



La LGV Sud Europe Atlantique (SEA) Le rôle de la communication

Quel rôle joue la communication dans la gestion d'une organisation ?



QG 2.1 : En quoi les technologies transforment-elles l'information en ressource ?

QG 3.2 : Comment la gestion d'une organisation contribue-t-elle à la création de différentes formes de valeur ?

Objectifs :

Définir ce qu'est l'information ;

Identifier les rôles de la communication et ses caractéristiques ;

Expliquer la notion de valeur perçue de l'organisation à travers le rôle de la communication.

Mots clefs :

Donnée - information - connaissances - communication (interne, externe, globale) - valeur perçue - notoriété - satisfaction - qualité - image de marque.

Contexte :

Présentation du projet LGV :

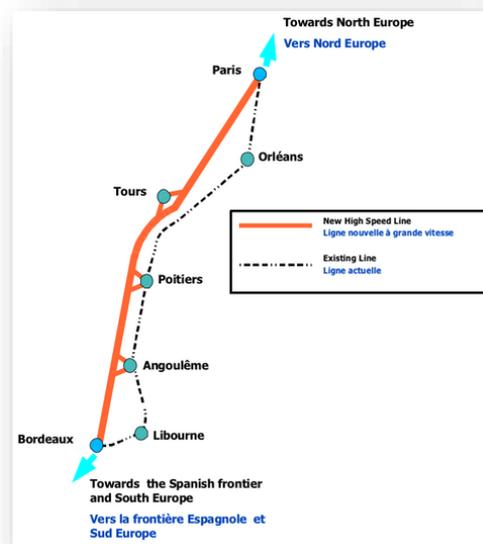
Le projet de ligne à grande vitesse Sud Europe Atlantique (LGV SEA) consiste à prolonger la branche sud-ouest de la ligne ferroviaire Atlantique, de Tours jusqu'à Bordeaux, dans le but de rejoindre ensuite l'Espagne ou Toulouse.

La construction de la LGV SEA a pour but de permettre la desserte ferroviaire à grande vitesse du Sud-Ouest : Poitou-Charentes, Aquitaine et Midi-Pyrénées notamment et de relier ces territoires aux capitales européennes desservies par les TGV (Londres, Bruxelles, Amsterdam, Madrid...). Le trajet entre Paris et Bordeaux s'effectuerait ainsi en 2h05 environ, à une vitesse prévue de 300 à 320 km/h.

Mais le projet devrait aussi apporter une réponse à la saturation de la ligne historique.

La mise en service est prévue pour 2017.

Source : www.wikipedia.fr





Principaux acteurs :

LISEA

Concessionnaire de la future ligne pour une durée de 50 ans, elle en est le maître d'ouvrage et est responsable des financements privés afférents. LISEA assure l'interface entre le concédant (RFF), le concepteur-constructeur, l'exploiteur-mainteneur, les investisseurs, les prêteurs et les garants.

COSEA

Groupement d'entreprises chargé de la conception et de la construction de la ligne. Il sera présent pendant la phase de chantier jusqu'à la mise en service de la ligne en 2017.

RÉSEAU FERRÉ DE FRANCE

Autorité concédante qui sera propriétaire de la ligne à l'issue des 50 ans.

Source : Lisea Express n°2, mars 2012

Question :

Quelle(s) est (sont) l'(les) organisation(s) gérant la construction de la LGV Tours-Bordeaux ?

Les organisations chargées de gérer le chantier LGV sont LISEA (maîtrise d'ouvrage et coordination) et COSEA conception et construction de la ligne).

