

Architectes du réseau Les nouveaux chemins de Normandie 2025

Catégorie : Edition



Contexte

Chaque année, les Directions Territoriales de SNCF Réseau ont pour mission de créer un magazine qui raconte, à l'échelle régionale, la vie du réseau ferré et les projets menés sur le terrain. Ce rendez-vous éditorial constitue un véritable outil de dialogue entre SNCF Réseau et les acteurs du territoire.

Objectifs

- Illustrer, à travers des contenus pédagogiques et incarnés, le rôle essentiel de l'expertise de SNCF Réseau et de ses agents dans la fiabilité et la performance du réseau.
- Renforcer la relation de confiance avec les acteurs du territoire en rendant visibles les efforts menés pour concilier performance, sécurité et qualité de service.

Problématique

Comment SNCF Réseau peut-il faire découvrir à ses publics la richesse et la complexité de ses missions, tout en valorisant l'engagement de ses agents sur le territoire normand ?

Cibles

- Cibles principales : élus normands, associations d'usagers, presse et partenaires commerciaux.
- Cibles secondaires : grand public et agents SNCF.

Infos pratiques

SNCF Réseau Normandie : gestionnaire du réseau ferré, SNCF Réseau assure la sécurité, la maintenance et la modernisation des infrastructures ferroviaires.

Création du magazine : janvier 2025 à mai 2025
Diffusion : juin 2025

Défi

Un défi éditorial : transformer des sujets complexes en un contenu clair, afin de partager à des publics variés nos missions et notre impact sur le territoire.



Contexte créatif

Le magazine s'articule autour d'un fil conducteur fort.

Articles thématiques, reportages photo, cartes et formats immersifs plongent le lecteur au cœur des missions et font ressentir la tension et l'intensité du terrain. L'écriture met les agents au centre, des hommes et des femmes qui travaillent dans l'ombre et sans qui le système ferroviaire ne pourrait pas fonctionner.

L'objectif : produire un magazine clair, engageant et pédagogique, permettant de faire découvrir les enjeux, les missions et l'impact de SNCF Réseau sur le territoire normand.

Elements clés de la stratégie

Création

Production en interne : réflexion éditoriale, chemin de fer, collecte d'informations, interviews et rédaction d'articles.

Cartes conçues en partie par l'équipe ; infographies et illustrations réalisées par nos graphistes internes.

Une grande partie des photos, dont la couverture, a été prise par un membre de l'équipe.

Le résultat final est le fruit d'un travail conséquent et passionné. **Une édition «faite maison»**, réalisée en mobilisant les compétences de notre équipe.

La charte graphique du magazine étant définie au niveau national, nous avons fait appel à l'agence CREADS pour intégrer nos textes à la maquette existante que nous avons ensuite entièrement retravaillée en interne.

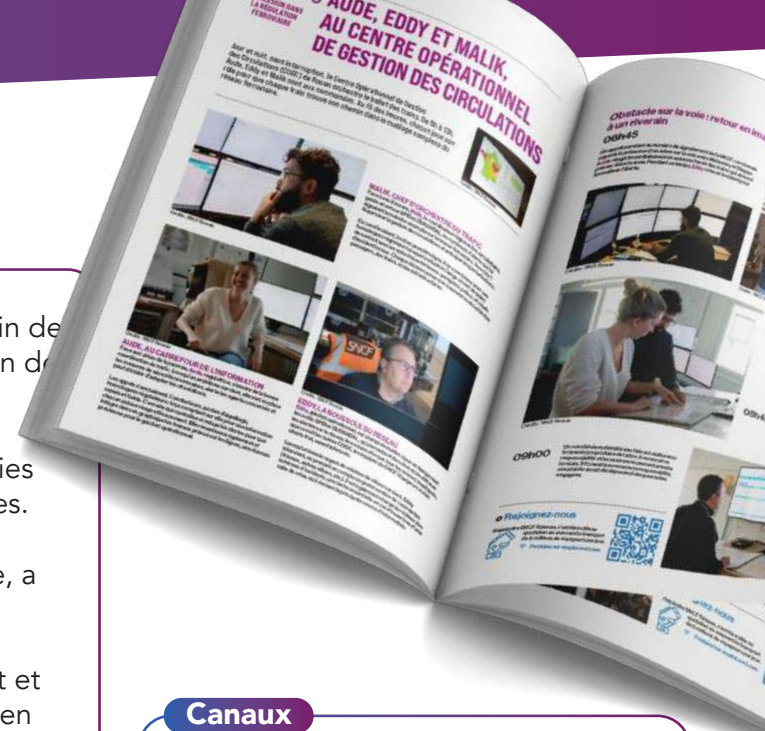
Canaux

Canaux physiques : envoi direct aux élus, partenaires et associations, distribution lors d'événements ou rendez-vous institutionnels, mise à disposition dans les locaux.

Canaux digitaux : publication sur le site internet, newsletter externe et bannière mail cliquable.

