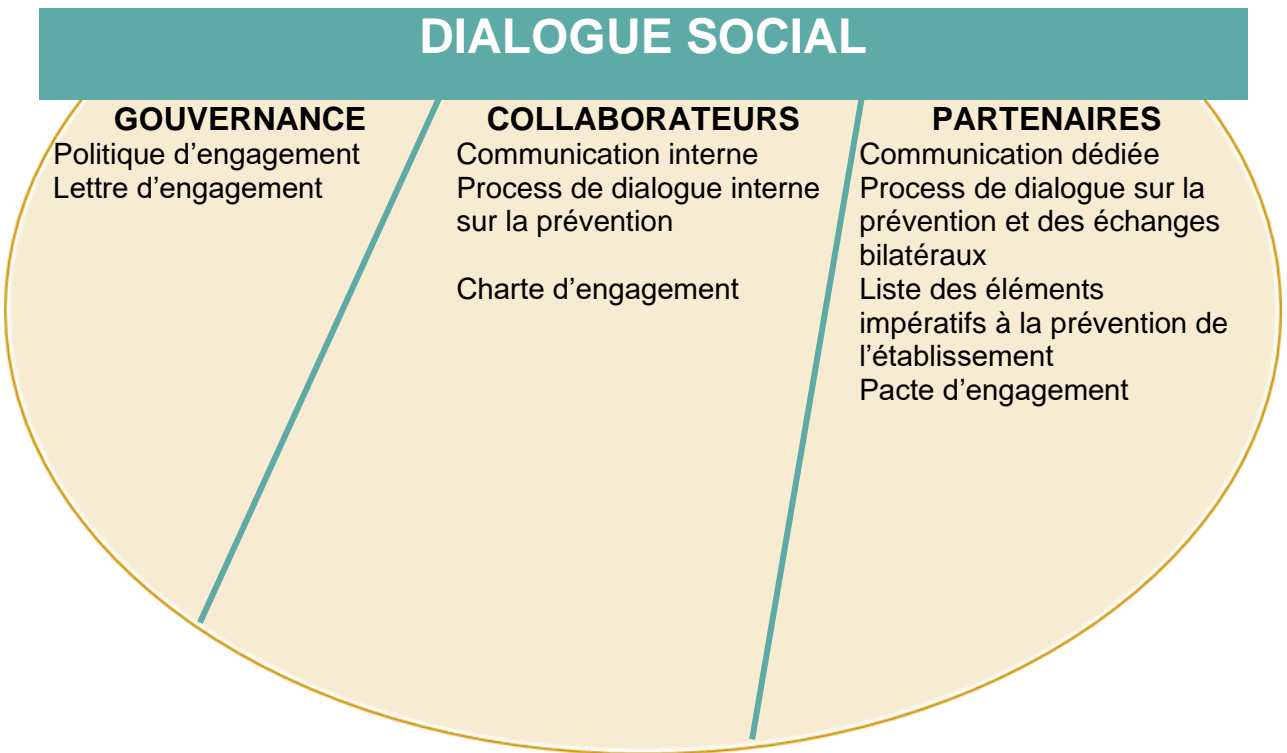
Les collaborateurs, à travers les instants représentatifs du personnels (IRP), et aussi dans la relation collaborateur-hiérarchie, doivent pleinement prendre part au discours, car ils sont les rouages du système de prévention.

Une charte d'engagement et un module de communication interne doit permettre le dialogue entre les parties de l'entreprise. La mise en place de circuit court de remontées d'informations est essentielle pour permettre une agilité du système face à l'incertitude.

3.4.3 Les partenaires, fournisseurs, sous-traitants

Il est impératif de conduire une communication claire et explicite envers les tiers en lien avec l'entreprise. Une communication dédiée et un canevas de dialogue, avec des éléments indispensables à la genèse d'un pacte durable d'engagement sont nécessaire pour pérenniser l'écosystème.

CE QU'IL FAUT RETENIR :



4 PILOTAGE ET AMELIORATION CONTINUE

4.1 QUI ?

Le protocole national de sécurité et santé en entreprise sorti le 1^{er} septembre 2020 mentionne qu'un référent COVID doit être désigné, il est important que ce dernier pilote le référentiel Prev'COVID.

Précision importante sur la définition de TM SAFETY sur le référent COVID qui est la suivante :

« Le référent COVID est un système de personne qui permet de faire vivre la prévention COVID, en veillant à son application selon les modalités établies et à son amélioration constante. »

La définition d'un système de référent COVID est délimité par :

- La capacité nominale en termes de ressources humaines disponibles
- Les objectifs fixés en amont au sein de la prévention PMM.
- Le maillage des activités et la capacité des acteurs à être présents sur le terrain, au plus près des collaborateurs.
- Les compétences nécessaires à l'exécution du référentiel.

Plusieurs sortes de système de référent COVID peuvent se développer :

- Unipersonnel
- Top/Down
- Micro équipe
- Reproductible par secteur, ...