Activité 1 :

⇒ Distinguer l'information de la communication

Document 1 : page du site Internet LISEA

Source : www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr, 2014 (actuellement <http://www.lisea.fr/>)

The screenshot shows the LISEA website interface. At the top, there is a navigation bar with 'accueil', 'Actualités', and a menu with 'LE PROJET DE A à Z', 'ENVIRONNEMENT', 'ARCHÉOLOGIE', 'EMPLOI', 'INFOS CHANTIER', and 'NOS FONDATIONS'. Below this is a large image of a high-speed train. A secondary navigation bar includes 'Partenaire des territoires', 'Partenaire de la mobilité', 'Photos, Vidéos', 'Presse', 'LISEA EXPRESS', and 'Recherche, Contact, Question?'. The main content area features an 'Emploi' section with text about 8500 workers and a 'Je souhaite être informé...' section with options for email alerts and a monthly letter.



Questions :

① Quelles informations les données "8 500" et "localement" apportent-elles ? Exprimez chacune des données dans une phrase.

La donnée "8 500" nous apprend que le chantier LGV a fourni de l'emploi à 8 500 personnes.

La donnée "localement" nous apprend qu'une partie de ces emplois créés a bénéficié à la population locale, située sur le tracé de la LGV.

② Est-ce que la seule donnée "8 500" a une signification en soi ? Distinguez la notion de « donnée » de celle « d'information ».

Non, la donnée ne prend sens que si elle est associée à d'autres données.

Une donnée n'est qu'un élément constitutif d'une information.

Une information est un ensemble de données qui, dans un contexte précis, prend sens pour l'acteur.

③ Dans quel(s) but(s) LISEA publie-t-elle ces informations ?

LISEA publie ces informations pour valoriser les intérêts économiques de ce chantier pour la population locale et la faire adhérer à ce projet (et faire mieux accepter les nuisances éventuelles).

Le rôle de ces informations est donc d'informer le grand public (communication externe) pour expliquer le travail de l'organisation, valoriser son action et faire adhérer la population locale à ce projet, construire une image positive : un acteur pourvoyeur d'emplois.

⇒ Comprendre son environnement grâce à la communication interne et externe.

Document 2 : page Facebook de LISEA

Source : www.facebook.com/pages/LGV-SEA-Tours-Bordeaux-2017





Question :

Quelle exploitation l'organisation LISEA, à l'origine de cette page Facebook, peut-elle faire des informations des internautes ayant déposé un commentaire ou cliqué sur « J'aime » ?

LISEA peut valoriser son action et le chantier LGV : plus il y a de personnes qui cliquent sur « J'aime », plus ce chantier est populaire. Elle a la possibilité de faire de simples et rapides sondages d'opinion et des petites enquêtes auprès de ces internautes. Elle peut répondre aux détracteurs, envoyer des invitations à ceux ayant cliqué sur « J'aime », maintenir le contact... LISEA peut également connaître le profil de ces internautes et ainsi insérer des publicités ciblées de la SNCF, par exemple des tarifs attractifs de trajets au départ de la ville de l'internaute.

Complément pour le professeur

L'exploitation par les entreprises des informations Facebook des internautes se développe continuellement au fil du temps. Le principal avantage pour les marques vient du fait que le coût de mise en place de ce type de communication est nettement inférieur à celui d'une campagne de publicité classique, tout en touchant une communauté très importante.

Activité 2 :

⇒ Le rôle, l'accessibilité et les qualités de l'information

Document 3 : extrait de l'édito du journal externe LISEA Express n°6

Source : Édito d'Hervé Tricot, Président de LISEA SAS, LISEA Express n°6, avril 2013

Informé pour mieux comprendre

Le seuil des 100 réunions publiques d'information, organisées dans les communes traversées par la LGV Tours-Bordeaux à la demande des élus locaux, a été dépassé [...]. Ce chiffre [...] traduit la réponse apportée par COSEA, concepteur-constructeur de la ligne, et LISEA, le concessionnaire, au besoin essentiel et légitime de tous les particuliers d'être le mieux informé possible de l'avancée du projet, de pouvoir exprimer des demandes et d'en débattre. Ces réunions sont des moments forts de rencontre [...] pour exprimer les craintes, les inquiétudes, les attentes, afin d'obtenir des réponses claires et précises. [...]

