



**HAL**  
open science

**La gare, entre risques et opportunités  
communicationnelles pour le groupe SNCF : étude d'un  
objet complexe à appréhender, mais pourtant central au  
sein de l'activité d'un grand groupe ferroviaire français**

Even Delagrée

► **To cite this version:**

Even Delagrée. La gare, entre risques et opportunités communicationnelles pour le groupe SNCF : étude d'un objet complexe à appréhender, mais pourtant central au sein de l'activité d'un grand groupe ferroviaire français. Sciences de l'information et de la communication. 2022. dumas-04007687

**HAL Id: dumas-04007687**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04007687>**

Submitted on 28 Feb 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

## Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et risque

### La gare, entre risques et opportunités communicationnelles pour le groupe SNCF

Étude d'un objet complexe à appréhender, mais pourtant central  
au sein de l'activité d'un grand groupe ferroviaire français

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Jérémy Lucas-Boursier

Nom, prénom : DELAGRÉE Even

Promotion : 2021-2022

Soutenu le : 19/09/2022

Mention du mémoire : Très bien



# Remerciements

Au cours de la réalisation de ce travail de recherche, qui a su mobiliser mon temps et mon énergie tout au long de l'année, j'ai pu compter sur l'aide de plusieurs personnes que je souhaite remercier ici.

Je tiens d'abord à remercier le CELSA ainsi que toutes les équipes pédagogiques qui m'ont accompagné durant ces trois dernières années. J'ai pu y suivre des enseignements aussi riches en apports théoriques qu'en retours d'expériences, grâce aux cours de brillants chercheurs et chercheuses, ainsi qu'aux interventions de professionnel(le)s passionnant(e)s. Et pour leur accompagnement durant cette année de master 2, je tiens à remercier Madame Charbonneaux et Madame Tanniou.

Je n'aurais jamais pu faire ce mémoire sans mon tuteur, Jérémie Lucas-Boursier qui a toujours su se rendre disponible pour m'aiguiller lorsque je doutais ou que j'étais dans l'erreur. Ses conseils m'ont été très précieux, et je tiens ici à lui présenter ma gratitude.

Un mémoire sur la SNCF n'aurait pas de sens sans mes échanges avec ceux qui y travaillent, c'est pourquoi je tiens à remercier mes collègues au sein de la Direction de la communication et de la marque qui m'ont énormément appris au cours de mon année d'alternance. Parmi eux, je remercie tout particulièrement Cécile Istin et Sandrine Steunou, mes responsables dont la bienveillance et les enseignements furent plus que bienvenus. Travailler avec elles fut une chance que je ne regrette pour rien au monde. Je remercie également Pascal Hervé qui a toujours été là pour trouver les documents dont j'ai pu avoir besoin. Je ne peux pas non plus oublier les 3 DNCOM, Antoine Debièvre, François Objois et Marianne Minard, dont l'expérience et les conseils furent un privilège dont je n'aurais su me passer. SNCF aura bien été l'entreprise la plus formatrice que j'ai pu connaître, ainsi qu'une source d'inspiration sans limite pour ce travail de recherche.

Enfin, je tiens à remercier tous ceux qui, alors que rien ne les prédestinait à le faire, m'ont soutenu et aidé à réaliser ce travail de recherche. Je pense à mes camarades de promotion dont le regard et le recul m'ont offert de nouvelles perspectives d'écriture, et particulièrement Maud Rouillon pour son accompagnement sans faille, aussi bien au CELSA qu'à SNCF, dans le bureau d'à côté. Je pense enfin à Léa Chiffard, ma famille et mes ami(e)s ayant su faire des concessions pour me laisser le temps dont j'avais besoin dans le cadre de ce travail.

# Table des matières

<b>Remerciements</b>	<b>2</b>
<b>Table des matières</b>	<b>3</b>
<b>Introduction</b>	<b>5</b>
Qu'est ce qu'une gare ?	5
Intérêt du sujet	8
Problématique et hypothèses	11
Corpus et méthodologie	12
Avertissements au lecteur	15
<b>I - SNCF, premier communicant en gare</b>	<b>16</b>
A) La gare est un ensemble de dispositifs de contrôle des gestes et comportements des usagers	16
1) La circulation en gare	16
2) L'utilisation de nudges	18
3) La surveillance	22
B) SNCF met en place une série de médiations qui transforment le rapport de l'utilisateur à la gare	26
1) Les médiations d'explication	27
2) Les médiations culturelles	29
3) Les médiations spatiales	34
Conclusion partielle	37
<b>II - Les entraves à la réception des messages de SNCF en gare</b>	<b>38</b>
A) La gare est d'abord un lieu où circulent des individus disposant d'une certaine autonomie	38
1) Les attentes comportementales	38
2) Les habitudes de circulation	44
B) La gare est un espace marchand et donc concurrentiel	49
1) Le marché de l'attention	49
2) La concurrence institutionnelle	54
Conclusion partielle	58
<b>III - La gare attire les formes de communication conflictuelle</b>	<b>60</b>
A) La gare est un lieu où SNCF est confrontée à ses clients	61
1) Confrontation aux dysfonctionnements ferroviaires	61
2) Déplacement des plaintes vers les réseaux sociaux	65
B) La gare est un lieu dont la puissance symbolique attire les formes de communication conflictuelle	70
1) Des visions du service public	70
2) Pratiques politiques autonomes	72
3) Un dépassement du ferroviaire	75
Conclusion partielle	79
<b>Conclusion et recommandations</b>	<b>80</b>

<b>Bibliographie</b>	<b>86</b>
Ouvrages et essais	86
Articles universitaires	87
Reportages et articles de Presse	89
Sites Internet	90
<b>Annexes</b>	<b>93</b>
Annexe 1 : Plan de la gare Saint-Lazare	93
Annexe 2 : Baromètre des scores UBM des entreprises françaises (2021)	94
Annexe 3 : Tonalité des retombées médiatiques de SNCF (2021)	95
Annexe 4 : 1ère observation de terrain en gare Saint-Lazare	95
Annexe 5 : 2ème observation de terrain en gare Saint-Lazare	101
Annexe 6 : Photos prises en gares, hors observations planifiées	104

# Introduction

A l'occasion de son discours d'inauguration de l'incubateur de start-ups Station F le 29/06/2017<sup>1</sup>, le président de la République Emmanuel Macron, emporté dans une figure de style, s'essaya à une description de la gare : « Une gare, c'est un lieu où l'on croise les gens qui réussissent et les gens qui ne sont rien, parce que c'est un lieu où on passe, parce que c'est un lieu qu'on partage ». Ses propos controversés très médiatisés, jugés notamment méprisants, firent polémique. Mais après leur avoir enlevé leur jugement de valeur sur la notion de réussite, nous pouvons au moins leur accorder l'intérêt d'illustrer la capacité d'une gare à rassembler des individus extrêmement différents dans un environnement mouvant. Un véritable casse-tête à l'heure où les communicants cherchent à cibler de plus en plus précisément leurs récepteurs afin de diffuser des messages adaptés.

## Qu'est ce qu'une gare ?

Chaque jour, 10 millions de voyageurs fréquentent les 3000 gares du territoire français<sup>2</sup>. Ces dernières représentent donc des lieux du quotidien pour une part significative de la population. En France, la gestion des gares est sous la tutelle de SNCF Gares & Connexions, une société anonyme rattachée à SNCF Réseau, filiale de SNCF. La Société Nationale des Chemins de Fer français (SNCF) est une entreprise ferroviaire publique française et société anonyme à capitaux publics depuis 2020. Elle est en effet composée d'une société mère qui assure la direction générale du groupe ainsi que celle de ses 5 filiales : SNCF Réseau (gestion et entretien des infrastructures ferroviaires), SNCF Voyageurs (transport de voyageurs), Rails Logistics Europe (Regroupement des activités de fret et de

---

<sup>1</sup>Site internet de l'Elysée, page « Discours d'Emmanuel Macron lors de l'inauguration de la Station F » publié le 01/07/2017 : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2017/07/01/discours-demmanuel-macron-lors-de-linauguration-de-la-station-f> page consultée le 06/05/2022

<sup>2</sup> Site internet de SNCF Gares & Connexions : <https://www.garesetconnexions.sncf/fr> page consultée le 21/06/2022

logistique ferroviaire), Geodis (logistique et transport routier de marchandises) et Keolis (transports en commun urbains).

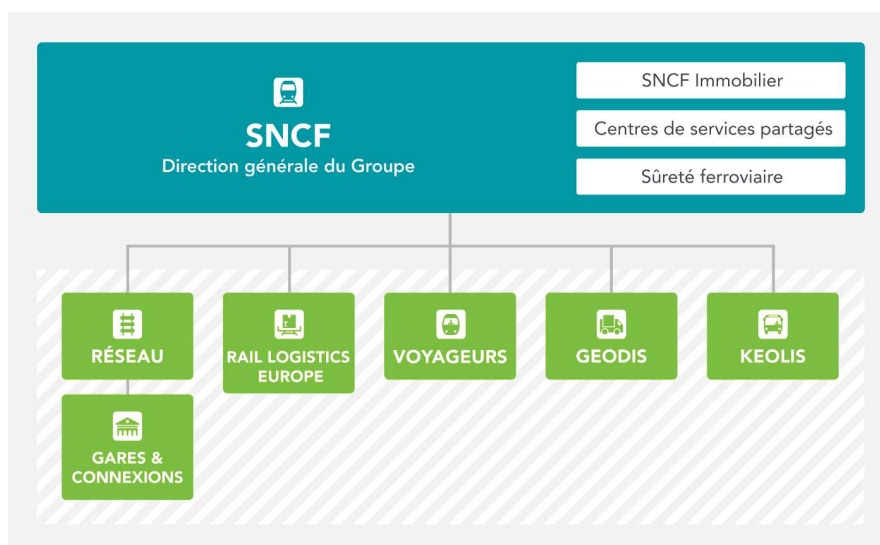


Illustration n°1 : Schéma récapitulatif de la réorganisation SNCF et des 6 sociétés anonymes<sup>3</sup>

Le Petit Robert définit la gare comme un « ensemble des bâtiments et installations établis aux stations des lignes de chemin de fer »<sup>4</sup>. Cette définition très généraliste établit bien la gare comme un bâtiment, une infrastructure, qui est à séparer du réseau ferré ou encore des trains gérés par d'autres filiales du groupe SNCF (respectivement SNCF Réseau et SNCF Voyageurs). Cependant, cette définition du petit Robert ignore complètement la façon dont est vécue la gare par ses usagers. Lorsque l'on monte dans un train en Gare du Nord, nous ne quittons pas immédiatement la Gare du Nord en franchissant les portes du wagon, nous y restons jusqu'au moins le départ du train. De plus, dans le cas des grandes gares citadines, celles-ci peuvent accueillir des commerces de franchises variées, ou des lignes de métro qui peuvent être gérées par d'autres entreprises ferroviaires comme la RATP à Paris. Il est donc important de se demander où s'arrête la gare. Lorsque l'on regarde le plan de la Gare Saint-Lazare<sup>5</sup>, mis à disposition du public par SNCF, on remarque qu'y sont précisés les commerces au sein de la gare, les rues et bâtiments

<sup>3</sup> Site internet SNCF « Qui sommes-nous ? » : <https://www.sncf.com/fr/groupe/profil-et-chiffres-cles/portrait-entreprise/qui-sommes-nous> page consultée le 10/07/2022

<sup>4</sup> Site internet du dictionnaire en ligne Le Robert, définition du mot « gare » <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/gare> page consultée le 10/07/2022

<sup>5</sup> Annexe n°1 : Plan de la gare Saint-Lazare



à proximité, ainsi que les connexions vers les lignes de métro et de bus. Dans ces conditions, la gare devient plus qu'une infrastructure, elle devient également un quartier, ou lui en donne au moins son nom. Nous pouvons en effet nous donner rendez-vous à Saint-Lazare, sans pour autant entrer dans le bâtiment de la gare. Ainsi, pour étudier l'objet gare, il semble qu'il faille considérer tout ce qui se trouve dans l'enceinte des murs de la gare (trains à quais, commerces, individus...), ainsi que dans les alentours proches, comme le parvis, les places et rues adjacentes, ou les connexions avec le trafic routier. La frontière souterraine semble pouvoir être fixée aux quais des connexions vers les lignes souterraines. Toute sortie de ce terrain revient alors à quitter la gare, à pied, à bord d'un train ou d'un métro.