Innovation

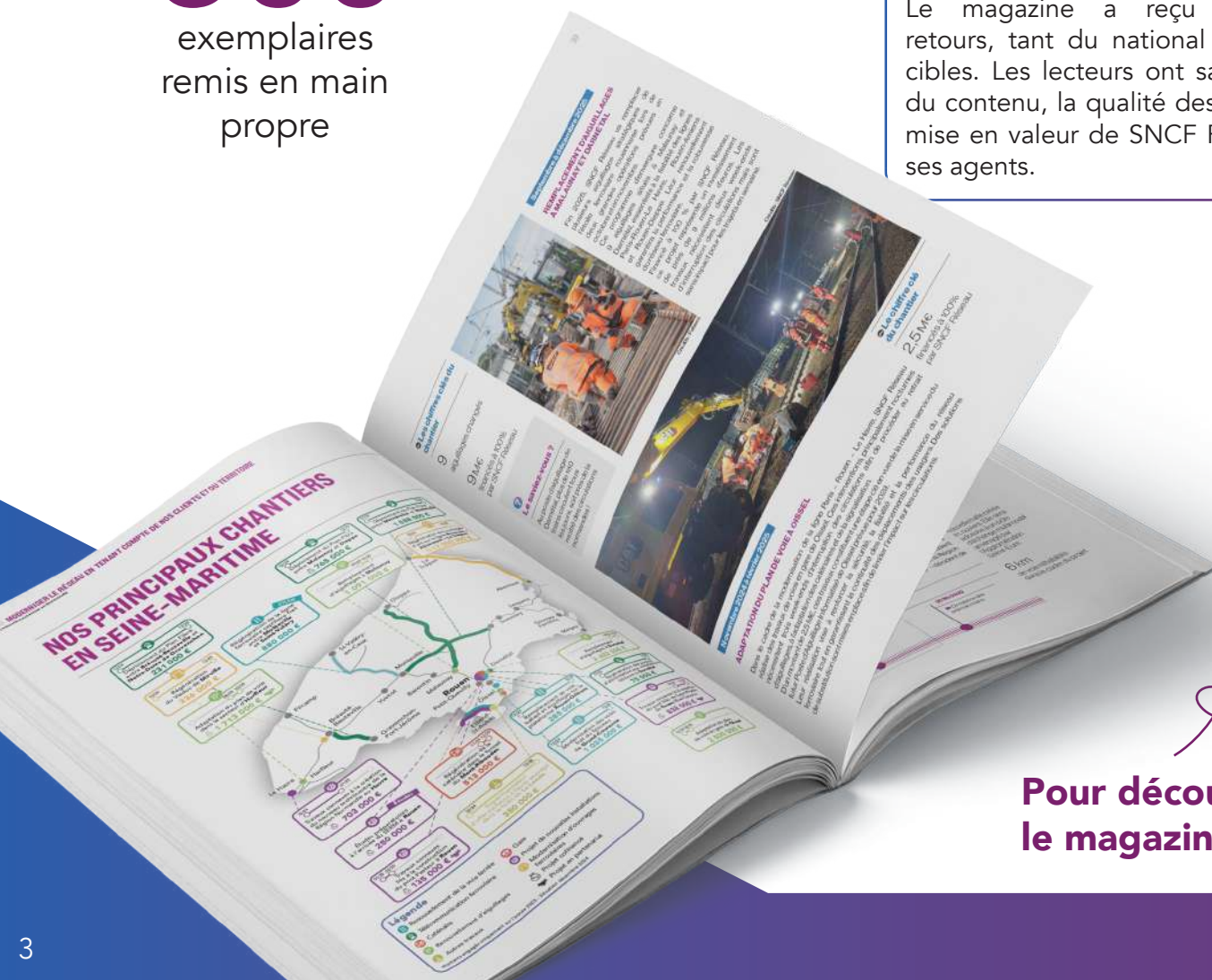
SNCF Réseau est souvent simplement perçue comme une entreprise "de travaux". Dans cette édition, nous avons choisi de créer un véritable storytelling, pour montrer la complexité de nos activités. Ce storytelling nous a conduit à prendre des libertés par rapport aux pages conseillées par la maquette nationale, afin de raconter notre histoire normande, immersive et fidèle au territoire.



Les chiffres du projet

500
exemplaires
remis en main
propre

500
exemplaires
envoyés



Impacts et retombées

Objectif atteint

L'objectif est pleinement atteint : le magazine reflète à la fois la richesse de nos missions, l'engagement de nos agents et notre ancrage territorial.

Témoignages

Le magazine a reçu d'excellents retours, tant du national que de nos cibles. Les lecteurs ont salué la clarté du contenu, la qualité des visuels et la mise en valeur de SNCF Réseau et de ses agents.

Pérennité

Forts du succès de cette édition, nous reconduirons le même fonctionnement pour le magazine 2026. Cette méthode 100 % interne, ayant prouvé son efficacité et sa cohérence éditoriale, nous permet de capitaliser sur notre savoir-faire et de renforcer notre identité régionale.

Réussite notable

Les retours du terrain ont été particulièrement positifs : les agents et les personnes interviewées se sont reconnus dans les articles, fiers de voir leur travail et leur engagement aussi justement représentés. Pour notre équipe c'est une grande fierté, car c'est exactement ce que nous voulions transmettre à travers ce magazine.

Pour découvrir
le magazine