L'avancée rapide du chantier ne doit pas faire oublier que ces échanges se poursuivent tous les jours, sur le terrain, lors de réunions ou via le site internet du projet.



Question :

Quels sont les rôles de l'information échangée lors des réunions publiques évoquées dans le document 1 ?

Les informations échangées revêtent plusieurs rôles :

- *tenir informées les populations locales concernées par le chantier de la LGV ⇒ communiquer à l'externe*
- *comprendre les attentes et les craintes de la population pour pouvoir répondre à leurs questions et les rassurer ⇒ comprendre l'environnement*



- Permettre de débattre sur les demandes exprimées : réfléchir sur les demandes formulées et les solutions possibles, négocier le choix de solutions. ⇒ aider à la décision

Document 4 : information chantier officielle

Source : note interne de COSEA, mars 2014

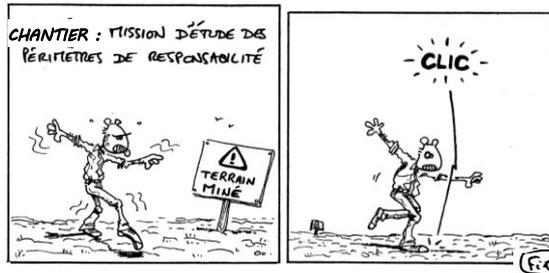
Chasseneuil-du-Poitou (86) :
Reprise ponctuelle des tirs de mine jusqu'au 15 avril
 Afin de terminer les travaux de terrassement de la LGV SEA Tours-Bordeaux, les équipes de COSEA procèdent à des **tirs de mine à proximité de la VC 1 à Chasseneuil-du-Poitou, du 24 mars au 15 avril**. Les tirs ont lieu du **lundi au vendredi entre 11h et 15h**.

Consigne : les travaux de terrassement sont suspendus sur cette période et l'accès au chantier sur ces créneaux horaires est strictement interdit.

Source : note interne de COSEA, mars 2014

Document 5 : « à l'heure du café... »

Source : note interne de COSEA, mars 2014



Discussion entre deux ouvriers autour de la machine à café :
 « Il paraît qu'il y a des tirs de mine sur le chantier aujourd'hui entre 11h et 14h ».

🔍 Questions :

① Déterminez à qui est destinée l'information chantier du document 4. Quel est l'objectif de cette information ?

Cette information est destinée aux ouvriers travaillant sur cette portion de chantier.

Le but est de prévenir ces personnes pour qu'elles se mettent en sécurité.

⇒ **coordonner l'action**

② Laquelle des deux informations des documents 4 et 5 vous semble de meilleure qualité ? Justifiez.

*L'information émanant de la note interne est de meilleure qualité car elle est de source fiable (officielle), information vérifiée et précise. ⇒ **qualités de l'information (fiable, pertinente, précise, actuelle)***



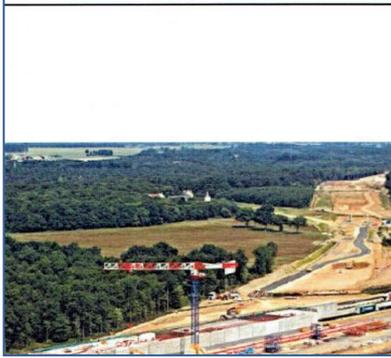
Document 6 : Suivi du budget du lot 1 du chantier LGV.

Source : Budget B1 du lot 1- document interne de la direction financière de COSEA, août 2013

NB. : Pour des raisons de confidentialité, les valeurs des données présentées ont été modifiées

SGI BUDGET B1 - AVANCEMENT AOUT 2013

SECTION A LOT 1



COSEA SGI – LOT 1
Synthèse contrôle budgétaire à fin août 2013

Montant en K€ Postes budgétaires	Budget estimé (base juin 2012)	Budget réel (août 2013)	Écarts (en %)
1. Structure	12 000	8 020	- 33 %
2. Terrassement	28 790	29 116	+ 1,1 %
3. Assainissements	1 233	1 401	+ 13,6 %
4. Ouvrages d'arts	22 000	20 014	- 9 %
5. Clôtures plantations	3 000	2 345	- 21,8 %

Actions à mener :
 -transférer 10 % du budget « Structure » au budget « Terrassement ».
 -installations « Assainissement » : réduire les coûts en remplaçant la pièce PK12 par PK02.

