Green Communication Hospitalière : une stratégie DD intégrée et mobilisatrice

Sanitaire et Médico-social

Date de publication : 11 décembre 2025

Généralités

Objectif :

Créer une culture RSE hospitalière durable, partagée et incarnée, pour rendre visible, compréhensible et mobilisatrice la transition écologique dans un établissement de santé mais aussi entraîner la mobilisation des partenaires du territoire.

Le Centre Hospitalier de Cannes - Simone Veil s'est doté d'une politique de communication dédiée au développement durable, structurée, continue et multi-canaux. Un mot d'ordre : pas 1 semaine sans com RSE !
Objectifs :
- Connecter l'identité hospitalière aux enjeux RSE et à la transition écologique ;
valoriser les actions DD existantes et en cours ;
- Diffuser une culture RSE partagée par les 2 000 professionnels
- Donner de la visibilité aux résultats concrets des actions (THQSE Or, réduction des consommations d'énergie, d'eau, d'émissions carbone...) pour valoriser les actions et les équipes.
- Engager les équipes autour d'une dynamique positive par l'organisation de nombreux challenges mobilisateurs (Challenge Happy Carbone, Initiatives durables, Vel'Hôpital...)
- Diffuser la culture DD en santé sur le territoire : soirées santé environnementale avec la CPTS, ciné-débat pour la population avec la ville de Cannes...

Cette stratégie repose sur 12 outils complémentaires : communication DD dans la News interne hebdomadaire (utiliser toutes les opportunités de l'actu pour faire quelques lignes !), vidéos sur des thématiques DD, quizz (le ludique c'est pédagogique !), organisation de challenges, de conférences, frise DD (la marche en avant des actions !), mascotte (le colibri), réseaux sociaux, webinaires, page dédiée sur le site web, signatures mail THQSE et depuis janv 2025 nouveau logo CH Cannes Simone VEIL #engagé durablement.

Une politique d'intégration de la transition écologique dans la communication institutionnelle qui en positionne les enjeux et permet de sensibiliser, mobiliser et fidéliser les professionnels comme les usagers.

Etapes de mise en oeuvre
- Diagnostic des actions DD existantes et cartographie interne.
- Création d'une ligne éditoriale "DD en action".
- Déploiement d'outils variés : vidéos, newsletter, quizz, conférences, événements...

1. Lancement du Green Club en 2010 (courtes news DD diffusées en interne par mail pour acculturer)
2. Recueil des initiatives terrain + valorisation continue
3. Création de 'points de repère' : frise chronologique DD, mascotte DD
4. Intégration du DD dans la communication institutionnelle et RH
5. Évaluation des impacts sociaux / culturels / environnementaux
6. Révision de cette politique de communication au regard des enjeux, des actions phares.

Essaimage

Les principaux leviers

- Une ligne éditoriale claire.
- Un référent communication + un référent DD.
- Une communauté interne type "Green Club".

Les principaux freins

- Manque de temps des équipes.
- Difficulté à collecter les initiatives terrain.
- Nécessité d'un soutien fort de la direction.

- Des formats courts et motivants (capsules vidéos courtes, quizz, challenges).

Témoignages

> *La communication DD du CH Cannes est devenue un véritable moteur de mobilisation interne. Chaque professionnel voit que la transition écologique est concrète, mesurable et valorisée.*
>
> **Jean-Mathieu DEFOUR, Directeur**

> *Les outils mis en place permettent d'impliquer les équipes sur des sujets parfois complexes. Le Green Club, les vidéos et les challenges créent une dynamique positive et fédératrice.*
>
> **Catherine BAUDOUIN, Cadre de pôle**

Contact

Une question ? Besoin d'informations ? Contacter l'établissement :

g.martina@ch-cannes.com

L'établissement

Date de mise en œuvre : 1 janvier 2010

Durée du projet : 18 mois

Hôpital de Cannes 06400

Type de structure : Sanitaire et Médico-social / Public

Obligation réglementaire : Oui

Obligations liées au BEGES, au décret tertiaire, à la loi Agec, aux plans nationaux santé-environnement.

Déclenchement
- Volonté d'aligner la communication institutionnelle sur le projet DD de l'établissement et sur les résultats obtenus (THQSE Or, baisse énergie). - Besoin de donner du sens et d'impliquer les équipes.

Les ressources

Temps

Du temps de communication réparti sur l'année.

Peu

Personnel (équipe projet, déploiement...)

Chargée de communication, référente DD, services métiers contributeurs.

Peu

Des compétences en interne

Communication, graphisme, animation d'événements, montage vidéo.

A considérer

Des compétences externes (prestations externes)

Aucune indispensable - la stratégie repose à 95 % sur les ressources internes.

Peu

Des équipements, du matériel

Matériel photo/vidéo, outils numériques internes.

A considérer

La mise en oeuvre

Facilité de mise en oeuvre

9/10

Remplace une pratique existante

Des financements (internes et externes)

Très limités, principalement du temps homme : faible coût + fort impact.

Peu

Parties prenantes associées

- ☑ Direction
- ☑ Administration
- ☑ Services techniques
- ☑ Professionnels
- ☑ Bénéficiaires
- ☑ Tutelles
- ☑ Autres : Professionnels de tous les pôles, CME, Instances, IFSI, Communication, Référente DD

Conditions de succès

Projet inscrit dans la politique de l'établissement

Rattaché au projet de développement durable ainsi qu'au pilotage Comité développement durable

Les impacts

Sur l'environnement : Impacts positifs

Diffusion massive des BP et des éco-gestes = accélération de l'adhésion des services aux actions DD = baisse mesurable des consommations (sur 10 ans : –30 % conso énergie , –20 % émissions carbone.

Sur les professionnels : Impacts positifs

Forte mobilisation interne (Green Club, challenges, journées DD).
Valorisation des initiatives métiers.
Sentiment d'appartenance renforcé autour d'une dynamique positive.
Intégration du DD comme argument d'attractivité RH (recrutement)

Sur les usagers : Impacts positifs

Information claire sur les initiatives DD (maternité THQSE Or, démarches de tri des déchets, alimentation durable, green bloc…).
Meilleure perception de l'hôpital en tant qu'acteur responsable sur le territoire.

Sur l'organisation : Impacts positifs

Décloisonnement des services via des projets transversaux.
Gouvernance DD renforcée.
Standardisation d'une communication DD reproductible.

Sur le médico-économique : Impacts positifs

Réussite de projets à impact financier positif (ex: -20 K€/an pour le tri des déchets au bloc).
Plus difficile d'apprécier l'impact direct sur la notoriété mais les usagers sont sensibles à cette démarche.