La gare n'est pas qu'un lieu où prennent place les activités ferroviaires. C'est aussi un espace de vie, et notamment pour les plus grandes d'entre elles, où l'on trouve des points de restauration et des commerces. Ce sont des lieux de rendez-vous, d'adieux et de retrouvailles, qui ont conduit à la construction d'un fort attachement des Français à leurs gares. C'est en tout cas ce que démontre cette enquête<sup>6</sup> réalisée par l'IFOP pour SNCF, auprès d'un échantillon représentatif de 1400 personnes du 11 au 13 mars 2015 par questionnaire auto-administré en ligne. En effet, près de 2/3 des Français se déclarent attachés à leur gare, 70% des clients réguliers des trains longue distance disent se sentir « déjà un peu chez eux » dès lors qu'ils arrivent dans leur gare, et 83% d'entre eux disent même « la connaître par cœur ». Cette enquête va même plus loin et creuse le détail des usages que les français ont des gares, et notamment des usages qui leurs apportent des souvenirs heureux, faisant d'elles des espaces de la vie quotidienne. En effet, au moment de l'enquête, 33% des Français avaient déclaré s'être récemment rendus en gare pour accompagner un proche, 28% pour partir en vacances, et 12% pour des raisons totalement indépendantes du train, comme par exemple pour donner rendez-vous à un ami, effectuer des achats personnels ou encore pour y prendre un café. Enfin, l'enquête démontre la dimension émotionnelle, voire sentimentale de la gare dans les représentations collectives en révélant que 41% des Français vont même jusqu'à

---

<sup>6</sup> Site internet de SNCF Gares & Connexions, onglet « Actualités », page « Les français profondément attachés à leurs gares », publié le 20/03/2015 : <https://www.garesetconnexions.sncf/fr/actualites/francais-profondement-attaches-leurs-gares> page consultée le 10/07/2022

déclarer avoir déjà fait de belles rencontres en gares, et que 11% affirment y avoir déjà vécu une déclaration d'amour.

La gare est un lieu chargé de représentations, autour duquel, comme nous aurons l'occasion de le voir plus tard, s'est construit un véritable imaginaire. Nous pouvons par exemple observer la puissance de cet imaginaire par l'inspiration qu'elle offre aux artistes. Pour ne pas citer les nombreuses productions musicales sur la gare, de Pomme à Barbara, en passant par France Gall et Philippe Katerine, prenons l'exemple de la littérature. Lorsque l'on effectue une recherche avec pour mot clef « Gare » sur le réseau social dédié aux livres *Babelio*<sup>7</sup>, on ne trouve pas moins de 101 résultats, de la nouvelle au roman, en passant par la BD. On y retrouve notamment des romans à succès comme *L'invention de Hugo Cabret* de Brian Selznick, qui trouva également son public au cinéma avec son adaptation réalisée par Martin Scorsese sortie en 2011. Cette liste a pour limites de n'être évidemment pas exhaustive, et de sembler s'étendre aux thématiques du ferroviaire en général sans se limiter à la gare elle-même, mais elle illustre dans une certaine mesure l'importance de la gare dans les productions culturelles qui nous entourent et nous façonnent. Nous avons mentionné les chansons, les films et les livres, mais nous pourrions tout aussi bien parler du modélisme ferroviaire ou des peintures de Claude Monet, mais il faudrait alors nous livrer à un exercice d'inventaire des pratiques culturelles sur la gare, qui n'est pas notre sujet.

## Intérêt du sujet

Sur son site internet<sup>8</sup>, SNCF Gares & Connexions se dit « au service des transporteurs de tous modes, des collectivités et des voyageurs » et revendique 3 missions. La première est « d'assurer aux entreprises de transport ferroviaire un service au meilleur rapport qualité-prix et de façon transparente, neutre et non discriminatoire », ce qui comprend un service d'information des voyageurs, des

---

<sup>7</sup> Site Internet Babelio, Recherche approfondie « Gare » : <https://www.babelio.com/livres-/gare/9938> page consultée le 06/07/2022

<sup>8</sup> Site internet de SNCF Gares & Connexions, onglet « L'entreprise », page « Missions » : <https://www.garesetconnexions.sncf.fr/entreprise/entreprise-missions> page consultée le 06/07/2022

espaces « propres, sûrs et confortables » et un « entretien du patrimoine public » (comprenant les gares et leurs abords). Sa seconde mission est de « favoriser la complémentarité des modes de transports individuels et collectifs » et la troisième est de veiller à un « développement équilibré des territoires ». Nous comprenons par ses missions l'enjeu communicationnel auquel SNCF Gares & Connexions fait face. Pour pouvoir répondre aux attentes sur la gestion des flux de personnes et des espaces, la filiale doit se munir d'outils communicationnels, comme les sciences comportementales pour transformer les comportements indésirables, ou la sémiologie pour optimiser l'efficacité de son information voyageurs (ensemble des formes de communications permettant d'apporter des informations aux voyageurs sur la situation de leur trajet). Elle a de plus la lourde charge d'accueillir chaque jour dans ses gares les millions de clients de SNCF, entreprise la plus médiatisée de France, voire d'Europe<sup>9</sup>, et malheureusement pour des sujets plus souvent négatifs que positifs<sup>10</sup>. L'actualité de SNCF est en effet plutôt traitée au travers de sujets crisogènes dans les médias, comme les grèves des cheminots, les retards des trains ou les prix des billets. Si SNCF n'a pas de contrôle direct sur les publications à son égard dans les médias traditionnels ainsi que sur les médias sociaux, observer la manière dont elle communique sur un terrain qui lui est plus acquis est intéressant pour voir comment le groupe ferroviaire peut chercher à y améliorer son image. C'est en grande partie dans les gares que se construit la perception de SNCF par les français, soit de façon directe par l'expérience de la gare et de ses services, soit par la médiatisation des phénomènes qui s'y produisent.

L'enjeu communicationnel en gare est donc significatif, et cette affirmation est d'autant plus vraie si l'on se fie à l'approche constitutive de la communication organisationnelle. La revue *Communication & Organisation* est revenue en juin 2021 sur la communication constitutive des organisations (ou CCO), dans leur numéro baptisé *La communication constitutive des organisations : émergence et innovations*<sup>11</sup>. Dany Baillargeon, Nicolas Bercherki et Geneviève Boivin y

---

<sup>9</sup> Annexe n°2 : Baromètre des scores UBM des entreprises françaises (2021)

<sup>10</sup> Annexe n°3 : Tonalité des retombées médiatiques de SNCF (2021)

<sup>11</sup> Baillargeon, Dany, Nicolas Bencherki, et Geneviève Boivin. « 20 ans des approches de la communication constitutive des organisations : émergence et innovations », *Communication & Organisation*, vol. 59, no. 1, 2021, pp. 13-25.

développent que ces approches, considérant que ce n'est pas l'organisation qui fait la communication, mais bien l'inverse, avaient gagné en légitimité au cours des 20 dernières années. Cette posture permettrait de « comprendre les organisations en observant la façon dont les discussions, les documents, les textes officiels, les interfaces de gestion, la disposition des bureaux, etc. agissent entre eux, maintiennent et font évoluer ces milieux de vie hautement significatifs que sont les organisations ». Les écoles de pensée sont multiples, mais se réunissent autour de 6 prémices selon Coreen, Kuhn et Conelissen. Parmi tous ces prémices, nous noterons l'intérêt pour « les événements communicationnels », et l'idée que « ce qui est considéré comme de la communication doit être inclusif de toutes les formes d'interactions, et pas seulement les interactions humaines ». Cette dernière idée nous montre qu'une étude de ce sujet sur le terrain de la gare doit couvrir les phénomènes communicationnels qui s'y produisent dans toute leur diversité. Ainsi, selon cette approche, SNCF existerait à travers la perception que ses usagers ont d'elle. En ce sens, il semble que la gare en tant qu'espace de manifestation de phénomènes communicationnels représente à la fois un risque et une opportunité pour le groupe SNCF. C'est en effet un lieu qui a la capacité de transformer la perception de SNCF par ses usagers, et donc de la conditionner en tant qu'organisation.

Mais la gare est un terrain très, voire presque trop complexe pour que SNCF puisse y faire passer ses messages sans obstacle. C'est d'abord un espace complexe de par la multiplicité des acteurs communicants que l'on y trouve, des commerces aux voyageurs, en passant par les pouvoirs publics. C'est également un lieu qui déchaîne les passions par l'imaginaire qu'il génère, à tel point que nous pourrions presque parler d'un véritable mythe<sup>12</sup> de la gare. Pourtant, c'est bien le terrain sur lequel SNCF a le plus de contrôle en tant que gestionnaire, ce qui lui permet de mettre en place des opérations de communication et de médiation pour répondre aux enjeux auxquels elle fait face.

---

<sup>12</sup> BARTHES Roland, *Mythologies*, Editions du Seuil, 1957

## Problématique et hypothèses

**Dans quelle mesure peut-on considérer que la gare comme objet communicationnel représente à la fois des opportunités et des risques pour le groupe SNCF, son image, et le bon fonctionnement de ses activités ?**

Pour définir le terme « objet communicationnel », nous nous baserons sur les travaux de Serge Proulx, qui s'est penché sur cette notion dans *L'usage des objets communicationnels : l'inscription dans le tissu social*<sup>13</sup>. Pour lui, « L'objet communicationnel peut être défini comme un objet disposant d'une « force » (au sens de Mauss) pouvant favoriser des pratiques d'interaction, d'échange, de coopération, de coordination entre individus et entre groupes ». Ainsi, comme nous le verrons plus tard, la gare peut effectivement être considérée comme un objet communicationnel, puisqu'elle a une capacité à permettre et susciter des interactions entre SNCF et ses clients, entre les usagers entre eux, ou encore entre des groupes dissociés du secteur ferroviaire. Cette liste n'est pas exhaustive, mais laisse transparaître la diversité des échanges qui peuvent prendre forme au sein de la gare. Ce sont ceux-là que nous allons étudier dans ce travail de recherche.

**HYPOTHÈSE 1 : La gare est un outil efficace pour répondre aux enjeux auxquels SNCF fait face dans ses activités.**

*La gare étant un lieu administré par le groupe SNCF à travers sa filiale SNCF Gares & Connexions, sa légitimité et sa capacité à communiquer en son sein ne sont pas à remettre en question. Cette situation lui permet de répondre à des enjeux logistiques, sécuritaires, ou encore d'image, en se servant de la gare comme outil, notamment de médiation, pour diffuser ses messages ou transformer l'expérience du voyageur.*

**HYPOTHÈSE 2 : La gare est un lieu qui vit et communique indépendamment de SNCF, ce qui complexifie la réception des messages émis par l'entreprise.**

---

<sup>13</sup> PROULX Serge, « L'usage des objets communicationnels : l'inscription dans le tissu social in La société de la connaissance à l'ère de la vie numérique », *Groupe des Écoles de Télécommunications (GET)*, 2007, p. 104-111.