Questions :

① Quelle est la nature, la source et l'objectif du document 6 ?

Ce document est une synthèse du contrôle budgétaire du lot 1 du chantier LGV. Il a été établi par la direction financière de COSEA. Il a pour but de contrôler les dépenses liées au chantier et de mesurer les écarts éventuels.

② À qui ce document peut-il servir ? Précisez l'enjeu de l'utilisation de ce document.

Ce document est à usage exclusivement interne (direction financière, direction générale, service des achats) afin d'aider à prendre les bonnes décisions. Enjeu : ce que l'on peut perdre ou gagner à travers une décision ou une action. Ce document permet de détecter des problèmes de gestion budgétaire et permet, au besoin, de déterminer les actions correctives à mettre en œuvre.



Activité 3:

⇒ La communication interne et externe

Document 7 : extrait d'un supplément publicitaire gratuit du Courrier de l'Ouest du 18/10/

Source : Courrier de l'Ouest, supplément publicitaire gratuit, 18 octobre 2012

Tout savoir sur la LGV SEA



Les membres de l'équipe communication de LISEA présents sur les 302 km, de Tours à Bordeaux

« Sur un projet aussi important et complexe, note Philippe Chadeyron, Directeur de la communication de LISEA, l'information joue un rôle essentiel. Nous avons engagé des efforts très importants auprès des riverains pour rendre publique le maximum d'informations liées au chantier. L'objectif tient en deux mots : proximité et dialogue avec toutes les parties prenantes. »

L'info numérique

Le site internet de LISEA, lancé en novembre 2011, est la pierre angulaire de l'action de communication du concessionnaire. Les riverains ont la possibilité d'avoir une vision très locale du chantier.

Il reçoit en moyenne 1 000 visites par jour et la lettre mensuelle est déjà envoyée à plus de 1 200 abonnés, qui ont accès par ce biais à de nombreux documents visuels, très demandés : panoramas photos, vidéos... « Nous avons souhaité placer la technologie au service de la pédagogie. Les visiteurs ont par exemple la possibilité de découvrir le tracé proche de chez eux en images de synthèse, de manière à "s'approprier" davantage le projet. » LISEA est aussi destinataire de nombreux mails, qui reçoivent généralement une réponse dans la journée.

L'info papier

LISEA publie des lettres d'information qui sont distribuées

en boîtes aux lettres dès qu'un événement un peu spécifique intervient sur le chantier — travail de nuit, important passage de camions, fins de mines... « Au-delà de cette info « 100 % riverains », LISEA Express, le journal du projet, est un outil de proximité, complémentaire du site, plutôt pédagogique », explique Philippe Chadeyron. « Il est conçu comme un journal, qui explique et approfondit : organisation du chantier, sujets techniques, environnement, points de vue extérieurs... Le journal trimestriel est diffusé à 200 000 exemplaires, distribué en boîtes aux lettres et téléchargeable sur le site. »

Les réunions publiques

Depuis 18 mois, une centaine de réunions publiques, proposées en soirée dans les villes et villages concernés par le tracé, ont été proposées par LISEA et COSEA. Ces réunions se déroulent sous l'égide des maires. « Après une présentation du projet et des retombées économiques et sociales, nous venons rapidement à la présentation détaillée du chantier prévu dans la commune concernée : planning, nuisances, contraintes qui vont s'imposer en matière de déviation de voirie et solutions pour limiter tous les impacts. »