Les enjeux autour de la définition d'un système de référent COVID sont de :

- Savoir s'il manque de la ressource, au vu des objectifs
- Savoir si les objectifs sont atteignables en l'état
- Evitez les doublons, et garantir l'appui des compétences et pouvoir clés.
- Animer une communication efficace et durable
- Déterminer les besoins ou les contraintes supplémentaires dans le cas où les objectifs sont supérieurs à la disponibilité interne des ressources.

Des prérequis seront nécessaires au pilotage comme :

- S'assurer que les acteurs du système référent COVID soient suffisamment sensibiliser sur le sujet COVID
- S'assurer qu'ils ont un engagement véritable sur le sujet
- De définir un périmètre d'action auprès de chaque acteur (moyen, ressources, méthodes).

4.2 COMMENT ?

4.2.1 Les indicateurs de performance prévention

Les indicateurs de performance prévention doivent correspondre à des objectifs fixés dans le cadre de la prévention management marketing.

Ils peuvent être en lien direct avec l'objectif, comme par exemple, le nombre de cas positif au cours du mois. Ils peuvent être secondaire, cela permet d'identifier si la méthode déployée est correcte.

Exemple : nombres d'écarts du port du masque observés par les référents COVID au cours du dernier mois, nombres de communications COVID, ...

Il est nécessaire pour cela d'identifier la ressource utilisée à capter les données alimentant l'indicateur, en termes de moyen, de temps notamment.

Les indicateurs doivent avoir une crédibilité suffisante sur un temps court, pour pouvoir prendre des décisions dans un contexte incertain, qu'est l'épidémie Coronavirus. Si les indicateurs nécessitent un nombre important de données, le bénéfice d'une réponse anticipatoire est perdu.

Attention donc aux indicateurs qui sont positionnés sur une part subjective, car cette dernière nécessite une grande quantité de donnée pour être considérée comme une tendance statistique.

Coupler un indicateur subjectif comme la perception de l'environnement social par les collaborateurs avec un indicateur objectif tel que le respect de la distance physique est une solution.

4.2.2 Les audits

Les audits sont des moments d'évaluation spécifique sur une problématique donnée. Ici, ces moments doivent être incorporés pour :

- Relever des données spécifiques aux indicateurs
- Pour analyser et observer tout écart
- Prendre le temps d'échanger avec les collaborateurs

L'audit peut comprendre des axes spécifiques, s'incluant dans de la communication ou sur un profil marketing. En d'autres termes, il est customisable.

Cet outil a pour objectif de contrôler périodiquement et d'être certains d'attribuer un temps minimum à l'amélioration continue du référentiel Prev'COVID.

Les actions urgentes ou à améliorer doivent donc suivre rapidement l'audit, il est donc nécessaire d'inclure un fil conducteur post-audit, lui garantissant son efficacité.

4.2.3 Les remontées de terrain

Un outil qui peut répondre à des multiples besoins :

- Les urgences
- L'engagement des collaborateurs dans le déploiement du référentiel
- L'émergence de besoin non identifiés en amont.

Il faut penser à un moyen fiable de faire remonter les informations fonction des critères choisis :

Exemple : comment faire remonter une situation urgente ?

4.2.4 Le pilotage des urgences

Tout comme le protocole national de la sécurité et santé en entreprise, édité par le ministère du travail, il y a des cas d'urgence impératif à traiter.

Est cité : le traitement d'un cas positif au sein de l'entreprise ou de son écosystème, et les cas contacts associées.

En premier lieu, il est important d'imaginer les scénarios d'urgence probable de ce type et des modalités de traitement : qui, comment, en combien de temps ?

En second, il faut architecturer un système permettant de faire face à une situation inconnue, à travers la mise en place d'une procédure de traitement des urgences non identifiées.

Un nombre important de traitement et de méthodologies existent comme le 5 Pourquoi, ou l'arbre des causes.

Quelque soit la méthodologie il est nécessaire qu'elle intègre une phase d'action et de suivis de l'action spécifique à l'urgence.

4.3 EVOLUTION CONTINUE DU PMM

Les outils de pilotage permettent une remise en question nécessaire par l'appui de données, ces données sont complétées par une veille du contexte de l'évolution du contexte.

Cette double analyse constante impose un modèle d'évolution continue du système PMM.

Un schéma décisionnel doit être défini pour délimiter les évolutions notamment pour éviter de réaliser des actions qui serait préjudiciable au système ou faite dans la précipitation.

Si le référent COVID est une architecture regroupant plusieurs personnes, il peut être décidé que l'évolution est le fruit d'une réflexion commune, à travers l'analyse collective des informations recueillies. Dans ce cas, une périodicité de réunions ou points de situation doit être mise en place.

L'évolution doit suivre les mêmes impératifs et non-négociable que le volet marketing sur le système PMM, à savoir :

- Ne doit pas dégrader le niveau de risque vectoriel pondéré
- Ne doit pas interférer sur un arbitrage de la prévention (santé et sécurité de l'écosystème) au profit d'une rentabilité.
- Doit tendre à créer une valeur positive et non ajouter une contrainte
- Doit intégrer une valeur éthique