



NOUS faisons bouger
les Lignes Normandes



Vidéos métiers

Série « Toujours en train »

Le contexte

En 2019, la Région Normandie (Autorité Organisatrice) a repris la compétence des trains Intercités, reprenant ainsi la gouvernance de l'ensemble des trains Normands. En parallèle la Région a décidé d'investir massivement dans le ferroviaire en finançant le renouvellement du matériel roulant et des infrastructures de maintenance. C'est le renouveau du ferroviaire en Normandie.

Depuis 2022, la qualité de service est en nette amélioration entraînant un plébiscite du train avec une fréquentation en hausse constante.

En effet, l'arrivée des nouveaux trains, la performance des nouvelles installations de maintenance et la mobilisation de l'ensemble des équipes SNCF Voyageurs des Lignes Normandes ont permis d'atteindre près de 93% de taux de ponctualité (+ 4% vs 2019) et + de 92% de satisfaction clients sur le service (+10% vs 2020). Forte de ces bons résultats, la Région Normandie a renouvelé sa confiance dans les équipes de SNCF Voyageurs en signant une nouvelle convention d'exploitation pour 10 années supplémentaires.

En parallèle, avec des objectifs de recrutement d'environ 200 postes sur l'année 2024, SNCF Voyageurs s'impose comme un employeur majeur du territoire.

La problématique de communication

Malgré les bons résultats de qualité de service, salués par nos clients eux-mêmes, la notoriété auprès des cibles externes de SNCF Voyageurs Lignes Normandes (hors clients) n'est pas à la hauteur. SNCF Voyageurs Lignes Normandes souhaite casser les idées reçues négatives qui peuvent parfois encore persister au sujet des trains normands (vieux, en retard) et faire venir toujours plus de normands au train en montrant un mode de transport fiable et performant, des équipes mobilisées au service de leurs clients, une entreprise innovante, incontournable sur le territoire normand.

De plus, avec un potentiel de recrutement important en 2024 (près de 200), SNCF Voyageurs a souhaité montrer toutes les facettes de ses métiers, notamment ceux en tension pour attirer de nouveaux talents.

Afin de répondre à ces problématiques et aux enjeux de recrutement de l'année, le service communication de SNCF Voyageurs Lignes Normandes a eu l'idée de réaliser une série de cinq vidéos intitulées : « Toujours en train ».

Les cibles

Les potentiels candidats, les médias, les directeurs d'entreprises et acteurs économiques, les élus, les institutionnels, nos clients voyageurs, les normands/touristes, les citoyens.

Le concept / l'idée

À travers une série de 5 vidéos, « Toujours en train », les équipes communication ont souhaité valoriser :

- Les métiers en tension, les besoins de recrutement,
- Des métiers passion,
- Les coulisses du ferroviaire,
- L'engagement des agents pour produire un service de qualité à ses clients voyageurs et aux normands en particulier,
- Une entreprise qu'on a envie de rejoindre

En parallèle, ces vidéos permettent à SNCF Voyageurs Lignes Normandes de passer quelques messages secondaires, de faire évoluer les mentalités, casser les idées reçues négatives sur l'entreprise (non innovante, lourde, non moderne, qui ne fonctionne pas...). L'enjeu est de montrer une entreprise dynamique qui donne envie de postuler.

Dans la vidéo, un agent est suivi sur l'ensemble de ses missions pendant une journée type, en mode « caméra embarquée ». Une vidéaste l'accompagne dans ses missions pour tenir la caméra et interagir avec lui. L'agent, grâce aux interactions avec la vidéaste, externe à l'entreprise, peut valoriser les différentes facettes de son métier, le mettre en lumière tout en montrant les coulisses du ferroviaire.

Pourquoi « Toujours en train » ?

- Valoriser le côté écologique du train, la décarbonation de la mobilité
- Nos métiers ont tous le même objectif : produire du train
- Le jeu de mot en train pour entrain/ en mouvement, avec une tonalité positive

Pour la réalisation de cette vidéo, nous avons fait choisir de faire appel à Julie Lebailly, vidéaste normande installée à Bernières-sur-Mer et ce pour plusieurs raisons. Grâce à son naturel Julie a su mettre à l'aise les agents SNCF Voyageurs sélectionnés, non habitués des caméras, lors des phases de préparation et lors des tournages. Son professionnalisme et approche d'ancienne journaliste a également permis de préparer et de mener avec fluidité les questions lors des tournages.

La stratégie de communication et les actions mises en place

Les acteurs des vidéos sont des femmes et hommes (mixité) exerçant leurs missions sur des zones géographiques différentes de la Normandie et valorisent ainsi chacun un territoire :

- Un agent de maintenance de Sotteville-lès-Rouen (76),
- Une cheffe d'escale en gare de Vernon-Giverny (27)
- Un chef de bord, Paris Saint-Lazare (75),
- Une conductrice de train, Caen (14)
- Un opérateur mouvement, Granville (50)

Ces vidéos ont été diffusées progressivement depuis septembre et jusqu'en novembre en sponsoring TV sur BFM Normandie durant deux semaines du mois de septembre et octobre, puis sur les réseaux sociaux de SNCF Voyageurs Lignes Normandes, compte du directeur régional, réseaux sociaux SNCF Nomad train et par les agents eux-mêmes.

Les supports développés, leurs descriptions et résultats

Vidéos

2 formats réalisés :

- Format long : 1.30mn
- Format spot : 20 secondes (diffusion prévue à compter de décembre 2024)

Diffusion :

- + TV – sponsorship BFM Normandie, diffusion en écran publicitaire TV
 - 2 périodes du 9 au 18 septembre puis du 23 septembre au 2 octobre
 - 5 diffusions par jour dont 3 spots dans les tranches de direct antenne soit 100 diffusions
 - nombre de contacts estimé 252500 individus 15+, en TV
- + Réseaux sociaux :
 - Darkpost Facebook BFM Normandie (sponsorisation) :
 - 415 530K impressions / 77 536 vidéos vues / 1618 clics
 - LinkedIn :
 - Compte de marque – SNCF Voyageurs Lignes Normandes :
 - Episode 1 : 5 602 impressions / 558 engagements
 - Episode 2 : 8 674 impressions / 1 061 engagements
 - Episode 3 : 3 792 impressions / 484 engagements
 - Episode 4 : 2 112 impressions / 215 engagements
 - Episode 5 : 1 662 impressions / 190 engagements
 - X : Compte de Grégoire Forgeot d'Arc, Directeur Régional Lignes Normandes et coordinateur du Groupe SNCF en Normandie :
 - Episode 1 : 28,2K vues / 49 likes/ 12 reposts
 - Episode 2 : 11.7K vues / 77 likes/ 22 reposts
 - Episode 3 : 2 527 vues / 42 Likes/ 7 reposts
 - Episode 4 : 2 094 vues / 35 likes/ 3 reposts
 - Episode 5 : pas encore posté
 - X : SNCF Nomad train
 - Episode 1 : 1888 vues
 - Episode 2 : 1920 vues
 - Episode 3 : 1233 vues
 - Episode 4 : 1211 vues
 - Episode 5 : 1933 vues
 - YouTube : Compte SNCF Voyageurs Lignes Normandes : 66 abonnés
 - Episode 1 : 725 vues / 15 likes
 - Episode 2 : 2 100 vues / 87 likes
 - Episode 3 : 941 vues / 32 likes
 - Episode 4 : 687 vues / 21 likes
 - Episode 5 : 357 vues/ 10 likes