



Un gobelet par jour, un objectif de tous les jours !



Equipe de projet : Anne-Sophie Ramos, Ludovic Carron, Titouan Baudin, Valmir Zeqiraj

Métier : Stagiaires commerciaux pratiques

Année d'apprentissage : 1^{ère} année

Nom de l'entreprise : Poste CH SA, 1800 Vevey

Nom du maître d'apprentissage : Eléonore Ponce

Résumé du projet :

Cette idée de projet est née d'une situation que nous avons tous vécue au sein de nos différents lieux de travail et dont nous sommes certains qu'elle fait partie intégrante de la vie de tous les jours. Le gaspillage des gobelets est non seulement beaucoup trop fréquent mais surtout totalement inutile et évitable. Nous souhaitons donc réduire leur consommation tout en sensibilisant les gens contre cette mauvaise habitude, certes bien encrée, mais qui ne devrait finalement pas demander trop d'efforts pour être corrigée. Afin d'atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés, nous allons concevoir des moyens visuels simples mais efficaces tels que des affiches et des flyers. Par leur biais, nous espérons non seulement rendre les personnes conscientes de ce problème, mais aussi et surtout leur donner l'occasion de participer progressivement à sa résolution.

Projet Sensibilisation : Nombre de personnes touchées : **57** personnes

Catégorie du concours : Prix Sensibilisation

Sommaire

1. Introduction	3
1.1. Situation de départ.....	3
1.2. Motivations	3
2. Recherche d'idées / définition du projet	4
2.1. Définition du projet et objectifs.....	4
2.2. Faisabilité	4
3. Planification du projet	7
3.1. Les étapes les plus importantes.....	8
3.2. Plan détaillé des tâches	9
4. Mise en œuvre concrète	10
5. Calculs	15
6. Rapport du projet	21
6.1. Rétrospective.....	21
6.2. Prises de conscience	22
6.3. Perspectives	22
7. Annexes	23

1. Introduction

1.1. Situation de départ

Selon diverses études menées, certains scientifiques ont observé que la consommation d'énergie a nettement augmenté ces dernières années. Cette forte progression a provoqué de nombreux changements climatiques, tels qu'une augmentation de la température, de fortes précipitations et un accroissement du gaz à effet de serre.

Ces changements climatiques ont, par exemple, un effet néfaste sur la santé, le tourisme en montagne, la modification de la longueur des glaciers, la disparition de réservoirs d'eau ainsi que l'apparition de la sécheresse en été.

Il existe différentes manières d'influencer le changement climatique. La première option que l'on peut envisager consisterait à changer certains de nos gestes au quotidien, tels que l'utilisation des transports en commun et le gaspillage d'eau et de chauffage. La deuxième option serait que les individus investissent dans une voiture électrique ou dans une voiture à basse consommation. Finalement, la dernière option serait l'introduction d'une taxe ou d'un quota pour limiter et contrôler les entreprises qui polluent l'atmosphère avec le gaz à effet de serre.

1.2. Motivations

Nous participons à ce projet car il est important de sensibiliser les gens contre certaines mauvaises habitudes faisant partie intégrante de notre vie. Chaque jour, nous effectuons un certain nombre de gestes, certains dont nous sommes conscients, d'autres dont nous ne nous rendons pas forcément compte. Parmi ces gestes, beaucoup s'avèrent être de mauvais réflexes que nous pourrions éviter si nous y prêtons plus attention. Que ces mauvais réflexes soient de petits gestes ou de grandes actions, ils peuvent tous avoir des impacts importants sur l'écologie. Il est donc important de prendre le temps de réfléchir à toutes ces habitudes et à leurs conséquences directes sur l'environnement. Afin de pouvoir en rendre conscients les gens, il est d'abord nécessaire d'en être conscient soi-même.

En prenant le temps d'y réfléchir, nous avons tous pu observer un certain nombre de problèmes, dont un qui nous a particulièrement marqué au sein de nos places de travail respectives. Etant conscients que ce dernier est universel et qu'il ne s'applique pas seulement à notre environnement direct, nous avons décidé de nous y intéresser de plus près dans le cadre de ce projet. Chaque problème possède sa solution, c'est pourquoi nous souhaitons essayer d'en proposer une adéquate à la situation en question.

De plus, ce projet est aussi l'occasion pour nous d'aller au-delà de la simple constatation d'un problème qui ne date pas d'aujourd'hui. Il nous permet non seulement de réfléchir concrètement à des idées visant à le résoudre, mais aussi de dépasser le stade de la réflexion grâce au développement du concept qui nous semblera le plus adapté.

Finalement, ceci s'avère être une expérience intéressante qui nous servira sur bien des plans à l'avenir, peu importe que ce soit en vue de nos futures études ou de notre future carrière professionnelle.

2. Recherche d'idées / définition du projet

2.1. Définition du projet et objectifs

Ce projet s'inscrit dans la catégorie Sensibilisation et comporte un objectif bien précis, qui est le suivant :

1. Sensibiliser la totalité des personnes touchées par notre projet.
2. Réduire de **15%** le nombre de gobelets utilisés durant la semaine de sensibilisation.

2.2. Faisabilité

Le projet qui nous semble le plus adapté est celui de la sensibilisation des gens contre le gaspillage des gobelets, ceci par le biais de moyens visuels simples mais efficaces.

La mise en œuvre de ce projet est tout à fait réaliste, car elle part d'une idée simple et potentiellement réalisable n'impliquant pas l'utilisation de moyens complexes.