Les visites du chantier

Enfin, quatre centres d'information du public sont en cours d'installation : ces espaces d'exposition d'environ 100 m² jousteront des entrées aux chantiers, à Sorigny (37), Jau-nay-Dian (86), Villognon (16) et Amberès-et-Lagrave (33). « Les visites seront lancées au début du printemps 2013. Le parcours débitera par un film, une découverte du projet par divers outils multimedias, puis se poursuivra par la visite « in situ », dans des zones sécurisées. C'est un choix qui répond à une attente très importante, celle de "voir le chantier en vrai". »

en bref

Le site
www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr : le portail de LISEA pour tout savoir sur le projet, les retombées économiques et sociales, le déroulement du chantier, les perturbations du trafic routier...

Info chantier en direct
www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr

Alerte mail personnalisée
 Sur www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr, inscrivez-vous à la lettre mensuelle et abonnez-vous aux alertes mails personnalisées en choisissant la zone géographique et/ou les thématiques qui vous concernent.

www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr
 en direct - Visitez le code !

Dès que l'information est destinée à autrui, elle devient communication. Elle ne prend un sens que dans la relation à un ou plusieurs acteurs qui en sont les « cibles », les destinataires. La communication est donc composée de deux éléments : l'information (le contenu, le message) et la relation établie avec celui qui s'en saisit.

La communication est :

- interne lorsqu'elle concerne le personnel de l'organisation ;
- externe lorsqu'elle s'adresse à ses partenaires externes ;
- globale quand elle cible les acteurs internes et externes à l'organisation.



Questions :

① Recensez les supports d'information évoqués dans le contexte, les documents 1 à 7. Complétez le tableau ci-dessous :

Supports	Cible(s)	Communication			Objectif de la communication
		interne	externe	globale	
Site wikipedia	Le grand public			X	Informers
Journal externe LISEA Express	Le grand public			X	Informers de l'avancée du chantier, donner une image valorisante du projet
Site Internet LGV SEA	Le grand public			X	Se faire connaître (notoriété) et informer.
Page Facebook LISEA	Le grand public			X	Informers et s'informer (de façon moins formelle), maîtriser son image, se faire apprécier.
Les réunions publiques	Elus et riverains des communes traversées par la LGV.		X		Informers et rassurer les partenaires et parties prenantes externes, éviter les protestations et blocages des chantiers.
Journal interne LISEA	Personnel de LISEA	X			Informers, faire adhérer, faire aimer, motiver
Note interne	Les ouvriers	X			Coordonner l'action.
Budget de COSEA	Directions générale / financière / achats	X			Aider à la décision.
Public communiqué du Courrier de l'Ouest	Lecteurs (grand public)		X		Informers, donner une image positive (montre l'empathie de LISEA envers les riverains)
Alerte mail personnalisée	Riverains à proximité de la LGV		X		Informers, donner une image positive (montre l'empathie de LISEA envers les riverains)

L'échange entre les ouvriers (doc. 5) est une communication interne informelle (non voulue et maîtrisée par l'organisation).

Activité 4:

⇒ La valeur perçue de LISEA (notoriété, qualité, satisfaction et image de marque)

⇒ La notoriété :

Document 8 : Evaluation de la notoriété de LISEA

Source : www.lgvs-sea-tours-bordeaux.fr, 2014 (actuellement <http://www.lisea.fr/>)

Question 1 : Pouvez-vous citer de mémoire les acteurs impliqués dans le projet LGV ?

Question 2 : Parmi les organisations suivantes, lesquelles connaissez-vous ?

Taux de notoriété lié au chantier LGV et les acteurs impliqués (VINCI, LISEA, COSEA, SNCF...)

Questions :

① Distinguez les notions de « notoriété spontanée » et de « notoriété assistée ». Illustrez votre réponse avec l'organisation LISEA



La notoriété est le fait de connaître une marque, une organisation. Le taux de notoriété spontanée représente le pourcentage de personnes citant la marque/organisation lorsque l'on évoque un produit ou un service (ici le projet LGV).

② Calculez le nombre de personnes citant spontanément LISEA.