*La gare reste un espace qui accueille d'autres acteurs que SNCF, des usagers aux commerces, en passant par les collectivités territoriales. Cette diversité d'acteurs rend complexe le travail de SNCF pour faire passer ses messages, en brouillant la réception de ces derniers.*

**HYPOTHÈSE 3 : La gare est un lieu qui attise des formes de communication conflictuelle, qui viennent déstabiliser l'hégémonie communicationnelle de SNCF**

*Par sa nature ou les représentations que peuvent en avoir les individus, la gare est en elle-même créatrice ou mobilisatrice de phénomènes de communication conflictuelle, qui peuvent représenter un risque pour l'image et le bon fonctionnement des activités du groupe SNCF.*

## Corpus et méthodologie

Pour vérifier ces hypothèses, il a été jugé nécessaire de construire un corpus autour de l'observation de la gare et des phénomènes qui s'y produisent. Celle-ci s'est d'abord traduite par de l'observation de terrain, une méthode nécessaire pour observer ce qu'il s'y passe, les messages qui y circulent, les médiums<sup>14</sup> utilisés, la perception de ces messages par les récepteurs ou encore les comportements des individus. Ce choix fait face à une limite à prendre en compte : chacune des 3000 gares françaises étant différente des autres, avec ses propres usagers, sa propre structure, ses propres enjeux, sa propre taille, il nous est impossible de toutes les couvrir dans nos observations. Ceci nous impose de prendre nos distances avec nos observations, et de rester conscients que ce qui se passe dans une grande gare parisienne n'aura rien à voir avec ce que nous pourrions observer dans une petite gare de village. Face à l'impossibilité d'observer toutes les gares, il a été choisi de centrer nos observations sur la gare Saint-Lazare, à Paris. Ce choix est motivé par plusieurs raisons. D'abord, l'observation d'une grande gare semblait plus pertinente, car leur taille ainsi que leur nombre d'usagers quotidiens permettaient d'observer

---

<sup>14</sup> BAETENS Jan, « Le médium n'est pas soluble dans les médias de masse », *Hermès, La Revue*, vol. 70, no. 3, 2014, pp. 40-45.

plus de phénomènes communicationnels exploitables dans ce travail de recherche. De plus, pour des raisons pratiques, il fallait choisir une gare parisienne afin de pouvoir s'y rendre facilement. Parmi les grandes gares parisiennes, la gare du Nord, plus grande gare d'Europe, qui semblait représenter un parfait terrain d'étude, a finalement été écartée du fait de sa taille et sa complexité qui n'auraient rendu notre travail de recherche que plus ardu. C'est finalement la Gare Saint Lazare qui semblait représenter le meilleur compromis, couvrant une surface raisonnable pour l'observation, tout en représentant tous les attributs d'une grande gare parisienne (multimodalité, accueil de commerces, diversité des profils d'usagers...). En effet, la Gare Saint Lazare est catégorisée par Gares & Connexions comme une gare pendulaire<sup>15</sup>, c'est-à-dire qu'elle est principalement fréquentée par des franciliens pour des déplacements domicile-travail. Mais ne s'arrêtant pas aux migrations pendulaires, elle accueille également des départs en vacances et en weekend par les lignes normandes. Deux observations ont été réalisées en gare Saint-Lazare. La première<sup>16</sup> ayant eu lieu le jeudi 2 mai 2022 de 18h00 à 19h00, en pleine semaine sur une heure de haute fréquentation par les usagers quotidiens, était une observation de découverte du terrain ayant pour objectif d'effectuer un premier recensement des phénomènes communicationnels observables dans cette gare à un moment fort de son quotidien. La seconde observation<sup>17</sup> a eu lieu le vendredi 1<sup>er</sup> juillet de 18h00 à 19h00, à l'occasion croisée du premier weekend des grands départs des vacances de l'été 2022 et de l'anniversaire des pianos en gare, qui fêtaient alors leurs 10 ans. Une date qui nous permettait d'observer une opération de communication spéciale de SNCF Gares & Connexions, ainsi que les comportements d'un autre type d'utilisateur : le voyageur longue distance, le vacancier.

Cependant, nous ne pouvions pas ignorer les phénomènes communicationnels qui pouvaient se produire dans les autres gares. C'est pour cela que le choix a été fait de compléter ce corpus par des observations non organisées dans d'autres gares, faites tout au long de la réalisation de ce travail de recherche. Ainsi seront reportées des observations faites en gare de Lyon, en gare Stade de France - Saint-Denis, ou

---

<sup>15</sup> Mars 2015, Grande enquête sur « La fréquentation des grandes gares franciliennes », PDF téléchargeable sur ce lien : [https://www.omnil.fr/IMG/pdf/gares\\_connexions\\_web.pdf](https://www.omnil.fr/IMG/pdf/gares_connexions_web.pdf) page consultée le 23/06/2022

<sup>16</sup> Annexe n°4 : 1ère observation de terrain en gare Saint-Lazare

<sup>17</sup> Annexe n°5 : 2ème observation de terrain en gare Saint-Lazare

encore en gare de Nantes (liste non exhaustive). Il est arrivé que ces observations deviennent en fait des immersions. Nous sommes entrés dans ces gares dans la peau d'un voyageur, pour ne pas dire que nous en étions un, qui vivait pleinement l'expérience de la gare. Cette dimension immersive sera exploitée pour vérifier nos hypothèses. Il sera tout de même nécessaire de prendre une distance avec ces raisonnements issus de l'immersion, car ils sont soumis à une forte subjectivité. Nous invitons donc le lecteur à toujours comparer ce qu'il lira avec sa propre expérience de la gare dans les situations qui seront décrites. Ces observations et immersions non organisées ne disposerons pas, du fait de leur nature spontanée, d'un compte rendu en annexes. Nous tâcherons cependant de signaler en notes de bas de page la date et le lieu des phénomènes observés lorsqu'ils seront mentionnés. Enfin, pour compenser l'incapacité à couvrir l'ensemble du territoire dans nos observations, il a été décidé d'intégrer à notre corpus des événements s'étant produits en gare, rapportés par une veille des médias sociaux fournie par l'agence *Opinion Act* et commandée par la direction de la communication et de la marque du groupe SNCF. Nous nous concentrerons sur les événements rapportés par cette veille d'octobre 2021 à juillet 2022 inclus.

En parallèle de ce corpus, nos recherches se nourriront d'un ensemble de lectures scientifiques de diverses disciplines des sciences humaines et sociales comme les sciences de l'information et de la communication, la sociologie, l'urbanisme ou les sciences comportementales. Ces lectures viendront apporter des concepts et théories qui nous aideront à mieux comprendre les phénomènes communicationnels que nous pourrions observer en gare.

Dans une première partie nous verrons comment SNCF utilise la gare pour diffuser ses messages, améliorer le fonctionnement de ses activités, et transformer l'expérience de la gare qu'en ont les usagers.

Dans une seconde partie, nous essaierons d'étudier les facteurs qui peuvent gêner ces initiatives de SNCF, notamment l'autonomie des usagers et la surcharge d'acteurs communicants en gare.



Enfin, dans une dernière partie, nous chercherons à comprendre comment la gare peut attiser des formes de communication conflictuelle, et en quoi celles-ci peuvent représenter un risque pour SNCF.

## Avertissements au lecteur

Le terme de gare a été précédemment défini selon des termes qui conviennent à ce travail de recherche. Tout au long de cet écrit, le mot « gare » va être beaucoup employé. Il fera toujours référence aux gares ferroviaires (par opposition aux gares maritimes, routières, ou aux aérogares). Il fera également quasiment systématiquement référence aux gares de grande ou de moyenne taille, celles de petite taille ne rassemblant que trop peu d'événements communicationnels à étudier, du fait du peu de personnes qu'elles accueillent. Ces dernières ne seront donc mentionnées que dans des propos appliqués à l'intégralité des gares (« Les 3000 gares françaises », « La gare incarne le territoire »...), et leur taille sera précisée dans la mesure du possible lorsque nous y ferons référence de façon spécifique.

Une confusion peut être faite entre SNCF et sa filiale SNCF Gares & Connexions dans la responsabilité de la gestion de la gare. Tout au long de ce travail de recherche, nous ne chercherons pas à différencier ces deux échelles de direction. Les objectifs et intérêts de SNCF Gares & Connexions seront considérés comme ceux de SNCF. Dans un souci de lisibilité, nous nous référerons quasiment systématiquement, sauf exceptions, à l'appellation « SNCF ».

Enfin, certains raisonnements que nous formulerons dans ce travail de recherche seront tirés d'observations générales, transverses à nos différentes observations et immersions dans différentes gares. Dans ces cas, nous ne nous référerons à aucune annexe ou note de bas de page.

# I - SNCF, premier communicant en gare

SNCF semble bénéficier d'une hégémonie communicationnelle en gare, un terrain dont elle est le gestionnaire. Elle profite de cette position privilégiée pour répondre aux enjeux divers auxquels elle fait face, en se servant de la gare comme outil de médiation.

## A) La gare est un ensemble de dispositifs de contrôle des gestes et comportements des usagers

Parmi tous les enjeux auxquels SNCF fait face au sein de ses gares, nous comptons notamment la circulation des usagers, leur sécurité, ou encore la propreté. Pour assurer ces objectifs, nous allons voir que l'entreprise ferroviaire a mis en place un ensemble de dispositifs (au sens de Foucault) de contrôle des usagers de la gare.

### 1) La circulation en gare

Pour comprendre l'importance de la signalétique en gare, et notamment celle relative aux circulations, il faut considérer les phénomènes de foules comme des événements présentant des risques, et notamment des risques de bousculades qui peuvent s'avérer mortelles pour les individus constituant ces foules. Pour preuve, nous pouvons prendre pour exemple le tragique événement du 24 septembre 2015<sup>18</sup>, où 2300 personnes ont trouvé la mort dans des bousculades près de la Mecque lors du pèlerinage annuel. L'Arabie Saoudite, pays organisateur, a notamment été mise en cause par l'Iran pour son organisation jugée défailante. Nous comprenons donc que les enjeux liés aux phénomènes de foules sont majeurs et incombent aux encadrants une responsabilité de taille. La gare étant un lieu où peuvent circuler de grandes quantités d'individus simultanément, la vigilance de

---

<sup>18</sup> Lefigaro.fr « Les mouvements de foules les plus meurtriers depuis 10 ans » publié le 30/04/2021  
URL : <https://www.lefigaro.fr/international/les-mouvements-de-foule-les-plus-meurtriers-depuis-dix-ans-2021-0430> page consultée le 11/07/2022

SNCF s'y impose pour permettre une certaine fluidité dans les déplacements de personnes. Dans son ouvrage *Social Control*<sup>19</sup>, Ross explique que « assurer l'ordre aux jonctions des artères d'une grande ville implique avant tout une absence de collision entre les gens et les véhicules qui y interfèrent réciproquement ». Nous pouvons appliquer ce raisonnement à la gare. Le groupe ferroviaire doit donc mettre en place un système de contrôle des déplacements, qui permettra de fluidifier les circulations de personnes, et de limiter les collisions et bousculades.

Pour se faire, nous avons pu observer en gare une omniprésence de la signalétique d'assistance aux déplacements à destination des usagers. Ceux-ci n'ont qu'à suivre un chemin qui leur est continuellement indiqué, qu'ils cherchent à rejoindre les lignes de métro, de trains, ou des sorties particulières. Pour cela, c'est un arsenal de panneaux, plaqués aux murs ou suspendus au plafond, disposés à chaque croisement de couloirs, qui sont mis à disposition des arpenteurs de la gare. Sur ces panneaux, nous pouvons observer l'utilisation de pictogrammes. Ceux-ci permettent de représenter un lieu, une destination, de façon claire, visible et concise. Le meilleur exemple semble être les indications pour rejoindre les lignes de métro. Aucune indication écrite ne semble préciser qu'il s'agit d'une ligne de métro, seul le chiffre de la ligne et la couleur qui lui est assignée transparaissent sur ces panneaux, et cela semble suffir. Les usagers réguliers des gares parisiennes sont accoutumés à ces pictogrammes, et reconnaissent les lignes de métro au premier coup d'œil. La question de l'adaptation des touristes à ces codes peut alors poser question, mais nous pouvons supposer que leur temps d'adaptation est relativement court, en constatant l'absence de plaintes sur le sujet. Les pictogrammes seraient donc faciles à comprendre, une conclusion à tirer avec de grandes précautions face au manque d'éléments de preuve sur le sujet. Quoiqu'il en soit, la lecture de ces pictogrammes permet à l'usager averti de circuler très rapidement, avec des coups d'oeils très rapides ne demandant presque pas de temps de réflexion pour se diriger (des exceptions sont à noter telles que les informations temporaires comme celles relatives aux travaux, déviant une trajectoire). Le pictogramme fait office de

---

<sup>19</sup> ROSS Edward Alsworth, *Social Control*, New York, The Macmillan Company, 1908

signifiant, qui vient représenter la ligne de métro, qui elle est alors le signifié<sup>20</sup>. Le tout constitue un signe lisible par l'utilisateur de la gare. Cette méthode reprend les codes de la circulation routière, où les objectifs demeurent similaires (sécurité, absence de collision entre les individus). Les pictogrammes ne font pas qu'indiquer des destinations, ils proposent également des sens de circulation à l'aide de flèches au sol par exemple. Ce type d'initiatives permet de créer des couloirs de circulation, évitant que les flux de personnes ne se heurtent quand ils se croisent.

SNCF met donc à la disposition des arpenteurs de la gare une signalétique importante, leur permettant de circuler de façon fluide, et d'éviter tout phénomène d'embouteillage, ou de bousculade. C'est un dispositif de contrôle des déplacements qui répond à la fois à des enjeux de sécurité, de confort, mais aussi d'efficacité. La gare doit être praticable de la façon la plus autonome possible par ses usagers pour pouvoir accueillir les flux qui y surgissent.