Toutefois, cela n'empêche pas que nous devons nous préparer à la perspective de devoir faire face à divers problèmes. Afin d'être prêts à affronter cette éventualité, nous avons pris le temps de recenser les soucis qui pourraient survenir durant notre projet.

Premièrement, il va de soi que nous devons disposer d'une autorisation de nos supérieurs hiérarchiques, ceci afin de pouvoir installer notre concept dans nos filiales respectives. Rien ne nous garantit que notre démarche soit acceptée, d'autant plus que nos locaux ne sont pas seulement fréquentés par des collaborateurs. Dans le cas où l'un de nous devait essuyer un refus à ce sujet, notre projet perdrait quelque peu de son intérêt. Dans le cas où chacun de nous devait essuyer un refus, notre projet serait sérieusement mis en péril.

Si nous recevons l'accord de nos responsables, il faudra ensuite trouver le temps de mettre en place nos différentes phases de test. Le temps ne nous permettra pas d'effectuer de très longues périodes de test, d'autant plus que nous souhaitons nous coordonner pour procéder à ces phases simultanément et régulièrement. Les divers cours et éventuelles vacances pourraient considérablement réduire les semaines à notre disposition. Tout ceci implique que les résultats ne seront pas nécessairement révélateurs de la situation réelle.

Un autre problème qui pourrait se poser concerne la comptabilisation des gobelets. Selon les modèles de fontaines à eau présentes dans nos différents locaux, il se peut que la comptabilisation ne soit pas des plus aisées. Ceci pourrait donc nous forcer à les compter de manière plus ou moins approximative, ce qui pourrait entraîner des résultats un brin faussés.

Finalement, il est aussi important de prendre en considération la saison durant laquelle nos tests auront lieu. En effet, la température est un facteur à ne pas négliger quand il s'agit de consommation d'eau. Alors que nous aurons tendance à en boire en grande quantité en été, nous serons par contre plus attirés par des boissons chaudes durant l'hiver.

Analyse SWOT

Forces	Faiblesses
1. Diminution de la consommation 2. Prise de conscience sur l'écologie 3. Coûts peu élevés	1. Non adhérence des collaborateurs à l'idée de l'écologie 2. Non adhérence des collaborateurs au message et à l'image 3. Lassitude des collaborateurs.
Opportunités	Menaces
1. Etendue de notre projet dans des entreprises externes à la Poste 2. Amélioration de l'image de la Poste auprès des clients	1. Mise en place d'affiches et distribution de flyers par d'autres entreprises 2. Suppression des fontaines à eau par la Poste et projet obsolète 3. Croissance de la consommation d'eau en bouteille

Ebauches de solutions

Matière	Gobelet	Carton	Bouteille	Tasse
Accessibilité	Gratuit	Consigne	Payant	-
Sensibilisation	Flyers	Affiche	Brochure	Vidéo
Quantité	Limité	Illimité	-	-

Le tableau ci-dessus donne un aperçu des diverses solutions pouvant se révéler intéressante en vue de la mise en œuvre de notre projet. A cet effet, nous avons sélectionné les solutions qui nous semblaient les plus adéquates.

La **première solution** que nous avons choisie consisterait à ne pas limiter le nombre de gobelets utilisables mais à les rendre payants, ce qui devrait dissuader les gens d'en utiliser plusieurs lors d'une même journée. Pour ce faire, une affiche serait installée pour en informer les collaborateurs.

La **deuxième solution** consisterait aussi à ne pas limiter les gobelets disponibles. Cette fois-ci, les gobelets resteraient également gratuits. Il s'agirait alors tout simplement de sensibiliser les personnes à l'aide d'affiches et de flyers en espérant que ces derniers se montreraient sensibles à notre campagne.

Finalement, la **troisième solution** viserait à remplacer les gobelets par des tasses. La quantité disponible par personne deviendrait alors limitée puisque que les tasses, contrairement aux gobelets, ne seraient pas jetées à la poubelle. De plus, ces tasses seraient payantes. L'information se ferait alors par le biais d'une vidéo.

Cependant, nous savons pertinemment que certaines de ces solutions ne contenteront pas les personnes qui en feront les frais, notamment l'idée de la consigne ou du paiement. D'autres solutions engendreront des frais qui ne sont pas forcément nécessaires,

notamment la réalisation d'une vidéo ou la conception d'une brochure, alors que la création d'affiches et de flyers s'avère bien moins coûteuse et de notre avis tout autant efficace. Quant à l'idée de limiter le nombre de gobelets à disposition, cela n'aurait pour effet que de révolter les collaborateurs, qui auraient alors le sentiment d'être opprimés.

Exigences

Ces exigences sont classées dans l'ordre de leur degré d'importance à nos yeux.

1. Le visuel doit être **accrocheur**.

En effet, un visuel qui attire l'œil, que ce soit par son originalité, par ses couleurs ou par toute autre caractéristique aura bien plus de chances de retenir l'attention qu'une image quelconque. Ce point s'avère être le plus important pour marquer les esprits.

2. La conception doit être **peu coûteuse**.

Effectivement, notre idée de projet n'impliquant pas nécessairement le déploiement de moyens trop onéreux, il serait par conséquent dommage de dépenser trop d'argent là où toute économie financière possible serait la bienvenue.