③ Peut-on qualifier la notoriété de LISEA de forte ? Justifiez.

⇒ La qualité :

Document 9 : [Projet LGV et qualité](#)

Source : www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr, 2014

Indicateurs qualité du chantier LGV

🔍 Questions :

① Identifiez les caractéristiques qui définissent la qualité chez LISEA.

Dimension objective : la conformité des standards, de normes, mesurables techniquement.

② Pourquoi l'entreprise associe-t-elle les usagers à la définition de la qualité ?

Dimension subjective : les attentes des usagers (réponse à leurs besoins et vérification de leur satisfaction).

On parle de « qualité perçue », déterminante pour la création de valeur.

⇒ La satisfaction :

Document 10 : [Résultats de la dernière enquête de satisfaction effectuée par LISEA](#)

Source : www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr, 2012



L'information à grande vitesse sur www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr

Lancé mi-novembre 2011, le site internet de la LGV SEA Tours-Bordeaux poursuit depuis sa mise en ligne plusieurs objectifs tels que :

- Proposer un maximum d'information et de ressources multimédia sur ce projet et sa construction.
- Fournir une information de proximité avec notamment des pages communes, des alertes emails, ainsi qu'une lettre mensuelle électronique.
-

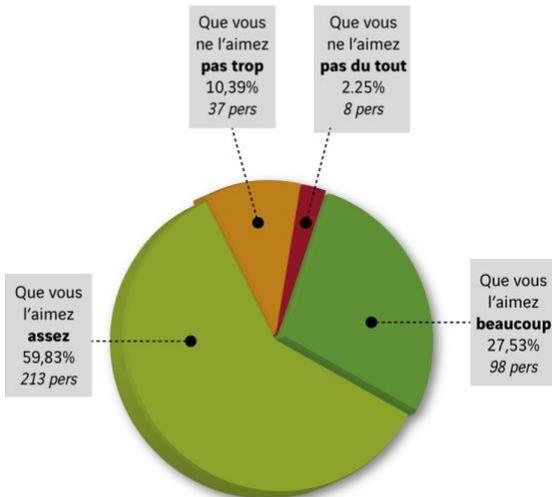
En août 2012, une enquête en ligne a permis de recueillir vos avis et suggestions.

Voici les résultats obtenus :

Lorsque vous naviguez sur le site, vous diriez que :	★★★★ OUI tout à fait	★★★ Plutôt OUI	★★ Plutôt NON	★ NON pas du tout
• Vous trouvez les informations recherchées ★★★★★	159 personnes	262 personnes	87 personnes	22 personnes
• Vous accédez facilement aux rubriques qui vous intéressent ★★★★★	175 personnes	276 personnes	61 personnes	15 personnes
• Vous trouvez que la navigation y est agréable ★★★★★	177 personnes	285 personnes	49 personnes	14 personnes
• Vous appréciez les reportages photos et vidéos ★★★★★	233 personnes	246 personnes	34 personnes	12 personnes
• Vous appréciez les explications sous formes d'illustrations et de schémas ★★★★★	240 personnes	231 personnes	38 personnes	15 personnes
• Vous trouvez les explications écrites intéressantes ★★★★★	182 personnes	276 personnes	53 personnes	12 personnes

En conclusion diriez-vous à propos de ce site

Nombre de réponse : 356



SONDAGE

C'est vous qui le dites...

Les conclusions de l'enquête de satisfaction mise en ligne à la rentrée 2012 donnent le tempo : vous êtes 87 % à aimer (beaucoup ou assez) notre site internet, vous y trouvez en grande majorité l'information recherchée et vous appréciez les photos et vidéos diffusées.

**retrouvez l'ensemble des résultats de l'enquête sur le site*

... C'est à nous d'agir

Qu'attendez vous de LISEA maintenant ?

- Plus d'interactivité,
- Plus d'informations sur les nuisances,
- Plus de paroles de partenaires,

Source : www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr, 2012

Questions :

① Qualifiez le niveau de satisfaction des utilisateurs du site Internet de LISEA.