## 2) L'utilisation de nudges

Le 7 juin 2022 paraissait dans Le Parisien un article intitulé *Les « nudges », des outils qui incitent les usagers de la SNCF à bien se tenir*<sup>21</sup>. Dans cet article, nous pouvons lire que SNCF fait partie des rares entreprises à avoir développé une « nudge unit » afin d'utiliser les sciences comportementales pour inciter ses usagers à adopter des comportements jugés préférables par le groupe ferroviaire. Cette unité viserait à répondre à 3 problématiques : la gestion des flux, les incivilités et les bagages oubliés. Pour démontrer l'efficacité de ces méthodes, l'exemple donné évoque une fresque dessinée à Gare-du-Nord afin de dissuader les passants d'y uriner. Un capteur y aurait détecté 81% d'épanchements en moins sur cette zone.

---

<sup>20</sup> BERGOUNIOUX Gabriel, « **COURS DE LINGUISTIQUE GÉNÉRALE**, Ferdinand de Saussure - Fiche de lecture », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 03/08/2022. URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/cours-de-linguistique-generale/>

<sup>21</sup> Le Parisien, VAROQUIER Jila, *Les « nudges », des outils qui incitent les usagers de la SNCF à bien se tenir*, publié le 07/06/2022

Mais alors qu'est-ce qu'un nudge ? Littéralement, le terme « nudge » peut se traduire comme « un coup de pouce ». Dans le livre pionnier l'économie comportementale, *Nudge. Comment inspirer la bonne décision*, Richard Thaler (qui remportera en 2017 le prix nobel d'économie pour ses travaux sur le sujet) et Cass Sunstein définissent le nudge comme « un facteur qui modifie de façon significative le comportement du simple mortel »<sup>22</sup>. Cette notion se transcrit dans le courant de pensée qu'est le paternalisme libertaire, défendu par les auteurs. Il repose sur la conviction qu'il faille conjuguer deux idées qui peuvent sembler irréconciliables. D'une part, les individus ne prendraient pas systématiquement les meilleures décisions pour leurs intérêts, par exemple pour leur santé (problèmes de malnutrition, consommation de produits nocifs...). C'est une thèse qui s'oppose frontalement aux théories de l'homo economicus<sup>23</sup>, qui considèrent les consommateurs comme des individus rationnels. D'autre part, la valeur de liberté devrait être protégée, et notamment la liberté de choix des individus, qui devraient pouvoir être en mesure de prendre des décisions en totale liberté, sans que l'on ne les contraigne à un comportement particulier. Ainsi, le nudge serait un outil efficace pour influencer les comportements des individus, sans pour autant leur ôter leurs libertés, ni leur pouvoir de décision. Les institutions et individus mettant en place des nudges deviennent ce que Richard Thaler et Cass Sunstein appellent des architectes du choix, c'est à dire qu'ils modifient le cadre dans lequel le choix des intéressés s'effectuera de manière parfaitement libre, de façon à favoriser un comportement plutôt qu'un autre. Dans les exemples les plus connus, nous pouvons mentionner les mouches dessinées au fond des urinoirs des toilettes pour homme de l'aéroport de Schiphol à Amsterdam, qui permettent de réduire de 80% les éclaboussures d'urine en donnant aux hommes une cible sur laquelle se concentrer, et dans la même logique, les cibles disposées par la mairie de Paris autour des poubelles pour inciter les personnes à choisir la poubelle plutôt que le sol pour jeter leurs déchets. Mais alors quels sont les nudges utilisés par SNCF ?

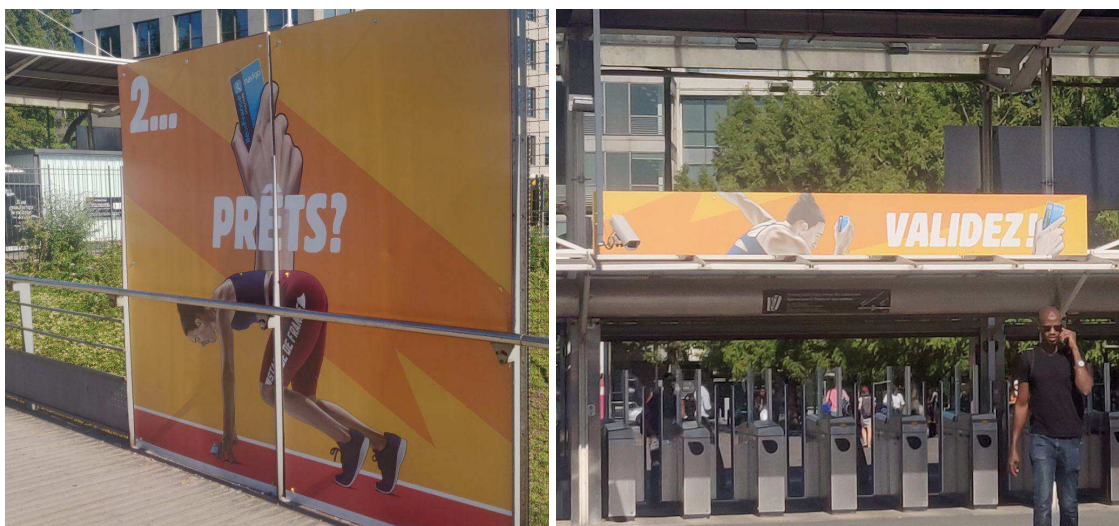
Lors de nos observations, nous avons été frappés par la forte présence des nudges en gare, marquante lorsque l'on y prête attention. Les 3 objectifs retenus par la

---

<sup>22</sup> SUNSTEIN Cass et THALER Richard, *Nudge. Comment inspirer la bonne décision*, Pocket, 2012

<sup>23</sup> COHEN Daniel, *Homo economicus, prophète (égaré) des temps modernes*, Albin Michel, 2012

nudge unit de l'entreprise (gestion des flux, incivilités et bagages oubliés) semblent bien être tous pris en compte. Nous avons déjà pu mentionner plus haut la fresque en Gare du Nord, permettant de dissuader les individus d'y uriner, et donc de limiter ces formes d'incivilités. Nous allons maintenant chercher à développer des exemples pour illustrer les initiatives pour répondre aux deux autres enjeux du groupe. Sur la gestion des flux, nous avons pu constater en Gare du Nord ainsi qu'en Gare de Stade-de-France Saint-Denis de grandes illustrations, reprenant les codes ainsi que des visuels de la course à pied, afin d'inciter les usagers à sortir plus rapidement leurs titres de transports pour sortir de la gare, un impératif qui peut sembler contre-intuitif. L'objectif semble être ici de limiter les phénomènes d'embouteillages et d'entassement aux niveau des portiques de sortie en y fluidifiant le plus possible les passages.



Photos prises en gare de Stade-de-France Saint-Denis le 15 juillet 2022

Concernant les bagages abandonnés, cette problématique a gagné en importance depuis les attentats de 2015, du fait des plans vigipirates et des processus contraignants imposés par la préfecture de police en cas de bagage abandonné (suspensions de bombes, mobilisation d'une équipe de démineurs, évacuation de la gare...). Des mesures qui entravent lourdement le trafic ferroviaire, avec de gros retards de trains générés. Afin de se montrer pro-actif dans la lutte contre les bagages abandonnés, SNCF décuple ses efforts en redoublant d'imagination pour éviter les oublis des voyageurs. Nous pouvons déjà observer des rappels constants placardés sur les murs, sur les portiques de sorties, ou même au sol sur les quais.



Photo prise en gare de Stade-de-France Saint-Denis le 15 juillet 2022

Mais l'initiative la plus surprenante et ambitieuse que nous avons pu observer en gare reste celle consistant à disposer sur les quais de la gare à l'arrivée des trains une personne faisant office de rappel ambulant, sonore et visuel. En effet, en gare Saint-Lazare, nous avons pu constater qu'une femme était présente, munie d'un drapeau sur lequel nous pouvions lire « Bagage oublié, amende assurée » et d'un mégaphone dans lequel elle criait à intervalles réguliers « Mesdames et messieurs bienvenu en gare de Saint-Lazare, merci de vérifier que vous n'oubliez rien à bord ».

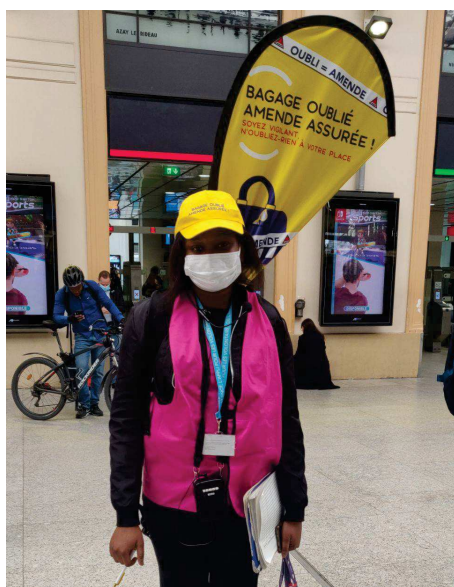


Photo prise en gare de Saint-Lazare le 02 mai 2022

Ces méthodes de lutte contre les oublis de bagages en gare semblent s'apparenter plus à des injonctions et des rappels que des coups de pouces subtils, mais ils ont bien vocation à modifier l'architecture du choix, ou en tout cas les comportements

des voyageurs pour leur propre bien comme pour celui des autres, ce qui rejoint le courant du paternalisme libertaire.

L'utilisation de nudges n'est pas un choix neutre. Il semble s'apparenter à ce que Yves Jeannot appelle dans son livre *Critique de la trivialité*<sup>24</sup> des « prétentions communicationnelles ». C'est un terme qu'il définit de la façon suivante : « mode d'intervention sur les processus de communication qui de manière délibérée ou insensible hiérarchise les éléments, détermine des conditions cruciales et légitime une certaine compétence à y intervenir ». En d'autres termes, l'efficacité des nudges pour transformer les comportements est à remettre en question, et la volonté manifestée du groupe SNCF d'y avoir recours témoigne d'une prétention à la légitimité et à la compétence, dont il disposerait de façon suffisante pour pouvoir le faire. Il est important de garder en tête que les théories des nudges sont contestées dans les sciences de l'information et de la communication, afin de ne pas prendre ces méthodes pour des solutions systématiquement efficaces. Cependant, nous avons bien à nouveau un exemple de dispositif mis en place par SNCF pour contrôler les usagers dans leurs actions, dont l'objectif et la méthode sont assumés et même valorisés.

### 3) La surveillance

En tant que gestionnaire de la gare, SNCF doit faire face à un enjeu de toute autre nature, la sécurité. Cette responsabilité, que l'on aurait plutôt tendance à attribuer au niveau des pouvoirs publics, et notamment du régalien, s'impose au groupe français, qui est allé jusqu'à développer une police ferroviaire : la Suge (Surveillance Générale). Ainsi, SNCF se voit élargir son domaine de compétences, et prolonge la mission gouvernementale de protection des citoyens, en assurant la sécurité des usagers de la gare. Nous allons voir comment se traduit cette responsabilité au sein de la gare. Au sein du jargon SNCF, le terme de « sécurité » est plutôt attribué à la prévention d'accidents. Pour le cas de la prévention d'acte de malveillances, c'est le terme de « sûreté » qui est préféré, et que nous emploierons donc. Nous nous permettrons cependant l'emploi du terme « sécurité » dans des contextes plus

---

<sup>24</sup> JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité*, Editions non standard, 2014



larges, pouvant englober les actes de malveillance comme les accidents (« assurer la sécurité des voyageurs », « enjeu sécuritaire »...).

Pour étudier l'ensemble du dispositif mis en place par SNCF pour assurer la sécurité dans ses gares, nous devons déjà nous demander ce qui justifie qu'une telle responsabilité soit confiée à une entreprise, et que tant d'efforts y soient investis. Le ferroviaire est un secteur bien particulier en termes de sûreté. En effet, près d'un tiers des usagers insécures se sentent particulièrement en insécurité dans les stations de métro ou dans les gares (32%)<sup>25</sup>. Ce sentiment d'insécurité dans les transports est particulièrement médiatisé depuis les mouvements de libération de la parole sur les phénomènes de sexisme, de harcèlement et d'agressions sexuelles dont sont victimes les femmes plus particulièrement. Il est également important de préciser que ce sentiment d'insécurité n'est pas qu'un simple ressenti. Selon l'INSEE en 2019, 145 630 vols (avec et sans violences), 2 100 violences sexuelles, et 8 050 coups et blessures volontaires ont été commis dans les transports en commun.