3. Le message doit être **compréhensible**.

Pour amener les gens à comprendre notre démarche et ce que nous attendons d'eux, il faut faire en sorte que notre message soit clair et précis pour tout le monde.

4. Les supports doivent être **simples d'utilisation**.

De nos jours, il existe énormément de supports différents pour faire passer un message. Chacun d'eux possède ses avantages et ses désavantages. Le but étant de toucher un maximum de personnes, il est primordial de choisir un moyen pratique et simple d'utilisation tant pour les plus jeunes que pour les plus vieux.

Evaluation des ébauches de solutions

Les notes que nous avons attribuées à chaque solution par rapport à chaque exigence sont comprises entre **1**, note la plus faible et **4**, note la plus élevée.

Solutions	Exigences	1	2	3	4	Total
Rouge		1	1	2	1	5
Verte		4	3	2	1	10
Bleue		1	1	2	1	5

Cette évaluation nous a permis de déterminer quelle solution était la plus adaptée à notre projet. Comme le démontre ce tableau, notre choix s'est largement porté sur la **solution verte**, à savoir **gobelet -> gratuit -> flyers -> affiche -> illimité**. Nous avons opté pour cette dernière car c'est elle qui se rapproche le plus des exigences susmentionnées.

3. Planification du projet

Le premier but de notre projet est de sensibiliser les collaborateurs contre le gaspillage des gobelets provenant des fontaines à eau présentes sur leur lieu de travail. Cette sensibilisation, quant à elle, doit être à l'origine de notre second objectif, c'est-à-dire la réduction de la consommation de gobelets.

Pour mettre en place ce projet, nous disposons d'une période de temps limitée. La durée qui nous est accordée pour la réalisation et la finalisation du concept s'élève à quatre mois. Nous avons donc décidé de répartir les différentes étapes de la manière suivante :

Planification du projet	Date
1. Choisir le thème et introduire le projet (Point 1 du journal).	10.11.2014 – 18.11.2014
1. Créer des affiches et des flyers. 2. Sélectionner une affiche et un flyer parmi les différents modèles créés. 3. Procéder à une enquête pour l'analyse des besoins. 4. Rechercher des idées et définir le projet (Point 2 du journal). 5. Planifier le projet (Point 3 du journal).	19.11.2014 – 04.02.2015
Phase 1	
1. Compter les gobelets tous les jours sans moyens de sensibilisation et sans que les collaborateurs ne soient tenus au courant. 2. Répertorier les résultats dans les tableaux pour comparer les chiffres lors de l'analyse.	19.01.2015 – 23.01.2015
Phase 2	
1. Imprimer les affiches et les flyers pour les installer et les distribuer sur les lieux de travail. 2. Compter les gobelets tous les jours sans que les collaborateurs ne soient tenus au courant. 3. Répertorier les résultats dans les tableaux pour comparer les chiffres lors de l'analyse.	09.02.2015 – 13.02.2015
1. Expliquer la mise en œuvre du projet (Point 4 du journal).	04.02.2015 – 01.03.2015
Phase 3	
1. Compter les gobelets tous les jours sans moyens de sensibilisation et sans que les collaborateurs ne soient tenus au courant. 2. Répertorier les résultats dans les tableaux pour comparer les chiffres lors de l'analyse.	02.03.2015 – 06.03.2015
1. Analyser le résultat des phases de test (Point 5 du journal). 2. Etablir le rapport du projet (Point 6 du journal).	07.03.2015 – 15.03.2015
1. Apporter les dernières adaptations au journal suite aux remarques reçues lors de la pré-évaluation du projet.	15.03.2015 – 21.03.2015

La principale tâche à accomplir consiste à atteindre nos objectifs, peu importe que ces derniers soient logistiques, temporels ou financiers. Une bonne collaboration entre les stagiaires, caractérisée par une communication et une organisation de qualité, ainsi que par une répartition des tâches claire et équitable, nous garantira le succès escompté.

Durant ces quatre mois, nous serons probablement confrontés à des problèmes plus ou moins contraignants. Nous pouvons d'ores et déjà en imaginer quelques-uns.

Premièrement, nous allons tester notre concept dans trois unités différentes de la Poste : CarPostal Suisse SA, PostFinance SA et PostLogistics SA. Selon l'unité, l'emplacement et l'accessibilité de la fontaine à eau et la place disponible sur les lieux de travail, nous aurons affaire à des problèmes liés aux règlements en vigueur dans chaque filiale. Nous serons donc peut-être amenés à trouver un arrangement avec nos directeurs respectifs.

Ensuite, afin de créer une affiche qui correspond à nos attentes, nous serons peut-être amenés à nous procurer des images provenant de sites sur Internet. Si tel est le cas, nous aurons l'obligation de citer toutes nos sources et nous ne pourrions certainement pas utiliser tous les résultats de nos recherches. En effet, la loi sur les droits d'auteur entrant naturellement en compte, nous devons y faire particulièrement attention.

Les principales personnes à convaincre de notre idée seront nos différents chefs de filiales. Sans leur accord, nous ne pourrions pas afficher nos visuels, sans lesquels nous ne pourrions pas procéder à la mise en pratique de nos idées. Il est aussi envisageable que le concierge ou les personnes responsables de l'intendance aient leur mot à dire concernant l'affichage de nos visuels.