② Sur quels critères repose cette évaluation de la satisfaction des utilisateurs du site ?
D'après cette enquête, sur quels critères LISEA peut-il améliorer son site ?

③ Quel lien pouvez-vous établir entre la qualité et la satisfaction ?

La satisfaction des besoins des usagers est corrélée à celle de la « qualité perçue » par eux. Celle-ci est déterminante pour la création de valeur.

⇒ L'image de marque :

Document 11 : La notion d'image de marque

L'image de marque est l'ensemble des perceptions et des croyances des consommateurs à propos de la marque.

Document 12 : Définition de la « valeur perçue »

Source : www.definitions-marketing.com

Valeur perçue - Perceived value :

La valeur perçue correspond à la valeur que revêt un produit ou service dans l'esprit du consommateur. La valeur perçue n'a pas de lien direct avec la valeur réelle ou coût de fabrication.

La prise en compte de la valeur perçue est très importante pour la politique de fixation du prix, notamment dans des situations de monopole. En effet, si la valeur perçue est nettement supérieure au coût de revient, l'alignement du prix sur la valeur perçue peut générer des marges très élevées.



Document 13 : Engagement écologique

Source : article du LISEA Express n°5, janvier 2013

LISEA Biodiversité : premier appel à projets lancé

Afin de renforcer son action dans la promotion et la conservation du patrimoine naturel, et en complémentarité des engagements réglementaires, LISEA lance la fondation d'entreprise LISEA Biodiversité. Dotée de 5 millions d'euros pour la période 2012-2017, elle ambitionne de financer des projets de proximité, portés par des associations, entreprises ou centres de recherche, se rapportant en priorité, mais pas exclusivement, à la préservation d'espèces protégées. Chaque projet aidé donnera ensuite lieu à un suivi et à une évaluation des résultats. Les dossiers sont téléchargeables sur le site www.lgv-sea-tours-bordeaux (rubrique « Fondation ») ou à retirer au siège de LISEA à Poitiers.

CONTACT ET INFORMATIONS :

fondation-lisea-biodiversite@lisea.fr

Document 14 : La notion d'image de marque

Source : <http://france3-regions.francetvinfo.fr/poitou-charentes>, octobre 2014

L'Auxance et la Boivre : les eaux troubles du chantier de la LGV dans la Vienne



Autour de Poitiers, l'Auxance et la Boivre, deux rivières de première catégorie pour la pêche, sont menacées par les travaux de la LGV. En cas de fortes pluies, les eaux boueuses en provenance du chantier se déversent à gros flots dans les deux cours d'eau en les dégradant.



Document 15 : Engagement écologique

Source : www.lgv-sea-tours-bordeaux.fr/theme/environnement, 2014

Forêt défrichée, forêt replantée

De Tours à Bordeaux, le tracé de la LGV passe au cœur de plusieurs massifs boisés qu'il a fallu défricher pour permettre les travaux.

Conformément à ses engagements, **COSEA** met en œuvre des mesures de compensation. Sur les 6 départements concernés, environ 1350 hectares vont être replantés d'ici 2017 ; soit une surface supérieure à celle défrichée.



Questions :

① Pour chacun des documents 13 à 15, qualifiez l'image perçue de l'organisation LISEA.

Document	Image perçue	Justification
Engagement écologique	positive	Préservation de l'environnement, valeur sociétale actuelle importante.
Eaux troubles	négative	Pollution des rivières, dangerosité des sites. Défaut de responsabilité sociétale.
Forêt	positive	Préservation de la flore, engagement citoyen écologique (développement durable)

② A la lumière de ces documents, quelle image avez-vous de LISEA ?

③ Quel est l'enjeu de la valeur perçue pour une marque/une organisation ?

La satisfaction des besoins des usagers est corrélée à celle de la « qualité perçue » par eux. Celle-ci est déterminante pour la création de valeur.