**Figure 1 – Vols et violences commis dans les transports en commun, en 2019**

	Nombre de faits commis dans les transports en commun	Part des faits commis dans les transports en commun (en %)
Vols sans violence <sup>1</sup>	133 900	18,3
Vols avec violence <sup>1</sup>	11 730	12,9
Coups et blessures volontaires	8 050	2,9
Violences sexuelles	2 100	3,8
Outrages et violences contre dépositaires de l'autorité publique	3 070	4,6

1. Y compris tentatives.  
 Lecture : en 2019, 8 050 faits de coups et blessures volontaires (CBV) commis dans les transports en commun ont été enregistrés par les services de police et de gendarmerie, soit 2,9 % de l'ensemble des CBV enregistrés en France par la police ou la gendarmerie.  
 Champ : France.  
 Sources : SSMSI, base des crimes et délits enregistrés par la police et la gendarmerie 2019 ; SSMSI, base des victimes de crimes et délits enregistrés par la police et la gendarmerie 2019.

Recensement des vols et violences commis dans les transports en commun en 2019 - Source : INSEE<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Site internet de l'IHEMI, page « Le sentiment d'insécurité dans les transports en commun », publié le 30/01/2018  
<https://www.ihemi.fr/publications/grand-angle/le-sentiment-dinsecurite-dans-les-transports-en-commun> page consultée le 13/07/2018

<sup>26</sup> Site internet de l'INSEE, page « Sécurité et société », publié le 09/12/2021  
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5763595?sommaire=5763633#tableau-figure1> page consultée le 13/07/2022

De plus, ces violences représentent un risque d'image pour le groupe SNCF par leur médiatisation. Au cours de notre travail de recherche, nous bénéficions de l'outil de veille Opinion Act, nous répertoriant notamment les mentions d'agressions au sein des infrastructures dans lesquelles SNCF était impliquée. Sur la période du 1er mai au 1er août<sup>27</sup>, cet outil de veille a pu faire remonter 24 violences sexuelles, 9 vols, et 16 actes de violence physique (Bagarres, agressions...). Mesurer l'insécurité par leur médiatisation sur les médias sociaux et traditionnels ne permet pas d'obtenir des chiffres exacts et exploitables sur les agressions en gare, la liste n'étant ni exhaustive, ni complètement fiable. En revanche, elle nous offre une belle idée du risque d'image encouru par le groupe sur le volet sécuritaire.

Lors de son travail de recherche sur la surveillance en Gare du Nord, Florent Castagnino propose de considérer la gare comme un « laboratoire de gouvernementalité »<sup>28</sup>. La gouvernementalité est définie par Foucault comme « l'ensemble constitué par les institutions, les procédures, analyses et réflexions, les calculs et les tactiques qui permettent d'exercer, cette forme bien spécifique, quoique très complexe, de pouvoir qui a pour cible principale la population, pour forme majeure de savoir, l'économie politique, pour instrument technique essentiel les dispositifs de sécurité »<sup>29</sup>, soit « la manière dont on conduit la conduite des hommes ». Considérer la gare comme un laboratoire de gouvernementalité sous-entend que la gare est un lieu d'expérimentations de contrôle des populations, où sont essayées des innovations logistiques ou technologiques pour répondre aux enjeux de sûreté. Il nous est difficile de vérifier une telle hypothèse, mais nous pouvons tout de même répertorier les dispositifs<sup>30</sup> de surveillance et de sécurité qui y sont mis en place. Olivier Aïm expliquait dans son ouvrage « Les Théories de la surveillance »<sup>31</sup> que la mise en place de nouveaux systèmes de sécurité est

---

<sup>27</sup> Cette temporalité nous semble représentative, car elle intègre à la fois une période de vacances (Juillet) et une période de circulations plus classique (Mai et Juin).

<sup>28</sup> CASTAGNINO Florent, « Séparer pour mieux surveiller. Spatialité des risques et pratiques de surveillance en Gare du Nord », *Flux*, vol. 103-104, no. 1-2, 2016, pp. 44-56.

<sup>29</sup> AÏM Olivier, *Les théories de la surveillance*, Armand Colin, 2020

<sup>30</sup> FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir*, Gallimard, 1993

<sup>31</sup> AÏM Olivier, *Les théories de la surveillance*, Armand Colin, 2020

nécessaire afin « d'encadrer les phénomènes pour qu'ils ne dévient pas ». En gare, nous pouvons diviser en trois parties les mesures observables prises par SNCF pour répondre aux enjeux de sûreté. Premièrement, un dispositif de surveillance très développé constitué essentiellement de caméras de surveillance, et d'agents circulant sur le terrain. Ensuite, un dispositif de sécurité incarné par les agents de sûreté, la police ferroviaire, accompagnés de représentants des forces de l'ordre et des forces armées, faisant office d'outils de dissuasion, et de répression au besoin. Enfin, une injonction à participer à ces dispositifs, notamment avec un numéro à appeler si nous nous trouvons témoins d'un acte de malveillance.



Photo prise en gare de Saint-Lazare le 02 mai 2022

Lors de nos observations, nous avons pu remarquer la présence de panneaux récurrents dans chaque gare. Nous pouvons y lire « VIGI 360 Vous êtes dans un espace vidéo protégé ». La notion de « 360 » n'est pas sans rappeler la vision panoramique dont disposent les gardiens dans le modèle du panopticon décrit par Jeremy Bentham<sup>32</sup>. Cependant, si l'objectif du panopticon est de voir sans être vu, le dispositif de surveillance de la gare dit clairement son nom et s'affirme, se rend visible, s'annonce ne serait-ce que par ce panneau. De la même manière que la circulation d'agents de la sûreté ferroviaire, d'officiers de police ou de sentinelles militaires en gare peut être interprétée comme une démonstration de force qui peut se vouloir rassurante pour les usagers, et dissuasive pour les individus mal-intentionnés, ce panneau fait office de rappel et d'avertissement pour ces derniers de l'impossibilité d'agir sans être vu. Ce choix de communication en gare par SNCF montre une forme de priorisation. Le besoin de rassurer les usagers de la

---

<sup>32</sup> BENTHAM Jeremy, *The panopticon writings*, Verso Books, 2011.

gare face au sentiment d'insécurité prime sur la prise en compte d'éventuelles inquiétudes d'individus plus sceptiques sur la question de la surveillance permanente. La présence de la question de la surveillance dans les débats politiques (comme pendant les débats parlementaires sur la loi sécurité globale en 2021), ou dans les fiction dystopiques (1984, Black Mirror...) n'aura pas suffi à créer un climat assez hostile à la surveillance au sein de la population française pour justifier le freinage de des dispositifs sécuritaires, du moins aux yeux de SNCF. Enfin, nous pouvons voir que dans le cadre des questions de sûreté, le risque d'image pour le groupe SNCF dépassait l'enceinte des murs de la gare. Nous avons en effet pu mentionner plus tôt les médiatisations de phénomènes de vols et agressions en gare. En riposte, nous pouvons constater que les arrestations et condamnations des malfaiteurs de gare sont elles aussi médiatisées. L'outil de veille Opinion Act que nous exploitons pour ce travail de recherche a pu répertorier sur la même période 49 interpellations et 5 condamnations liées à des événements s'étant produits en gare. SNCF montre donc bien les efforts fournis pour assurer la sûreté de ses usagers, et n'hésite pas à mettre en scène son dispositif de surveillance et de sécurité pour ce faire. En conclusion, il semblerait que le dispositif de surveillance déployé par SNCF dans ses gares ait une double dimension : Rassurer et assurer la sûreté des usagers.

## B) SNCF met en place une série de médiations qui transforment le rapport de l'utilisateur à la gare

Le Larousse définit le terme de « médiation » comme le « Fait de servir d'intermédiaire »<sup>33</sup>. Considérer la gare comme outil de médiation fait donc sens après avoir vu comment celle-ci était utilisée pour diffuser de l'information aux voyageurs, transformer des comportements d'usagers, ou encore mettre en place un dispositif de surveillance. Mais la gare va plus loin dans son rôle de médiateur. Dans son livre *Critique de la trivialité*<sup>34</sup>, Yves Jeanneret propose une définition de la notion

---

<sup>33</sup> Site internet du Larousse, définition du mot « médiation » : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9diation/50103> page consultée le 18/05/2022

<sup>34</sup> JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité*, Editions non standard, 2014

de médiation en communication. C'est pour lui une « activité productive et créative qui consiste à intervenir sur le cours de la communication en lui apportant une dimension nouvelle ». L'intégration d'une dimension transformative dans le concept de médiation nous intéresse particulièrement pour le développement de cette partie. Nous allons en effet chercher à comprendre comment SNCF utilise la médiation pour transformer le rapport de l'utilisateur à la gare.

## 1) Les médiations d'explication

Nous pouvons considérer que le premier rapport du voyageur à la gare demeure celui qu'il a à ses fonctions premières : faire partir et arriver des trains voués à circuler dans les meilleures conditions possibles. Or, c'est en gare que se manifestent les dysfonctionnements de ces activités, ou en tout cas qu'elles se concrétisent aux yeux des usagers. C'est en effet le plus souvent en gare que nous découvrons le retard ou l'annulation de notre train, à moins d'avoir été averti par SMS au préalable. Ainsi, aux yeux d'un utilisateur ayant subi de mauvaises expériences, le lieu gare peut être associé à de mauvais souvenirs, des émotions négatives. Ces émotions peuvent relever de l'agacement, de la colère, du stress, de la tristesse, de la déception, ou même de la haine dans les cas les plus extrêmes (liste non-exhaustive). Elles se manifestent principalement au moment de l'annonce de la défaillance, souvent faite par voie orale via les hauts parleurs de la gare, complétée par des informations affichées en continu sur les panneaux d'affichage numérique. En partant de ce constat, nous pouvons considérer que l'enjeu de médiation pour SNCF sera de pacifier le plus possible ces moments de transmission d'informations indésirables.

Dans l'ouvrage *Médiations* des éditions du CNRS est proposé une division de la notion de médiation en 4 formes. Parmi elles, les médiations d'explication, qui consisteraient à « réguler les dysfonctionnements effectifs ou potentiels, entre des organismes publics ou privés et leurs usagers ». Dans cette forme de médiation, la logique de l'émetteur serait d'explicitier les procédures et les dysfonctionnements aux usagers, afin d'apaiser sa relation avec ces derniers dans un contexte qui peut être créateur de conflits. Il semblerait que ce soit à ce type de médiations que s'attèle

SNCF, afin de pouvoir pacifier ses rapports avec les usagers victimes de dysfonctionnements. Pour cela, la compagnie ferroviaire et sa filiale Gares & Connexions peuvent s'armer de deux outils : le fond et la forme.

D'abord sur le fond. Il semblerait que la clef utilisée par SNCF dans ses médiations d'explications soit tout compte fait, l'explication. Il faut déjà différencier deux types d'origines aux dysfonctionnements ferroviaires dans les activités du groupe. Nous trouvons d'une part des causes internes, c'est-à-dire qui relèvent de la responsabilité de SNCF ou de ses salariés, comme les mouvements de grèves, les déficiences matérielles ou les erreurs humaines. D'autre part, nous trouvons des causes externes, c'est-à-dire qui ne relèvent pas de la responsabilité du groupe, comme les aléas climatiques, les heurts d'animaux ou les actes de malveillance. Au cours de nos observations en gare, nous avons pu voir que SNCF explicitait le plus souvent les causes des retards ou annulations de trains en gare, qu'elles soient internes ou externes. Dans le cas de causes prévisibles, nous avons même pu assister à de la prévention de dysfonctionnements à anticiper en Gare Saint Lazare<sup>35</sup>. En prévision du mouvement social du 6 juillet 2022, les voyageurs étaient invités à prévoir leurs trajets à l'avance afin d'anticiper les modifications qu'ils pourraient subir. Expliciter les causes des dysfonctionnements de l'activité ferroviaire semble donc faire partie intégrante d'une stratégie du groupe SNCF pour aider à faire accepter des messages difficilement recevables, comme l'annulation ou le retard d'un train.