En ce qui concerne le matériel, si nous ne passons pas par le biais d'une imprimerie pour mettre sur papier nos différents visuels, il sera nécessaire d'acheter du papier et des cartouches d'encre utiles à leur impression. Dans ce cas-là, chacun assumera les coûts nécessaires à l'impression du nombre de flyers à distribuer, ainsi qu'au nombre d'affiches à mettre en évidence dans sa propre filiale. Par contre, si nous contactons une imprimerie, nous n'en choisirons qu'une seule pour imprimer l'ensemble des visuels dont nous aurons besoin. Dans ce cas-là, les coûts seront répartis équitablement entre nous tous.

3.1. Les étapes les plus importantes

Quoi	Délai
Choix du thème et introduction du projet (Point 1 du journal)	18.11.2014
Comptabilisation des gobelets (Phase 1)	23.01.2015
Conception des moyens de sensibilisation	02.02.2014
Adaptation et sélection finale des moyens conçus	04.02.2015
Comptabilisation des gobelets (Phase 2)	13.02.2015
Comptabilisation des gobelets (Phase 3)	06.03.2015
Calculs et rapport du projet (Points 5 et 6 du journal)	15.03.2015
Finalisation et reddition du projet final à myclimate	22.03.2015

3.2. Plan détaillé des tâches

Quoi	Qui	Délai
Choix du thème et introduction du projet (Point 1 du journal)	ASR LC VZ	18.11.2014
Comptabilisation des gobelets (Phase 1)	ASR LC VZ	23.01.2015
Enquête pour l'analyse des besoins	ASR	02.02.2015
Conception des moyens de sensibilisation	LC	02.02.2015
Recherche d'idées et définition du projet (Point 2 du journal) Planification du projet (Point 3 du journal)	ASR LC TB VZ	04.02.2015
Adaptation et sélection finale des moyens de sensibilisation	ASR LC TB VZ	04.02.2015
Impression des affiches et des flyers Distribution des flyers aux collaborateurs Mise en place des affiches dans les filiales	LC VZ	09.02.2015
Comptabilisation des gobelets (Phase 2)	LC VZ	13.02.2015
Mise en œuvre du projet (Point 4 du journal)	ASR LC TB VZ	01.03.2015
Reddition du projet en cours au Centre de Formation de La Poste	LC	06.03.2015
Comptabilisation des gobelets (Phase 3)	LC	06.03.2015
Calculs (Point 5 du journal) Rapport du projet (Point 6 du journal)	ASR LC TB VZ	15.03.2015
Finalisation du projet	ASR LC TB VZ	21.03.2015
Dernière relecture du journal Reddition du projet final à myclimate	LC	22.03.2015

4. Mise en œuvre concrète

Afin de mettre concrètement en œuvre notre projet, nous avons pris la décision d'utiliser des supports visuels. Plusieurs solutions s'avéraient donc envisageables, de la création de flyers et d'affiches à la réalisation d'une vidéo en passant par la conception de brochures. Après mûre réflexion, nous avons choisi d'opter pour les flyers et les affiches. Dans la mesure où le message que nous voulions faire passer était très clair, nous nous sommes dit qu'il n'était pas nécessaire d'avoir recours à des moyens trop complexes. C'est pour cela que nous sommes partis pour la solution la plus simple et la moins coûteuse. Après tout, puisque nous essayons de lutter contre le gaspillage, il est aussi important d'éviter de gaspiller trop de ressources afin d'y parvenir.

Une fois ce choix effectué, il était donc temps de passer à la création des divers supports visuels utiles à notre démarche. Avant toute chose, il fallait commencer par imaginer ce à quoi pourraient ressembler nos affiches et nos flyers, de manière à amasser un maximum d'idées à représenter. Dans l'idéal, nous souhaitions créer quelque chose sans avoir recours à une aide extérieure. Nous voulions par exemple éviter d'utiliser des images ou photos trouvées sur internet, non seulement parce qu'elles auraient fait l'objet de droits d'auteurs, mais aussi parce que nous voulions avoir la fierté d'avoir mis sur papier nos propres idées. En-dehors d'images représentant nos buts et nos idées, nous devions également trouver un message ou slogan compréhensible et accrocheur, tout en pensant également à inclure les dates durant lesquelles nous souhaitions sensibiliser nos collaborateurs.

Ces deux derniers points n'ont pas été trop compliqués à déterminer. Nous savions durant quelle semaine nous voulions effectuer notre phase de test à l'aide des moyens conçus, et nous trouvions que le titre du projet résumait parfaitement l'objectif que l'on fixait, tout en possédant les caractéristiques d'un slogan accrocheur. Le plus difficile a donc été de créer des images pour accompagner le texte. Il a fallu prendre beaucoup de photos afin d'avoir un maximum de possibilités de visuels. Ensuite, pour véritablement se rendre compte de l'intérêt réel de chaque photo, il fallait aller jusqu'au bout de chacune des conceptions. A ce stade, certains visuels ont été éliminés d'office, d'autres ont été retenus sans hésitations tandis que quelques-uns ont eu droit au bénéfice du doute, car ils possédaient un potentiel que l'on pensait pouvoir peut-être exploiter par la suite. Entre-temps, d'autres idées nous venaient en tête, ce qui nous permettait d'avoir une bonne base de visuels différents avant de procéder à notre sélection finale. De la première idée à représenter au choix final des visuels, il se sera écoulé un peu plus de trois semaines. Vous trouverez dans les prochaines pages de ce point 4 des images de l'affiche et du flyer sélectionnés, en version informatique et en version papier. De plus, d'autres idées de visuels sont également visibles dans les annexes, à la fin du présent document.

