



# COMMUNIQUER EFFICACEMENT ET ANIMER UNE COMMUNAUTÉ LOCALE PRO-VELO - L'EXEMPLE DE HENKEL FRANCE

## / CONTEXTE

|   |   |
|---|---|
| Henkel France   | <b>Henkel</b>                               |
| Nombre d'agents sur le site                                   | 350   |
| Commune d'implantation du site                                | Boulogne-Billancourt                        |
| Part des déplacements à vélo sur les trajets domicile-travail | 4 % (2022)<br>Objectif fixé à 9 % pour 2024 |

La promotion du vélo dans les déplacements domicile-travail est une problématique qui a gagné en visibilité au début des années 2020 chez les équipes d'Henkel France, entreprise internationale spécialisée dans les produits de beauté, d'entretien et les adhésifs. Avec la mise en place d'un espace de stationnement, de services et du Forfait Mobilité Durable (FMD), mais surtout d'une **stratégie plurielle et structurée de sensibilisation et de communication** auprès d'une communauté d'utilisateurs du vélo. Constituée de quelques personnes en 2020, elle regroupe fin 2023 une trentaine d'utilisateurs

réguliers. Depuis novembre 2022, le site de Boulogne-Billancourt d'Henkel France est labellisé Or « Employeur Pro-Vélo » avec une note de 18/20 sur l'item « Communication et Motivation », principale force de sa démarche.

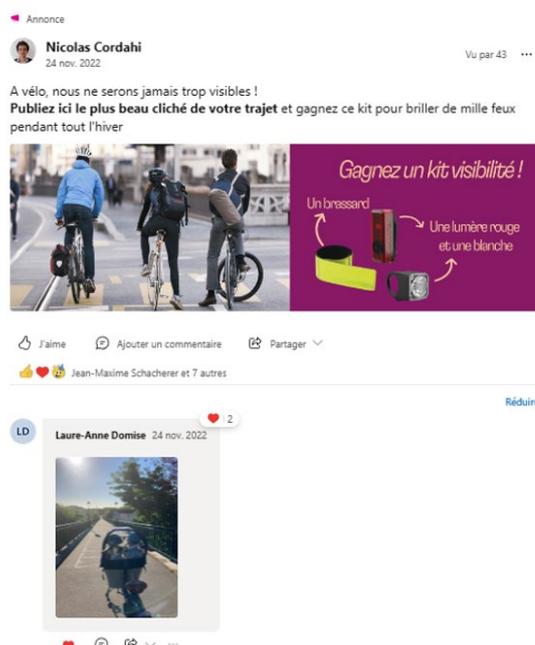
Pour toucher le nombre le plus large de salariés, les équipes du groupe de travail RSE, avec en première ligne, Nicolas Cordahi, Référent vélo Boulogne-Billancourt et RSE Mobilité, ont déployé une **diversité d'outils de communication interne, externe et événementielle**.

## / LA COMMUNICATION INTERNE : UN LEVIER DE SENSIBILISATION ET D'ÉMULATION DES ÉQUIPES !

La communication interne constitue sans doute le volet le plus robuste de l'action de communication et de sensibilisation pro-vélo. Les équipes d'Henkel s'appuient sur une **diversité de leviers de communication numérique** :

- Une « **InfoMail** » RH et RSE, qui relaie les événements et actualités autour de la mobilité des salariés.
- Un **intranet et un sharepoint** avec des articles et informations clés, par exemple au moment de la labellisation Or Employeur Pro-Vélo.
- Des **réseaux sociaux internes** autour de l'application Viva Engage (ex-Yammer) avec une majorité d'information qui transite dans le Viva Engage « Velotaf », qui regroupait 36 salariés fin 2023.

Sur le réseau Viva Engage, les équipes d'Henkel relaient des **conseils, des événements mais utilisent également ce réseau pour des jeux concours**. Sur l'image ci-contre, un concours photo pour remporter un kit visibilité à partir des « plus belles photos réalisées pendant les trajets Velotaf » par la communauté interne à Henkel.



Au-delà des applications numériques, le groupe de travail RSE joue un rôle dynamique à travers la **communication print et le déploiement d'une campagne d'affichage** pour prévenir les cyclistes et les automobilistes sur les risques les plus courants dans le cadre de la circulation à vélo en agglomération. Deux exemples d'affiches réalisées avec le concours d'un prestataire graphique sur l'emportierage, les « queues de poisson », etc. ci-contre.

Cette démarche de communication et de sensibilisation se manifeste enfin par **la réalisation de guide de sensibilisation interne sur l'usage du vélo, avec 6 grands sujets abordés** : des itinéraires sécurisés au risque de vol, en passant par l'hygiène, le choix de la bonne monture ! Autant de bons conseils pour convaincre les nouveaux arrivants et les salariés qui hésitent à se lancer. Le guide des équipes d'Henkel est [accessible ici](#) !