Mais ces annonces et explications, même très bien travaillées sur le fond, ne peuvent pas être diffusées sans en travailler la forme. Annoncer une mauvaise nouvelle requiert de l'empathie. Nous avons pu remarquer que les messages de SNCF en gare qui étaient venus annoncer des dysfonctionnements étaient la plupart du temps accompagnés d'excuses de SNCF, par exemple « la SNCF s'excuse pour la gêne occasionnée ». Le choix de s'excuser n'est pas neutre car fait endosser à SNCF une certaine forme de responsabilité vis-à-vis de ces événements, ce qui peut étonner dans le cas de causes externes. La priorité du groupe serait alors la bonne réception du message par les victimes du désagrément, qui sont plus susceptibles d'accepter une telle nouvelle si elle est accompagnée d'excuses. La forme de ces messages passe aussi par le format. A chaque cible son média, SNCF varie les

---

<sup>35</sup> Annexe n°5 : 2ème observation de terrain en gare Saint-Lazare

supports de diffusion de ses médiations d'explication pour toucher le plus de personnes possible. Nous retrouvons déjà les annonces en gare, par voie audio. Celles-ci sont faites dans les situations normales par la voix de SNCF : Simone Hérault, dit Simone. Un reportage TF1<sup>36</sup> la qualifie de « voix la plus célèbre de France » qui depuis plus de 40 ans « résonne dans toutes les gares de France ». Il y sera même dit que « dans le stress du départ, c'est une voix douce et rassurante ». Cette voix emblématique pourrait donc contribuer à apaiser les tensions lors des dysfonctionnements en gare, mais nos observations ont montré que dans ces situations complexes, ce n'était plus la voix de Simone qui était employée, mais celle d'un employé de la gare. Il est en effet complexe de reconstituer la voix de Simone dans des situations si variables que les problèmes ferroviaires. L'explication de la situation doit donc être faite par un humain, bien en capacité d'explicitier les causes des dommages faits aux voyageurs. Cette pluralité des supports se manifeste aussi par le numérique, avec ce qui est défini par les éditions du CNRS comme les « médiations techniques ». En effet, l'information voyageurs se trouve désormais sur les fils twitter de chaque ligne ferroviaire, et sur le fil info du site SNCF<sup>37</sup>. Sur ces plateformes numériques sont explicitées, au bon vouloir du groupe SNCF, les causes et évolutions des dysfonctionnements, afin de permettre au voyageur d'adapter ses trajets et de se projeter sur la suite de son parcours.

Il semblerait donc que SNCF profite de la gare, sans s'y limiter, pour effectuer des opérations de médiation d'explication, afin de transformer le rapport que le voyageur a à la gare dans les situations déplaisantes que sont les dysfonctionnements de l'activité ferroviaire, représentant un risque d'image pour le groupe et la marque SNCF.

## 2) Les médiations culturelles

Mais la médiation en gare n'intervient pas seulement dans les espaces dédiés à l'activité ferroviaire. Nous avons décrit plus tôt la gare comme un lieu de vie, au-delà de sa fonction ferroviaire initiale. C'est en effet un lieu où se retrouver, où s'asseoir

---

<sup>36</sup> TF1 JT 13H Semaine - J. Roux, J.Y. Chamblay, *Simone, la voix des vacances*, reportage publié le 28/06/2022 <https://www.tf1info.fr/societe/video-simone-la-voix-des-vacances-2227796.html> page consultée le 29/07/2022

<sup>37</sup> Site internet de SNCF, page « Informations trafic », <https://www.sncf.com/fr/itineraire-reservation/info-traffic/gl> page consultée le 29/07/2022

pour lire, attendre, et pour les gares de taille conséquente, où trouver des commerces, des points de restauration. Ces espaces sont eux aussi sujets aux médiations de SNCF, et notamment sous une forme bien particulière sur laquelle nous allons nous attarder : Les médiations culturelles.

Philippe Breton soulevait en 2003 dans son livre *Eloge de la parole*<sup>38</sup> que le mot « communication » suscitait une irritation croissante, jusqu'à en prendre une connotation péjorative. Particulièrement dans le champs politique, mais les entreprises et les marques ne sont pas épargnées, il semblerait que nous assistons à un rejet de la communication telle qu'elle est conçue. Face à ce constat, Caroline Marti a théorisé la notion de dépublicitarisation, pour désigner « la propension à promouvoir une marque, sans en avoir l'air, en se démarquant des formats publicitaires normés pour endosser le rôle d'acteur culturel »<sup>39</sup>. Ce concept vise à expliquer comment les marques cherchent de nouvelles formes de communication pour gagner en autorité, en légitimité, pour continuer de créer de la valeur symbolique qui pourra aider à générer de la valeur financière. Elle expose dans son livre *Les médiations culturelles des marques* un phénomène de « propension des marques à embrasser, au-delà du champ qui leur est normalement imparti, celui de la consommation et des transactions, pour adopter plus largement un point de vue sociétal et social ». Les marques chercheraient donc à déguiser leurs communications en prises de positions et d'engagements sur des combats dont elles vont chercher à se revendiquer, dans l'espoir que ces communications soient plus recevables par leurs publics. Autrement dit, les marques chercheraient par les médiations culturelles à effectuer un « travail de pénétration des espaces sociaux, pour y inscrire des médiations marchandes ».

Nous nous intéressons ici à la capacité des marques à se positionner en acteurs culturels, c'est-à-dire comme entités ayant une action dans le domaine de la culture. Nous pourrions alors mentionner la sponsorisation de la Coupe du monde du Rugby

---

<sup>38</sup> BRETON Philippe, *Eloge de la parole*, La Découverte, 2003

<sup>39</sup> MARTI Caroline, *Les médiations culturelles des marques. Une quête d'autorité*, ISTE Editions, 2019



France 2023, avec des opérations de communication comme le Train du Rugby<sup>40</sup>, ou le choix d'avoir fait du capitaine du XV de France Antoine Dupont un ambassadeur SNCF<sup>41</sup>. Nous pourrions également mentionner le partenariat avec le festival d'Angoulême, temple de la BD, ou encore les expositions photos en gare. La page « Culture »<sup>42</sup> du site internet du groupe SNCF est riche d'exemples de médiations culturelles mises en place par la compagnie ferroviaire. La société nationale des chemins de fers français ne semble donc pas échapper à ce phénomène de pénétration des espaces sociaux à des fins de gain d'autorité et de légitimité, sa marque ayant besoin d'être associée à des éléments positifs du quotidien des français, loin des problèmes de ponctualité qui lui collent à la peau. Mais alors comment SNCF et particulièrement SNCF Gares & Connexions parviennent-elles à exploiter les gares pour faire profiter la marque SNCF d'une posture de médiateur culturel ? C'est ce que nous allons chercher à comprendre au travers de l'exemple des pianos en gare.

Lors de la première observation en gare<sup>43</sup>, plusieurs éléments pouvant s'apparenter à des exemples de médiation culturelle ont pu être repérés. Nous pouvons mentionner le distributeur d'histoires courtes, une machine proposant de vous imprimer une petite histoire, toujours en lien avec le thème du ferroviaire, afin de vous permettre de patienter avant l'arrivée de votre train. Avec ce dispositif, SNCF exploite des productions culturelles pour faire en sorte que l'expérience de l'attente en gare, souvent jugée pénible et particulièrement en cas de retard de train, devienne agréable pour l'utilisateur. Mais ce distributeur, situé sur la passerelle à l'étage supérieur où partent et arrivent les trains, n'avait pas un succès phénoménal. Lors de cette observation, personne n'a cherché à imprimer d'histoires courtes. Tous les yeux étaient rivés sur son voisin, placé un mètre à sa droite, le piano.

---

<sup>40</sup> Site internet de SNCF, page « Actualités », publié le 18/01/2021  
<https://www.sncf.com/fr/reseau-expertises/privatisation-train/trains-speciaux/we-love-2023-tour-expo-coupe-du-monde-rugby-france> page consultée le 29/07/2022

<sup>41</sup> Site internet de SNCF, page « Nos engagements au quotidien », publié le 23/03/2022  
<https://www.sncf.com/fr/engagements/antoine-dupont-rugby-ambassadeur-groupe-sncf> page consultée le 29/07/2022

<sup>42</sup> Site internet de SNCF, page « Culture », <https://www.sncf.com/fr/groupe/culture> page consultée le 29/07/2022

<sup>43</sup> Annexe n°4 : 1ère observation de terrain en gare Saint-Lazare



Photo prise en gare de Saint-Lazare le 02 mai 2022

Cet imposant instrument de musique s'inscrit dans le dispositif *Pianos en gare*, en partenariat avec Yamaha, mettant à disposition des voyageurs, mais aussi des simples passants, 62 pianos répartis dans les principales gares du territoire français. Sur ce piano, nous pouvons distinguer une bannière logotée SNCF Gares & Connexions, où il est inscrit en gros « A vous de jouer ! ». Cette invitation à jouer est ici acceptée par un jeune artiste, accompagné par son ami au chant. Un spectacle qui ne manque pas d'attirer des passants, admiratifs. Les deux artistes captivent alors l'attention de dizaines d'usagers de la gare, venus prendre un train ou faire du shopping. Dans ce lieu où le passant ne fait que passer, pour effectuer un achat ou un changement de ligne, pressé par le temps, ce piano vient créer une faille temporelle où l'on peut prendre le temps d'écouter. En plus de divertir le public qui l'entoure, la mélodie est audible aux autres étages de la galerie marchande, où passent consommateurs et voyageurs. Elle accompagne donc des centaines de personnes dans leurs achats, dans leur changement de ligne, ou dans leur attente. Le pianiste volontaire devient alors animateur et émetteur de bruit de fond, de musique d'ambiance. Il contribue ainsi à rendre la gare plus agréable, l'attente d'un train en retard moins pénible, et tout ça sur un instrument logoté SNCF. Sur les visages du public sont décelables des sourires, des émotions positives. Grâce à SNCF, qui permet à des talents de s'exprimer, notre passage en gare devient une expérience positive, ou en tout cas plus positive qu'elle n'aurait pu l'être dans cet environnement anxiogène. Ainsi, SNCF Gares & Connexions se pose en acteur de la culture, donnant la chance à des milliers d'anonymes d'exprimer leur talent sur un

instrument très coûteux, en présence d'un public. Un rêve pour tous les artistes de l'ombre qui n'ont jamais pu profiter d'une quelconque notoriété pour s'exposer en public, voir un tremplin pour ceux qui parviennent à mobiliser le plus. De la sorte, SNCF arrive à faire la publicité de sa marque sans vraiment la faire, ce qui semble être une parfaite illustration de dépublicitarisation décrite par Caroline Marti.

Lors de notre seconde observation en gare Saint-Lazare le 1er juillet 2022<sup>44</sup>, ce dispositif fêtait ses 10 ans. Pour l'occasion, SNCF Gares & Connexions avait fait appel à plusieurs artistes pour se relayer tout au long de la journée sur les différentes gares de France équipées d'un piano, allant de stars nationales (comme le parrain du dispositif André Manoukian), aux anonymes de quartiers. Lors de notre observation, nous avons pu assister à la dernière prestation de la journée. Nous pouvons nous essayer à une comparaison de cette performance planifiée avec la spontanée de notre première observation. Toutes deux ont déjà des points communs. Elles ont chacune su se faire entendre dans la gare afin de mobiliser des usagers pour constituer un public admiratif de la pratique de l'art. Seulement, cette intervention planifiée semble profiter d'une mise en scène particulière pour l'événement. Le piano a déjà été déplacé à quelques dizaines de mètres de son emplacement habituel, afin de pouvoir y intégrer des installations à usage techniques et communicationnels (Système son, Kakémono, Photocall, programme, potelets...).



Photo prise en gare de Saint-Lazare le 01 juillet 2022

---

<sup>44</sup> Annexe n°5 : 2ème observation de terrain en gare Saint-Lazare

Nous pouvons nous interroger sur les motivations du déploiement de tant d'efforts, alors que démarre le premier weekend des départs en vacances, une séquence particulièrement importante et énergivore pour SNCF. Il semblerait que l'événement soit l'occasion d'affirmer la légitimité de SNCF à s'exprimer comme acteur de la culture, agissant depuis 10 ans déjà pour développer la pratique musicale en gare. L'enjeu est alors de mettre en scène ce rôle d'acteur culturel pour l'installer dans les consciences. Sur la page culture du site internet du groupe SNCF, un article<sup>45</sup> est consacré à l'événement. Nous pouvons y lire que ces pianos « permettent d'abolir les frontières liées à la différence d'âge et de classe sociale ». Dans une vidéo promotionnelle<sup>46</sup> de l'opération des 10 ans de *Piano en gare*, nous pouvons entendre de la bouche de la directrice de SNCF Gares & Connexions Marlène Dolveck « Quoi de mieux qu'une gare pour être dans la transmission de la culture en grand, et le piano, la musique évidemment, c'est la culture ». Nous comprenons donc bien que cette volonté de s'affirmer comme acteur culturel est assumée, pour confirmer la gare comme lieu de vie.