Une fois la conception achevée, il ne restait plus qu'à procéder aux différentes phases de test. Nous avons pour volonté de procéder à au moins deux phases différentes et en fonction du temps à notre disposition, nous envisagions de rajouter une troisième phase après les deux premières. Par souci de régularité, nous avons fait en sorte que toutes les phases soient séparées par le même nombre de semaines. La Phase 2, phase principale de notre projet, a donc été agendée à la semaine du 9 février 2015. Par conséquent, la Phase 1 et la Phase 3 ont été fixées respectivement deux semaines avant et deux semaines après cette dernière. Le tableau ci-dessous résume la planification des semaines de comptabilisation des gobelets.

Comptabilisation des gobelets	Semaine
Phase 1	19.01.2015 – 23.01.2015
Phase 2	09.02.2015 – 13.02.2015
Phase 3	02.03.2015 – 06.03.2015

La **Phase 1** consistait à compter les gobelets chaque matin et chaque soir, sans moyens de sensibilisation et sans que nos collègues ne s'en rendent compte. Cette première phase devait nous permettre d'amasser des premiers chiffres, utiles pour calculer la réduction de consommation des gobelets grâce à nos affiches et nos flyers par la suite.

La **Phase 2**, la plus importante, visait dans un premier temps à mettre en place nos affiches et à distribuer nos flyers au sein de nos filiales respectives. Dans un second temps, il s'agissait à nouveau de comptabiliser les gobelets en début et fin de journée, de manière à pouvoir comparer les résultats obtenus à ceux calculés deux semaines plus tôt.

La **Phase 3** s'est déroulée de la même manière que la Phase 1. La seule différence étant que cette fois, nous ne recherchions pas à avoir un premier aperçu de la situation avant d'installer notre concept, mais à voir si la période de sensibilisation avait porté ses fruits ou si deux semaines après cette dernière, les mauvaises habitudes étaient déjà de retour.

Version papier du flyer sélectionné



Version informatique du flyer sélectionné

SENSIBILISATION
Un gobelet par jour...
Un objectif de tous les jours !

09.02.2015 - 14.02.2015

Version papier de l'affiche sélectionnée



Version papier de l'affiche sélectionnée



Version informatique de l'affiche sélectionnée.

SENSIBILISATION

Un gobelet par jour...

Un objectif de tous les jours !



09.02.2015 - 14.02.2015

5. Calculs

Comptabilisation des gobelets à CarPostal Suisse SA, 1951 Sion (Phase 1)

Semaine de comptabilisation : 19 janvier 2015 au 23 janvier 2015

Moyens de sensibilisation utilisés : Aucuns

Nombre de collaborateurs touchés : 29

Jour	Bureau 1	Bureau 2	Bureau 3	Bureau 4	Bureau 5	Bureau 6	Bureau 7	Total
Lundi	1	6	3	6	3	2	1	22
Mardi	1	2	2	3	4	3	1	16
Mercredi	1	4	0	4	3	2	0	14
Jeudi	1	1	1	6	3	3	0	15
Vendredi	1	3	0	2	3	3	1	13

Nombre de fontaines à eau exploitées : 2

Jour	Fontaine à eau du couloir			Fontaine à eau de la réception		
	Matin	Soir	Utilisés	Matin	Soir	Utilisés
Lundi	52	38	14	59	46	13
Mardi	38	29	9	46	37	9
Mercredi	29	22	7	37	28	9
Jeudi	22	13	9	28	18	10
Vendredi	13	8	4	18	10	8
Semaine	-	-	44	-	-	49

Résultats :

Jour	Collaborateurs	Gobelets à utiliser	Gobelets utilisés
Lundi	22	22	27
Mardi	16	16	18
Mercredi	14	14	16
Jeudi	15	15	19
Vendredi	13	13	13
Semaine	-	80	93

Durant cette première phase de test, effectuée sans moyens de sensibilisation, nous pouvons constater que durant 4 jours, du lundi au jeudi, la consommation de gobelets a dépassé la moyenne d'un gobelet par personne. Seul le vendredi fait exception à la règle, mais de justesse puisque le nombre de gobelets utilisés coïncide au nombre de gobelets à utiliser. Au final, nous dénombrons un total de 13 gobelets gaspillés en 5 jours. Cette première semaine de test démontre donc tout l'intérêt de notre projet.

Comptabilisation des gobelets à CarPostal Suisse SA, 1951 Sion (Phase 2)

Semaine de comptabilisation : 9 février 2015 au 13 février 2015

Moyens de sensibilisation utilisés : 1 affiche par fontaine à eau
1 flyer par collaborateur

Nombre de collaborateurs touchés : 25

Jour	Bureau 1	Bureau 2	Bureau 3	Bureau 4	Bureau 5	Bureau 6	Bureau 7	Total
Lundi	1	5	3	6	2	2	0	19
Mardi	1	5	3	3	3	2	1	18
Mercredi	1	2	0	4	4	2	0	13
Jeudi	1	3	2	3	3	2	0	14
Vendredi	1	3	2	3	3	1	0	13

Nombre de fontaines à eau exploitées : 2

Jour	Fontaine à eau du couloir			Fontaine à eau de la réception		
	Matin	Soir	Utilisés	Matin	Soir	Utilisés
Lundi	41	31	10	48	42	6
Mardi	31	28	3	42	27	15
Mercredi	28	20	8	27	24	3
Jeudi	20	18	2	24	17	7
Vendredi	18	16	2	17	11	6
Semaine	-	-	25	-	-	37