## / OUTILS CARTOGRAPHIQUES ET DE QUIZZ POUR ANIMER LA COMMUNAUTÉ

C'est une des forces de la communauté locale Henkel, s'appuyer sur des **outils open-source pour animer sa communauté**, interpellier et agrandir année après année le nombre de membres, à l'occasion de la semaine du vélo, organisée depuis 3 ans en mai ou juin.

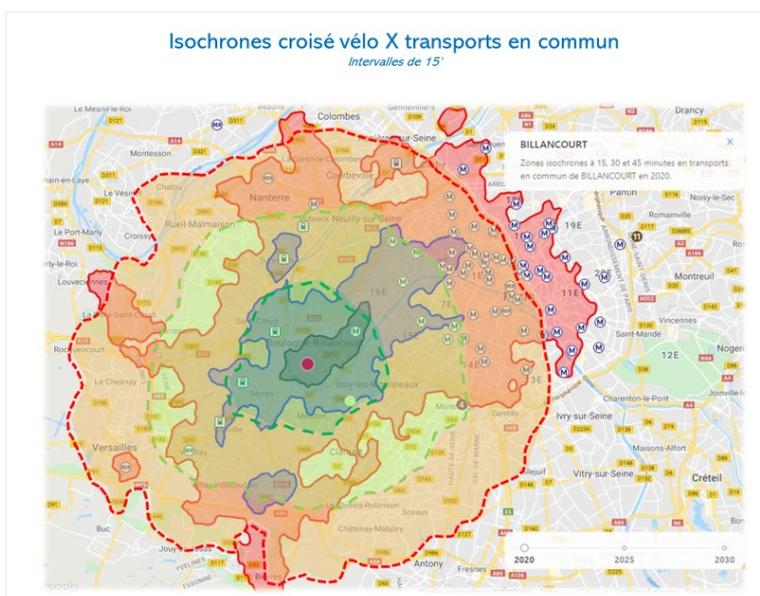
Une première initiative remarquable s'est appuyée sur **l'outil « Open Route Service »**, une interface de cartographie en ligne basé sur les données OpenStreetMap et développé par l'Université de Heidelberg en Allemagne. À l'occasion de la semaine du vélo, les équipes du GT RSE d'Henkel ont réalisé des impressions grands formats de **« cartes isochrones »** pour représenter les **zones géographiques accessibles à moins de 15, 30 ou 45 minutes à vélo du site de Boulogne-Billancourt d'Henkel France**. Ces cartes ont été exposées dans la cafétéria, et utilisées comme base d'interpellation et de discussion avec les salariés du groupe au cours de la semaine. **L'objectif ? Casser certaines idées reçues et montrer à leurs collègues que le trajet à vélo était accessible** et que pour nombre d'entre eux il existait des trajets sécurisés pour réaliser les déplacements domicile-travail.

Cet outil cartographique est également **inscrit et valorisé dans le guide de sensibilisation à l'usage du vélo** évoqué précédemment.

[En s'appuyant sur l'expérience d'Henkel, nous vous proposons d'accéder à ce tutoriel pour créer vous-même vos isochrones et sensibiliser les salariés de votre site sur les temps de trajet !](#)

En parallèle, Henkel a réalisé en interne, à partir de photographies et de vidéos prises par son groupe de travail RSE un **quizz interne sur la sécurité routière et la prévention de l'accidentalité à vélo**, transmis sous la forme d'un questionnaire type forms. Encore une fois, leurs équipes s'appuient sur des outils simples d'accès et la prise de photos et de vidéos en lien avec la réalité des déplacements des salariés aux abords du site.

Enfin, cette animation de communauté est rythmée sur les années 2022 et 2023 par **la conduite de challenges**, où les équipes ont utilisé l'application squadeasy (une application permettant de mesurer et suivre les distances parcourues par rapport à un objectif de groupe).



Source : Henkel France

## / LE RÔLE DE LA DIRECTION POUR LA COMMUNICATION EXTERNE ET CRÉER DE LA « DÉSIRABILITÉ SOCIALE »

La notion de désirabilité sociale est au cœur des théories et travaux de littérature scientifique sur le changement de comportement. **Réussir à mobiliser la direction d'une entreprise dans la communication externe autour de la promotion du vélo serait ainsi un gage de réussite** et un outil de plaidoyer en faveur de ces mobilités alternatives, aussi bien en interne auprès des salariés qu'auprès des clients et partenaires.

C'est l'option retenue par les équipes d'Henkel France avec le concours de leur General Manager, Cécile Leroi, comme le souligne l'encadré issu d'un post linkedin, où **une action de prêt de vélo auprès des salariés est accompagnée et promue par la direction !**



## / CONTACT

 **Nicolas Cordahi**  
Référent vélo Boulogne-Billancourt / RSE Mobilité

 nicolas.cordahi@henkel.com