### 3) Les médiations spatiales

Mais cette transformation du rapport de l'utilisateur à la gare doit aussi se faire par l'aménagement des espaces. Nous avons pu mentionner comment SNCF occupe l'espace dans ses gares à l'aide des pianos, nous allons désormais nous attarder sur les aménagements qui peuvent démontrer les partis pris que prend SNCF pour créer une certaine expérience de la gare.

L'aménagement le plus évident que nous pouvons pointer du doigt est le fait d'avoir instauré des commerces dans ses gares. Ce choix non neutre permet, comme nous le verrons plus tard, de créer un nouvel usage de la gare, qui ne se limite plus aux activités ferroviaires. La gare est un lieu où en plus de voyager, nous pouvons consommer. Si ces espaces commerciaux peuvent être constitués de quelques

---

<sup>45</sup> Site internet de SNCF, page « Culture », *Nous avons fêté les 10 ans de nos pianos en gare*, publié le 20/06/2021 <https://www.sncf.com/fr/groupe/culture/pianos-en-gare-dix-ans> page consultée le 29/07/2022

<sup>46</sup> Chaîne YouTube de SNCF Gares & Connexions, *10 ans de Piano en Gare*, <https://youtu.be/uQiVxSgmBZM> vidéo visionnée le 29/07/2022

boutiques éparpillées, ou disposées à des endroits stratégiques, certaines gares comme celle de Saint-Lazare accueillent de véritables centres commerciaux, sur plusieurs étages. Les commerces en gare, lorsqu'elles ne sont pas la raison principale de la venue de l'utilisateur, deviennent une véritable extension du voyage. Elles permettent par exemple aux voyageurs pendulaires qui y effectuent une escale de gagner du temps en effectuant un achat sur leur trajet. Elles accompagnent également les grands voyageurs, en proposant des snacks pour le trajet, voire des souvenirs avant la fin des vacances. De plus, SNCF semble encourager ses voyageurs à venir consommer dans ces boutiques. Nous avons en effet pu observer une campagne d'affichage « Shopping en gare », qui incite clairement les utilisateurs à profiter de l'expérience commerciale de la gare, par le biais de jeux concours, ou d'injonctions sémantiques.

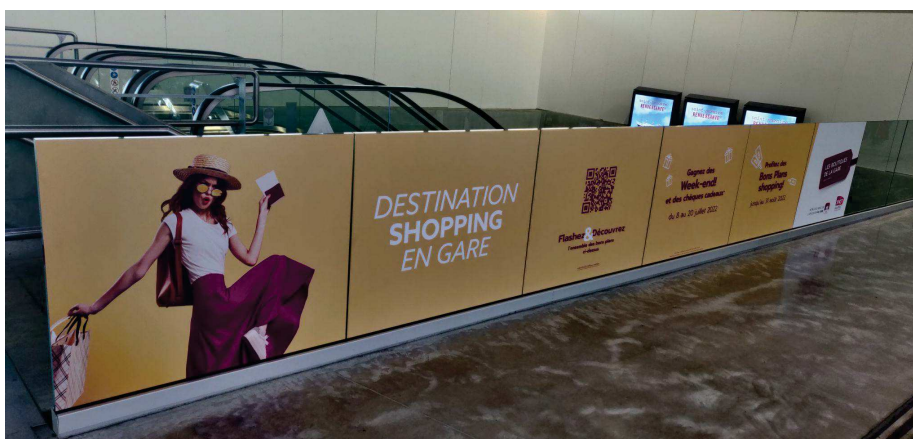


Photo prise en gare de Nantes le 10 juillet 2022

Enfin, la gare étant un lieu où l'on attend (son train, celui de son ami, la personne venant nous chercher à la gare...), nous nous devons d'étudier les espaces aménagés à cet effet. Nous parlons ici d'espaces prenant diverses formes, ayant pour point commun que l'on peut s'y installer. Bien que leurs usages puissent varier avec plusieurs activités qui peuvent y prendre forme (travailler, lire, déjeuner, simplement s'asseoir...), nous les nommerons « espaces de repos ». Ceux-ci sont principalement composés de sièges, et pour les plus élaborés, nous pouvons également y trouver des tables ou des prises électriques. Ce sont de simples éléments de mobilier, mis à disposition des usagers. Il est notable que ces aménagements génèrent une forme de mise en concurrence des usagers souhaitant y avoir accès dans les périodes de fortes affluences (heures de pointe, grands

départs...). Cette course au siège semble d'abord répondre à la loi du premier arrivé premier servi, mais complétée de règles de savoir vivre, comme la priorité aux personnes âgées et aux femmes enceintes. Cependant, il n'est pas rare de voir (en tout cas lors de nos observations en gare) de jeunes personnes assises près de personnes âgées se tenant debout, dans un contexte de saturation des places assises. Laisser ces aménagements mobiliers à disposition des usagers de façon quasiment irrégulière inscrit bien la gare comme appartenant à l'espace public, au même titre que la rue aurait ses bancs publics. Enfin, nous remarquons que SNCF peut assigner des usages à ces espaces. En gare de Saint-Lazare, nous avons pu observer sous les escalators des espaces repos nommés. Nous avons pu compter un espace Dej, un espace Work & Station, un espace Zen et un espace Lecture.



Photo prise en gare de Saint-Lazare le 02 mai 2022

Ces noms ne sont pas neutres de sens, ils semblent reprendre les codes d'une population bien particulière compliquée à définir, qui semble s'apparenter à des jeunes actifs maîtrisant l'usage d'anglicismes, et ayant des professions permettant de travailler sur ordinateur au sein d'une gare. Bien que la détermination de la population ciblée ne soit pas le sujet de ce travail de recherche, nous pouvons en tout cas noter que la médiation et la transformation de l'expérience en gare semble viser certaines catégories d'usagers en particulier.

## Conclusion partielle

Nous avons émis pour première hypothèse que la gare était un outil utilisé par SNCF pour répondre à ses enjeux. Cette hypothèse semble vérifiée à plusieurs niveaux. Tout d'abord, la gare, à travers l'usage de ses murs, est utilisée pour fluidifier les circulations en gare. Cela passe entre autres par des outils tels que les panneaux directionnels, permettant à l'usager de trouver sa direction rapidement sans créer d'embouteillages pédestres, ou les sciences comportementales, qui permettent d'utiliser des biais du cerveau du voyageur pour par exemple le pousser à sortir son titre de transport plus tôt à l'approche d'une borne. Les sciences comportementales, et plus particulièrement les nudges, sont également utilisés en gare pour répondre à des enjeux tels que la lutte contre les incivilités, ou les bagages abandonnés, deux fléaux pour l'entreprise ferroviaire. Cette dernière fait également face à des enjeux de sûreté, les gares et les transports en commun étant fortement perçus comme des lieux d'insécurité par les voyageurs, et particulièrement les voyageuses. Dans cette perspective, nous avons pu voir qu'en plus de la présence d'une police ferroviaire, la gare est devenue un véritable dispositif de surveillance, et ce de façon parfaitement assumée par le groupe. SNCF semble également chercher, via sa filiale Gares & Connexions, à améliorer l'expérience du voyageur en gare. Pour cela, la gare sert d'outil de médiation sous différentes formes. Nous comptons d'abord les médiations d'explication, pour pacifier l'interaction avec le voyageur impacté par un dysfonctionnement, ou les médiations culturelles (au sens de Caroline Marti), afin de promouvoir subtilement la marque SNCF en endossant un rôle d'acteur culturel. Finalement, nous observons que SNCF cherche à faire de la gare un lieu de vie en y transformant ses espaces, à l'aide d'installations pour déjeuner, travailler, consommer ou se reposer par exemple. Il est cependant difficile de déterminer si l'ensemble de ces procédés mis en place par SNCF en gare sont réellement performants, c'est pourquoi nous nuancerons la notion d'efficacité mentionnée en hypothèse.

## II - Les entraves à la réception des messages de SNCF en gare

En profitant de sa position d'administrateur de la gare, et en utilisant cette dernière comme outil de médiation, SNCF a su y imposer une hégémonie communicationnelle. Cet avantage lui permet d'être le premier émetteur sur le terrain, et ainsi diffuser ses messages avec plus d'aisance. Mais la réception de ces messages est-elle assurée ? Nous allons voir que la gare est un espace qui accueille d'autres acteurs communiquant que SNCF, à commencer par les usagers eux-mêmes. Cette diversité d'acteurs crée un terrain qui complexifie le travail de SNCF pour faire passer ses messages.

### A) La gare est d'abord un lieu où circulent des individus disposant d'une certaine autonomie

Les gares ont pour fonction d'accueillir, pour les plus grandes d'entre elles, des milliers de voyageurs chaque jour. Ceux-ci sont tous des individus ayant leur propre sensibilité, mais partagent des normes communes. Nous allons voir en quoi cela peut servir, ou non, les objectifs de SNCF. Pour cela, nous allons principalement nous appuyer sur les écrits d'Erving Goffman, qui propose une étude sociologique de la mise en scène des individus en public. Dans un souci de lisibilité, nous ne placerons pas entre guillemets l'ensemble des mots qui lui seront empruntés.

#### 1) Les attentes comportementales

Dans *Methods in Psychological Ecology*<sup>47</sup>, Herbert F. Wright et Roger G. Baker parlent de « décor comportemental » pour exposer de façon très précise les

---

<sup>47</sup> WRIGHT, H. F., & BARKER, R. C., *Methods in psychological ecology; a progress report.*, 1950, Field Study of Children'S Behavior



différents cas où l'on finit par associer à des lieux déterminés certaines attentes relatives au comportement. Par mimétisme, par la socialisation primaire ou secondaire, nous aurions tendance à adopter des comportements spécifiques aux lieux dans lesquels nous nous trouvons. Nous ne nous comportons pas de la même façon dans une galerie d'art que dans une église, même si dans les deux cas nous y sommes allés dans le cadre d'une visite touristique ou culturelle. Nous avons intégré que dès la porte de l'église franchie, le silence s'impose, et que seuls les chuchotements sont tolérés hors cérémonie. A l'inverse, nous pouvons être amenés à commenter les œuvres exposées en galerie d'art, décrire ce qu'elles nous évoquent et le partager aux personnes qui nous y accompagnent. De la même manière, il nous semble évident que l'on ne mange pas de la même façon dans un fast-food que dans un restaurant étoilé, des règles de bienséance sont à appliquer pour ne pas faire tâche. Tous ces lieux sont donc clairement identifiés et associés à des normes comportementales. Nous sommes en mesure d'émettre l'hypothèse que la gare n'échappe pas à ce phénomène, et fasse partie de ces lieux auxquels sont associées des attentes relatives au comportement.

Erving Goffman<sup>48</sup> va ainsi parler de « comportement régional », qui va prendre forme dans une « région antérieure », soit un lieu borné par des obstacles à la perception (optique, acoustique...) et où se déroule une représentation qui va induire des comportements spécifiques. Il s'y serait en effet installé un appareillage symbolique, défini comme le « décor ». Cette description semble pouvoir parfaitement s'appliquer à la gare. La gare est un lieu clairement défini, borné par des murs faisant obstacle à la perception. Ce premier précepte à la définition d'une gare comme région antérieure est donc bien incontestablement vérifié. Nous allons maintenant chercher à démontrer qu'en ce lieu est installé un décor dans lequel les usagers ont assimilé des habitudes comportementales. Goffman relève 2 catégories de normes dans la région antérieure. D'une part la politesse (soit la façon dont l'acteur traite le public dans sa conversation avec lui) et d'autre part la bienséance (lorsque l'on est dans le champ visuel et auditif du public sans pour autant être en conversation avec lui).