Résultats :

Jour	Collaborateurs	Gobelets à utiliser	Gobelets utilisés
Lundi	19	19	16
Mardi	18	18	18
Mercredi	13	13	11
Jeudi	14	14	9
Vendredi	13	13	8
Semaine	-	77	62

Durant cette seconde phase de test, effectuée après la mise en place des affiches créées et la distribution des flyers conçus, nous pouvons constater que la moyenne d'un gobelet par personne a été respectée durant toute la semaine. Ceci marque déjà un grand progrès en comparaison à la première semaine de test. Qui plus est, en lieu et place des 13 gobelets utilisés en trop 2 semaines plus tôt, nous nous retrouvons cette fois-ci avec une économie de 15 gobelets. Nous pouvons donc en conclure que les collaborateurs ont été sensibles à notre campagne et nous ne pouvons qu'espérer que cela continuera à l'avenir.

Comptabilisation des gobelets à CarPostal Suisse SA, 1951 Sion (Phase 3)

Semaine de comptabilisation : 2 mars 2015 au 6 mars 2015

Moyens de sensibilisation utilisés : Aucuns

Nombre de collaborateurs touchés : 28

Jour	Bureau 1	Bureau 2	Bureau 3	Bureau 4	Bureau 5	Bureau 6	Bureau 7	Total
Lundi	1	4	3	6	1	2	1	18
Mardi	1	4	3	2	2	2	1	15
Mercredi	0	3	1	4	3	2	0	13
Jeudi	1	3	2	8	5	3	0	22
Vendredi	1	1	0	3	3	2	0	10

Nombre de fontaines à eau exploitées : 2

Jour	Fontaine à eau du couloir			Fontaine à eau de la réception		
	Matin	Soir	Utilisés	Matin	Soir	Utilisés
Lundi	32	26	6	55	46	9
Mardi	26	22	4	46	40	6
Mercredi	22	16	6	40	37	3
Jeudi	16	11	5	37	29	8
Vendredi	11	8	3	29	26	3
Semaine	-	-	24	-	-	29

Résultats :

Jour	Collaborateurs	Gobelets à utiliser	Gobelets utilisés
Lundi	18	18	15
Mardi	15	15	10
Mercredi	13	13	9
Jeudi	22	22	13
Vendredi	10	10	6
Semaine	-	78	53

Durant cette troisième et dernière phase de test, effectuée sans moyens de sensibilisation, nous pouvons constater que la moyenne d'un gobelet par personne a de nouveau été respectée durant toute la semaine. Qui plus est, la différence entre le nombre de gobelets qui auraient dû être utilisés en théorie et le nombre de gobelets réellement utilisés est encore plus élevée que durant la phase 2. En effet, alors que 13 gobelets avaient été économisés il y a 2 semaines, 25 gobelets l'ont été cette fois-ci. Ceci démontre que notre projet semble avoir porté ses fruits au-delà de la semaine de sensibilisation. Il est même possible que certaines personnes utilisent un seul et même gobelet durant plusieurs jours.

Comptabilisation des gobelets à PostFinance SA, 1400 Yverdon-Les-Bains (Phase 1)

Semaine de comptabilisation : 19 janvier 2015 au 23 janvier 2015

Moyens de sensibilisation utilisés : Aucuns

Nombre de collaborateurs touchés : 8

Participant	Taux d'activité	Présence	Gobelets à utiliser
Responsable	100%	5 jours	5
Conseiller financier 1	100%	5 jours	5
Conseiller financier 2	90%	4 jours	4
Conseiller hypothécaire	90%	4 jours	4
Conseillère hypothécaire	80%	4 jours	4
Conseillère financière 1	50%	2.5 jours	2.5
Conseillère financière 2	50%	2.5 jours	2.5
Stagiaire	100%	5 jours	5
Total	-	-	32

Nombre de fontaines à eau exploitées : 1

Pour effectuer l'analyse, nous avons décidé d'utiliser uniquement une fontaine à eau. La raison pour laquelle nous n'en utilisons qu'une vient du fait que la fontaine à eau qui se trouve à l'accueil est également exploitée par les clients. En conséquence, le calcul ne peut pas être effectué car les résultats seront faussés en raison de l'utilisation des gobelets par des personnes externes à l'entreprise.

Résultats :

Jour	Gobelets à 09h00	Gobelets à 18h00	Gobelets utilisés
Lundi	50	40	10
Mardi	50	39	11
Mercredi	50	36	14
Jeudi	50	34	16
Vendredi	50	40	10
Semaine	-	-	61

Après avoir comptabilisé les gobelets durant une semaine entière chaque matin à 09h00 et chaque fin de journée à 18h00, nous pouvons constater que 61 gobelets ont été utilisés par les participants. On compte donc une moyenne de $(61/32 = 1.91)$, ce qui fait approximativement 2 gobelets par jour par collaborateur. Ce résultat démontre une surconsommation, certes minime sur une semaine, mais qui peut devenir très importante sur une année et qui affecte le gaspillage des gobelets en plastique. Par conséquent, nous pouvons considérer que les premiers chiffres que nous avons récoltés ne font que renforcer l'importance de notre projet

Comptabilisation des gobelets à PostFinance SA, 1400 Yverdon-les-Bains (Phase 2)

