



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 :

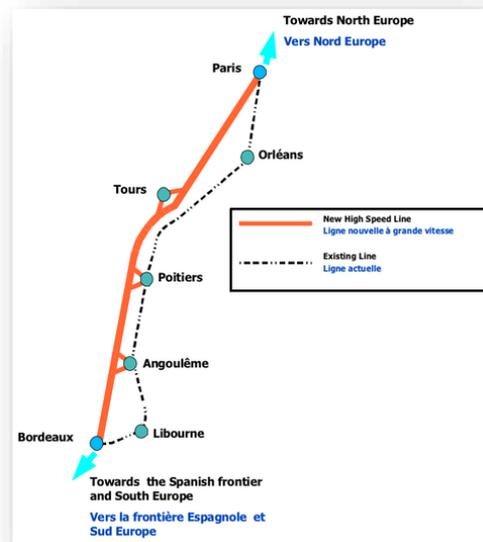
Le projet de ligne à grande vitesse Sud Europe Atlantique (LGV SEA) consiste à prolonger la branche sud-ouest de la ligne ferroviaire Atlantique, de Tours jusqu'à Bordeaux, dans le but de rejoindre ensuite l'Espagne ou Toulouse.

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 ?

Activité 1 :

⇒ Distinguer l'information de la communication

Document 1 : page du site Internet LISEA

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

The screenshot shows the 'Emploi' (Employment) page on the LISEA website. The navigation bar includes 'LE PROJET DE A à Z', 'ENVIRONNEMENT', 'ARCHÉOLOGIE', 'EMPLOI', 'INFOS CHANTIER', and 'NOS FONDATIONS'. The main content area is titled 'Emploi' and contains the following text:

Plus de 8500 personnes ont travaillé sur le chantier au plus fort de son activité, à l'été 2013. Parmi eux, environ 2000 personnes ont été embauchées localement, dans les territoires traversés par la ligne en construction, dont environ 1400 issues de l'insertion professionnelle. A ce titre, le chantier de la LGV a été un levier pour l'emploi sur les territoires. Conducteurs d'engins, coffreurs-bancheurs, canaliseurs... ont œuvré durant des mois pour effectuer les terrassements, édifier les ouvrages et ainsi préparer la plateforme en vue de la pose des équipements ferroviaires. Une nouvelle étape de construction de la ligne débute cet automne. Poseurs de voie, monteurs caténaires ou brigadiers sont autant d'hommes et femmes, spécialistes du rail, aujourd'hui formés et mobilisés pour ce chantier. Un important dispositif de redéploiement du personnel est actuellement mis en place par le constructeur en étroite collaboration avec les partenaires de l'emploi. Objectif : former 400 salariés du chantier aux métiers du ferroviaire. Les formations ont commencé à Nouâtre-Maillé (37) et Villognon (16), où sont implantées les bases travaux ferroviaires.

Below the text, there is a call to action: 'Devenez l'un des futurs opérateurs de la LGV : MESEA recherche des candidats en alternance pour la...'. On the right side, there is a sidebar with the heading 'Je souhaite être informé...' and two options: 'Par des alertes emails ciblées' and 'Par la lettre mensuelle du projet', both with a 'Je choisis' button.



Questions :

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

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

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

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 » ?

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 ?



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 ?

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



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 AOÛT 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 ?

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



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 débute par un film, une découverte du projet par divers outils multimédias, 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	

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.lgv-sea-tours-bordeaux.fr, 2014 (actuellement : 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

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.

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

⇒ 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.
-

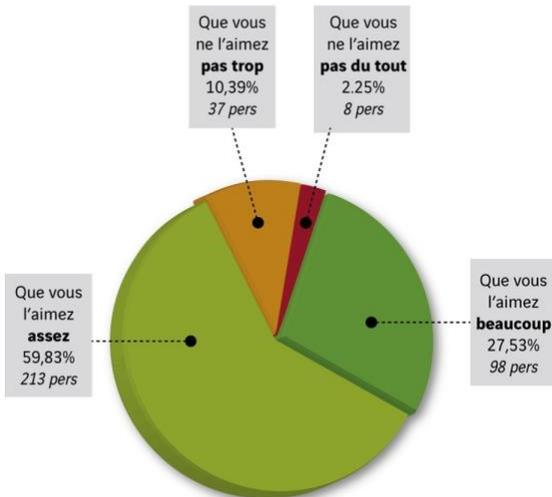
En août 2012, une enquête en ligne a permis de recueillir vos avis et suggestions.

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 ?

⇒ 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

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 ?
