

PAGE RÉALISÉE EN PARTENARIAT AVEC L'APACOM
Association des professionnels aquitains de la communication
24, cours de l'Intendance, 33 000 Bordeaux
05.56.51.05.20 | contact@apacom-aquitaine.com
www.apacom-aquitaine.com

UN VOYAGE EN TRAIN POUR ENFANTS QUI A DU SENS

Etude de cas. Rendre attractif un voyage en train pour des enfants, tel est le défi lancé par la SNCF à l'agence de communication bordelaise Aggelos.

La SNCF propose un service d'accompagnement des enfants âgés de 4 à 14 ans inclus, qui voyagent seuls à bord des trains via le service « Junior & Cie ». Spécialisée dans les métiers d'accueil, City One a remporté ce marché fin 2012. 220.000 enfants ont ainsi bénéficié l'année dernière de ce service leur permettant de voyager en toute sécurité grâce aux encadrants City One, tout en étant divertis pour leur plus grand plaisir. Clé de voûte du service, le divertissement des enfants se doit d'être imaginaire et attractif ! C'est dans cet objectif que SNCF, City One et Aggelos ont collaboré pour imaginer un contenu pédagogique plein de sens pour les enfants.

Ayant déjà travaillé pour les TER Aquitaine et Bourgogne et différents acteurs de l'éducation populaire, Aggelos a répondu à ce brief original avec audace. « Malgré la carte blanche que nous avions dans nos actions et nos préconisations, nous avons souhaité que ces enfants vivent ce voyage comme une expérience enrichissante », explique Alain Gross, directeur général de l'agence de communication. La SNCF souhaitait créer et adapter à un jeune public un contenu associé aux valeurs véhiculées par l'entreprise dans ses messages. Trois valeurs fortes se sont vite dégagées comme axe de travail : l'éco-responsabilité (peu de CO2 en privilégiant le transport collectif), le sociétal (la bienveillance, vivre ensemble, aller vers l'autre) et enfin l'innovation. Le gros du travail pour les six personnes en charge du projet chez Aggelos a été de définir le support de communication le plus adapté au service. Le choix s'est rapidement porté sur des livrets d'animation pour les enfants mais aussi pour les accompagnateurs de City One.

Communauté

Sont nés de ce travail des livrets très ludiques pour les jeunes enfants. Le thème principal ? Des jeux articulés autour des valeurs de la SNCF (« Time's Up » des incivilités, dessiner le train du futur...). Au programme des plus grands, des livrets à base de mots codés,



► Près de 220.000 enfants ont bénéficié du service « Junior & Cie » en 2013

fléchés et autres énigmes. En parallèle, Aggelos a réalisé un livret spécifique pour les accompagnateurs de « Junior & Cie ». A la fois ambassadeurs de SNCF et encadrants, ils jouent un rôle majeur dans la réussite du voyage des enfants. C'est dans cette optique que leur livret tend à les sensibiliser à leurs tâches, leurs obligations mais aussi à leur apporter des idées de divertissements... Cette communication sur-mesure et originale n'en reste pas moins un sacré challenge. « Notre volonté affichée était de créer un contenu attractif et enrichissant mais de le délivrer dans un contenant, le livret, pratique pour inciter les enfants à le garder », précise Alain Gross. C'est ce que l'on appelle favoriser l'expérience post-voyage. Des préconisations spécifiques ont été apportées par l'agence de communication bordelaise afin de développer le sentiment de communauté « Junior & Cie » : création d'un club, d'un concours de dessin entre tous les enfants... Fort du succès rencontré par les premières éditions de ces livrets depuis le printemps, Aggelos planche déjà sur la production d'autres contenus jusqu'en 2015. La communication à destination d'un (très) jeune public n'est pas un exercice facile. Banaliser le message n'a jamais porté ses fruits... Un message clair et affirmé avec une dose de divertissement, voilà deux ingrédients pour capter l'attention des enfants, et s'assurer un voyage de qualité ■ Pierre Leveugle, administrateur de l'Apacom

QUI EST CITY ONE ?

Vous avez sûrement déjà croisé des animateurs City One en arpentant les quais des gares. Ils font partie des nombreux métiers d'accueil et d'animations que propose la société City One à des prestataires tels que la SNCF. Le service « Junior & Cie » recense lui quelque 2.000 animateurs titulaires du Bafa recrutés spécialement pour assurer le service. Chacun d'entre eux est formé à l'encadrement des enfants et à la sécurité sur les quais et à bord des trains. Le service « Junior & Cie » est valable dans tous les TGV et les Intercités, ce qui nécessite un grand vivier d'animateurs sur toute la France.

ZOOM SUR LA COMMUNICATION « PRINT »

Quelque peu laissée pour compte avec l'essor de la communication online, la communication print n'en reste pas moins un support très prisé des annonceurs. Les plaquettes, flyers ou autres catalogues trouvent leur place dans une stratégie de communication multicanal. Ils sont très souvent utilisés pour le côté « corporate » de l'entité ou pour mettre en valeur les produits. Leur poids dans un budget communication peut être élevé mais ils demeurent très appréciés. Leur place est toute trouvée dans les stratégies associant digital et print pour prolonger l'expérience utilisateur (insertion de QR codes, hashtags...).