Semaine de comptabilisation : 9 février 2015 au 13 février 2015

Moyens de sensibilisation utilisés : 1 affiche par fontaine à eau
1 flyer par collaborateur

Nombre de collaborateurs touchés : 8

Participant	Taux d'activité	Présence	Gobelets à utiliser
Responsable	100%	5 jours	5
Conseiller financier 1	100%	5 jours	5
Conseiller financier 2	90%	4 jours	4
Conseiller hypothécaire	90%	4 jours	4
Conseillère hypothécaire	80%	4 jours	4
Conseillère financière 1	50%	2.5 jours	2.5
Conseillère financière 2	50%	2.5 jours	2.5
Stagiaire	100%	5 jours	5
Total	-	-	32

Nombre de fontaines à eau exploitées : 1

Pour effectuer l'analyse, nous avons décidé d'utiliser uniquement une fontaine à eau. La raison pour laquelle nous n'en utilisons qu'une vient du fait que la fontaine à eau qui se trouve à l'accueil est également exploitée par les clients. En conséquence, le calcul ne peut être effectué car les résultats seront faussés, en raison de l'utilisation des gobelets par les collaborateurs mais aussi par les clients.

Résultats :

Jour	Gobelets à 09h00	Gobelets à 18h00	Gobelets utilisés
Lundi	50	45	5
Mardi	50	43	7
Mercredi	50	43	7
Jeudi	50	42	8
Vendredi	50	42	8
Semaine	-	-	35

Le nombre de gobelets gaspillés en une semaine par 8 collaborateurs est de 35. Si l'on divise le nombre (35) de gobelets gaspillés cette semaine par le nombre (32) de gobelets que gaspillerait un collaborateur en une semaine en fonction de son taux d'activité, on arrive à une moyenne d'un peu plus d'un gobelet par jour. Cela démontre que les collaborateurs ont été sensibles à l'affiche mise en place devant la fontaine à eau et aux flyers distribués. En conclusion, notre projet a eu un assez grand impact concernant la réduction de la consommation des gobelets en plastique, qui est notre objectif principal.

Comptabilisation des gobelets à PostLogistics SA, 1951 Sion (Phase 1)

Semaine de comptabilisation : 19 janvier 2015 au 23 janvier 2015

Moyens de sensibilisation utilisés : Aucuns

Nombre de collaborateurs touchés : 19

Nombre de fontaines à eau exploitées : 1

Résultats :

Jour	Collaborateurs	Gobelets à utiliser	Gobelets utilisés
Lundi	18	18	6
Mardi	19	19	5
Mercredi	17	17	7
Jeudi	18	18	4
Vendredi	19	19	3
Semaine	-	91	34

Ce tableau nous démontre que la consommation de gobelets est très minime au sein de la filiale PostLogistics SA de Sion. Par conséquent, nous avons jugé à l'unanimité qu'une seconde phase de test, effectuée à l'aide des moyens de sensibilisation conçus, ne s'avérerait d'aucune utilité puisque la moyenne d'un gobelet par jour par personne est ici déjà totalement respectée.

Il existe plusieurs raisons pouvant expliquer les chiffres récoltés durant cette première période de test.

Premièrement, les facteurs ne sont pas présents dans les locaux durant la journée car ils sont en distribution à l'extérieur toute la journée. Par conséquent, le nombre de gobelets utilisés s'en trouve logiquement affecté. Ces chiffres ne sont par conséquent pas très surprenants. Pour pouvoir bénéficier de chiffres plus réalistes, il aurait fallu pouvoir compter les gobelets non seulement après le départ des facteurs le matin mais également après leur retour le soir. Malheureusement, les heures de travail ne permettaient pas d'être présent à ces deux moments de la journée.

Deuxièmement, cette première phase de test s'est déroulée en période hivernale. Les facteurs passent donc toute la journée au froid à l'extérieur, ce qui implique qu'ils n'ont pas forcément envie de boire un verre d'eau froide à leur retour à la base. Ils auront au contraire plutôt tendance à boire un café ou du thé chaud.

Ceci nous amène finalement à la dernière raison, puisque nous avons constaté que les facteurs boivent bien plus facilement du café que de l'eau. Si nous avions disposé d'un peu plus de temps, nous aurions pu inclure les gobelets à café dans notre projet. Effectivement, pendant la phase d'observation, nous avons remarqué que ces derniers consommaient au minimum un café par jour, soit avant de partir en tournée soit après en être revenu.

6. Rapport du projet

6.1. Rétrospective

Au regard des statistiques que nous avons pu récolter et des résultats que nous avons obtenus, nous pouvons considérer que notre objectif a été atteint avec succès. En effet, nous constatons que la filiale de PostFinance a largement diminué sa consommation de gobelets en plastique puisque les chiffres nous indiquent une réduction de presque 50%. De même, le groupe CarPostal à Sion a diminué sa consommation de gobelets en plastique à hauteur d'environ 30%. Nous déduisons par ces chiffres que CarPostal a fait le double de notre objectif (30% par rapport à 15%) et que PostFinance a fait plus du triple (50% au lieu de 15%).

Les grandes lignes de notre projet ont été réalisées comme nous l'avions prévu. Cependant, quelques imprévus nous ont posé des difficultés que nous nous sommes efforcés de gérer en coopérant de manière très efficace. Nous avons également dû prendre en compte certains détails qui nous avaient échappés lors de la mise en place de notre plan d'action, ce qui a légèrement compliqué notre travail.

Parmi les difficultés que nous avons rencontrées, l'une d'elles était liée au temps mis à notre disposition. Ce manque de temps nous a forcés à effectuer des phases de tests de courtes durées. En effet, ces périodes de test ont été effectuées sur des périodes d'une semaine, qui plus est durant le mois de février et donc en plein hiver. Par conséquent, les résultats que nous avons obtenus ne reflètent peut-être pas entièrement la réalité et auraient pu être bien différents si ce projet s'était déroulé en plein été. A ce moment-là de l'année, les gens auraient certainement été bien plus attirés par de l'eau fraîche que par des boissons chaudes.

Dans la continuité du problème susmentionné, nous avons dû faire en sorte de trouver le temps nécessaire en-dehors des heures de travail de manière à pouvoir avancer régulièrement dans la réalisation de notre projet. De plus, ayant eu très peu de cours pour pouvoir travailler ensemble sur notre projet, nous avons été contraints d'actualiser chacun à notre tour le journal de projet. Ceci implique que nous avons dû coopérer par échanges de mails afin de faire part aux autres membres du groupe des modifications que nous avons apporté au document. Fort heureusement, nous nous sommes montrés très organisés, ce qui nous a permis de tenir tous les délais que nous nous étions fixés.

Viennent ensuite des problèmes moins généraux mais plus spécifiques aux différentes unités dans lesquels nous œuvrons.

Au sein de PostLogistics SA à Sion, nous avons été confrontés à la dure réalité de la première phase de test. En effet, les résultats de la Phase 1 ayant été tout sauf concluants, nous avons été contraints d'en rester là et de ne pas installer notre concept dans cette filiale par la suite, comme cela était prévu au départ. Ceci nous démontre que notre projet n'est effectivement pas adapté à tous les organes de la Poste.

Au sein de CarPostal Suisse SA à Sion, le principal problème a résidé dans les horaires de travail des collaborateurs. Les taux d'activité sont effectivement très variés et un certain nombre de collaborateurs travaillent régulièrement sur le terrain ou dans d'autres régions.

Il se peut donc qu'une personne ne soit dans les locaux qu'une demi-journée ou même seulement quelques heures. Les différentes régions travaillant en étroite collaboration, la filiale de Sion accueille également certains jours des collaborateurs d'autres filiales. Qui plus est, les jours de présence et d'absence des collaborateurs, qu'ils soient de la filiale de Sion ou d'une autre filiale, peuvent varier d'une semaine à une autre. A la différence de Postfinance SA à Yverdon-les-Bains, où la situation est plus stable, il est donc presque impossible de prévoir à l'avance qui sera là tel ou tel jour et combien de temps. Tout ça a forcément pu influencer les résultats d'une manière ou d'une autre. Il était par exemple nécessaire de compter comme présente une personne qui ne restait qu'une heure, car cette dernière était quand même susceptible de boire même si cela paraissait parfois peu probable.

Pour la plupart de ces difficultés, nous n'avons malheureusement pas pu bénéficier d'aide puisque personne ne pouvait rien y faire. Notre collaboration au sein du groupe a par conséquent été très importante durant toute la durée de ce projet. Même quand cela aurait été possible, nous n'avons pas demandé de l'aide à des personnes externes. Cela renforce donc notre satisfaction quant au résultat du travail que nous avons réalisé.

En conclusion, nous sommes donc plutôt satisfaits de nos résultats. Cependant, il aurait été très intéressant de disposer d'un peu plus de temps. Ceci nous aurait donné la possibilité de pouvoir procéder à des périodes de test plus longues. Nous aurions également pu installer notre concept ailleurs afin de toucher un plus grand nombre de personnes. Finalement, nous aurions pu englober d'autres sortes de gobelets dans notre projet, tels que les gobelets à café.

6.2. Prises de conscience

Notre projet est à la base une idée très basique qui semble être très simple dans sa conception et sa réalisation mais qui demande tout de même du temps, de la réflexion et beaucoup de travail. C'est pourquoi nous avons pris conscience que la réalisation d'un projet demande un grand investissement de tous les acteurs qui y prennent part. Nous avons également appris à surmonter et à gérer les différents problèmes qui pouvaient survenir durant les différentes périodes que nous avons traversées durant ces quatre mois. Notre projet nous a également fait prendre conscience du fait qu'une petite installation telle que des affiches et des flyers peuvent avoir un très grand impact à long terme sur le maintien des ressources naturelles et la préservation de la nature.

Nous allons donc retenir de cette expérience qu'il faut être organisé et qu'il est important de bien définir les objectifs dès le départ, faute de quoi un projet aura de la peine à aboutir. Les tâches doivent également être bien planifiées et réparties entre les différents acteurs. Par conséquent, une bonne communication au sein du groupe est impérative.

6.3. Perspectives

Il est difficile de prédire l'avenir de notre projet. Toutefois, ce qui est certain, c'est que ce projet nous amènera à faire plus attention à nos gestes du quotidien, qu'ils concernent des gobelets, du papier ou quoi que ce soit d'autre. Partout où nous irons, nous comptons également bien continuer à sensibiliser les gens contre ce genre d'actions, en espérant pouvoir en convaincre un maximum rien que par la parole.

7. Annexes



SENSIBILISATION

09.02.2015 - 14.02.2015



Un gobelet par jour...

Un objectif de tous les jours !