---

<sup>48</sup> GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne. La Présentation de soi*, Les Editions de minuit, coll. « Le sens commun », 1973

Dans ce binôme catégoriel, la politesse n'a qu'une place mineure en gare. La gare est en effet un lieu où l'on passe sans prendre le temps de s'intéresser aux autres usagers qui nous entourent. Les communications interpersonnelles y sont très limitées, et cette affirmation a pu être vérifiée au cours de nos différentes observations de terrain. Les interactions entre personnes non issues du même groupe sont rares, et prennent un caractère notable, voire marquant lorsqu'elles ont lieu en dehors du cadre d'une demande d'information ou de service. Les interactions interpersonnelles que nous qualifierons de longues, c'est à dire des échanges composés de plus d'une réplique par participants, par opposition aux interactions courtes comme un remerciement lorsque l'on nous tient la porte, semblent principalement être des demandes de renseignements auprès de personnel SNCF. C'est en tout cas probablement l'interaction la plus normalisée, bien qu'il soit très complexe de mesurer de telles affirmations. Les demandes d'informations par des voyageurs égarés peuvent également être faites auprès d'autres voyageurs semblant plus sûrs de leur chemin. Lors de notre première observation en gare<sup>49</sup>, un individu nous a par exemple demandé de lui indiquer son chemin pour rejoindre sa ligne de métro, bien que nous n'étions en aucun cas identifiables comme agent SNCF. Ce sont des événements du quotidien relativement courants en gare, mais qui demeurent assez rares pour que l'on s'en souvienne au moins pour la journée. Nous pouvons donc prendre pour exemple ces interactions motivées par des renseignements pour étudier la politesse en gare au sens de Goffman. Au cours de nos observations, nous avons pu remarquer que toutes les interactions de cette forme auxquelles nous avons assisté ont commencé par une phrase de politesse de la part de l'interpellant, le plus souvent la formule « Excusez moi », appelant comme réponse naturelle un simple « Oui ? ». Cette introduction d'échange est commune aux espaces publics, et autres lieux rassemblant des personnes ne se connaissant pas n'étant pas initialement présentes pour interagir. Une variante observée : le « Bonjour » seul, qui appelle la même formule de politesse en réplique avant de pouvoir entamer un dialogue. Ces interactions semblent répétées, intégrées, devenues automatiques. A tel point que l'on pourrait parler d'une dimension performative de la première prise de parole par l'interpellant. Le « Bonjour » appelle le « Bonjour » de façon presque automatique, au même titre que le « Excusez moi »

---

<sup>49</sup> Annexe n°4 : 1ère observation de terrain en gare Saint-Lazare

appelle le « Oui ». Evidemment, les individus ayant tous eu des socialisations différentes peuvent être amenés à répondre ou interpeller de différentes manières, ou à ne pas attendre la réponse de son interlocuteur avant de poser sa question, mais la dynamique observée en gare nous permet de dire que ces divergences s'éloignent d'une certaine norme. La suite de l'interaction suit également une structure. Après l'interpellation vient la question, qui n'en est pas toujours une. Nous pouvons en effet remarquer que la dimension interrogative de l'échange est tellement acquise que la question peut être formulée comme une déclaration : « Je cherche la voie n°12 ». L'agent SNCF sait alors qu'il doit s'exécuter en lui indiquant le chemin, quasiment systématiquement en utilisant le langage non verbal en accompagnement du langage verbal (gestes du bras, pointage du doigt...). Lorsque la question est posée à un usager ordinaire, la réponse est moins ancrée dans un processus, ce dernier n'étant pas formé ni payé pour ce genre de situations, mais les mêmes schémas semblent tout de même se reproduire. L'échange se finit généralement par un remerciement, parfois accompagné d'un sourire ou de l'expression d'une émotion positive en guise de paiement pour le service rendu.

La bienséance est la catégorie qui va le plus nous intéresser en gare. En effet, la gare est un lieu où l'on entre dans le champ visuel d'une quantité de personnes très conséquente, sans pour autant entrer en conversation avec ces dernières. C'est donc dans la bienséance que se trouve tout l'enjeu normatif de la région antérieure. A nouveau, comme pour la politesse, nous retrouvons des normes qui s'appliquent à un espace beaucoup plus large que la gare, comme la pudeur, l'hygiène, ou le respect d'autrui. Nous retrouvons également des nouvelles normes, ou tout du moins des normes ayant pris de l'importance avec la crise sanitaire, comme la toux ou l'éternuement en public. Lors de nos observations, nous avons pu vivre l'expérience de la confrontation avec une personne semblant être atteinte du COVID-19 dans le carré famille d'un train. Alors que nous étions installés dans le carré avec deux autres personnes, une troisième est arrivée masquée, en toussant très fort à répétition. S'instaure immédiatement une ambiance anxiogène, nous enfilons tous les 3 notre masque, en tâchant tant bien que mal de cacher notre méfiance. Au bout de quelques minutes, la présumée malade finit par quitter le wagon en s'excusant, consciente qu'elle n'y a implicitement pas sa place dans cet état. Cette expérience illustre comment une anomalie comportementale dans le

décor du train ou de la gare peut rapidement se corriger par acquis de conscience, ou pression sociale. Elle est cependant à recontextualiser dans un enjeu de santé publique qui lui donne une teneur très particulière, et à relativiser du fait de son caractère anecdotique. D'autres règles de bienséance sont plus fréquemment observables en gare. La gare est un lieu où l'on communique le moins possible avec les autres voyageurs, où l'on fuit même le croisement de regards. Une fois de plus, ces attentes comportementales fondées sur la réserve sociale sont transposables aux autres espaces publics comme la rue. Mais la gare étant un lieu de passage, d'un moyen de transport à un autre, de son travail à son domicile, d'un point de rendez-vous à un autre, elle est liée à des contraintes temporelles de l'usager qui limitent les possibilités d'enclenchement de conversations. Ce qui était une contrainte purement pratique semble être devenue une habitude attachée à ce lieu, si ancrée que la transgresser pourrait susciter l'étonnement.

Il est important de préciser que ces conclusions sur la politesse et la bienséance en gare sont méthodologiquement très contestables, et à prendre avec beaucoup de recul. Mais si le lecteur de ce travail de recherche arrive à se reconnaître dans les situations du quotidien décrites ci-dessous, ou au moins à les concevoir, il contribue d'une certaine manière à confirmer notre hypothèse.

Pour comprendre pourquoi des actions comme regarder quelqu'un dans les yeux, ou entamer une conversation avec un inconnu en gare représentent une anormalité, nous pouvons nous pencher sur le second tome de *La mise en scène de la vie quotidienne*, intitulé *Les relations en public*, dans lequel Goffman propose la notion d'« espace personnel ». L'espace personnel selon Goffman est « La portion d'espace qui entoure un individu et où toute pénétration est ressentie par lui comme un empiètement qui provoque une manifestation de déplaisir et parfois un retrait ». Il utilise la notion de territoire, pour exprimer que l'individu exerce un droit sur cet espace. Il précise bien que l'espace personnel est malléable en fonction du contexte, avec des facteurs à prendre en compte comme la densité de la population à l'endroit où l'individu se trouve, l'organisation de l'espace environnant ou la nature de la manifestation sociale, tous susceptibles d'élargir, réduire ou déformer l'espace personnel. Ce même phénomène est observable en gare. Si un quai s'avère presque désert, un individu A vivra comme une intrusion malvenue dans son espace

personnel qu'un individu B décide d'attendre son train trop proche de lui. Il sera tenté d'effectuer un « retrait » en s'éloignant. Cependant, une fois le train arrivé, si celui-ci est plein, le même individu A réduira son espace personnel en tolérant d'être collé aux autres voyageurs le temps du trajet. Cet espace personnel peut être vécu comme une zone de sécurité nécessaire, en réponse à la masse d'agressions en gare (vols, agressions sexuelles...), créant un climat très anxiogène que nous avons pu traiter en première partie. Ainsi, les espaces communs créés par SNCF dans les gares ne créent de la proximité qu'en cas d'extrême nécessité, puisque l'utilisateur aura plutôt tendance à s'asseoir sur le siège le plus isolé possible, afin de protéger son espace personnel et respecter celui d'autrui. Lorsque la situation ne permet plus de revendiquer un espace personnel assez large (train plein, déplacement massif de personnes dans un couloir resserré...), l'absence de conversation, verbale ou non (regards croisés), devient le seul moyen de préserver une certaine intimité dans un cadre plus oppressant. En dernière illustration, nous pouvons mentionner la distance que le public entretenait avec les artistes que nous avons pu voir s'exprimer sur les pianos en gare. Systématiquement, un arc de cercle se forme autour du pianiste, et toute personne franchissant cette frontière invisible se fera remarquer par le reste du groupe, inquiet que le pianiste le vive comme une intrusion qui risquerait de le déranger dans sa performance. La particularité de l'espace personnel en gare est donc dans son adaptation constante, nécessaire face aux densités et flux de personnes aux fortes variations, et dans son importance accentuée par les enjeux, par exemple sécuritaires, auxquels font face les usagers.

Le décor comportemental de la gare, construit en partie sur celui de l'espace public, ne représente en soit pas un obstacle direct à la réception des messages de SNCF, mais il est important à prendre en compte pour comprendre les caractéristiques des cibles de ces messages. Il peut cependant représenter un frein aux objectifs de SNCF en termes de transformation de la perception de la gare, comme condamnée à rester un espace de non sociabilité.

## 2) Les habitudes de circulation

Parmi les comportements que l'on peut observer en gare, il semble que ceux relatifs à la circulation doivent être traités séparément. Si l'on considère la gare comme un point d'escale, de départ ou d'arrivée, comme le voudrait une réflexion sur l'usage premier de la gare, avant de la considérer comme un lieu de vie, la circulation doit être vue comme le comportement principal d'un usager de la gare. Tout l'enjeu pour l'administrateur de la gare est d'assurer la bonne circulation des arrivants comme des partants, afin d'optimiser l'expérience que l'utilisateur fera de la fonction première du lieu, mais aussi d'éviter des événements indésirables liés aux phénomènes de foule comme les embouteillages humains ou les bousculades. Nous avons vu en première partie de notre travail de recherche les outils déployés par SNCF pour fluidifier les circulations de personnes dans ses gares. Nous allons maintenant chercher à comprendre la part d'autonomie des usagers dans leurs décisions liées à leurs déplacements, et leur capacité à se détacher des injonctions de la signalétique en gare pour adopter des comportements isolés, ou de nouvelles méthodes de mobilités collectivement appliquées.

Il est difficile, pour ne pas dire méthodologiquement impossible, de vérifier par l'observation de terrain les hypothèses émises par Goffman et les auteurs qu'il cite dans son écrit sur les mécanismes de déplacements individuels et non-conscientisés. Pour vérifier tout ce qui va être proposé sur le sujet, l'observateur doit aller plus loin que l'observation pour entrer en immersion dans la peau d'un usager de la gare. C'est ce qui a été fait lors des études de terrain en gare de Saint-Lazare. Nous avons alors pu conscientiser que nous appliquions effectivement une part conséquente des comportements observés ou cités par Goffman, notamment le balayage visuel et les parades d'intention. De même que pour l'étude des comportements attendus en gare que nous avons étudiés plus haut, le lecteur contribue à la vérification de ces hypothèses en s'identifiant ou non à son tour aux méthodes de déplacement décrites.

Dans son livre *La mise en scène de la vie quotidienne, 2. Les relations en public*<sup>50</sup>, Erving Goffman propose de concevoir les individus comme des unités véhiculaires, ce qu'il définit comme « une coque d'un certain type, contrôlée (habituellement de l'intérieur) par un pilote ou un navigateur humain ». Il explique qu'elles varient selon l'épaisseur de leur enveloppe. Plus celle-ci est épaisse, plus le pilote, ou les humains qu'elle transporte sont abrités. A l'inverse, une protection plus fine laisse les personnes à bord plus exposées, mais permet une plus grande liberté de mouvements au pilote. Ainsi un conducteur de sous-marin sera bien abrité, mais sera beaucoup plus restreint dans ses mouvements qu'un cycliste, qui lui restera très exposé en cas d'accident. Concevoir le piéton comme unité véhiculaire revient donc à considérer comme la moins limitée dans ses mouvements, mais aussi la plus exposée, ne disposant pour coque protectrice que sa peau et ses vêtements. Cette spécificité lui permet donc de s'adapter beaucoup plus simplement aux aléas sur son parcours. Nous allons chercher à comprendre comment se mettent en place ces adaptations de parcours en croisant les théories et observations de Goffman avec les nôtres.

La première observation de Goffman concerne les similitudes entre les codes de circulation adoptés par les piétons et le code de la route. Pour l'illustrer, Goffman propose toute une observation sur les déplacements des piétons dans les rues des grandes villes américaines comme New York, dont nous pourrions en tirer un parallèle avec ce que nous avons pu observer en gare. Il remarque que dans les rues centrales des villes américaines, la circulation pédestre a tendance à se partager en deux courants latéraux opposés, ce qui renvoie naturellement à la circulation routière, divisée en deux voies. Ce même phénomène a pu être observé en gare aux cours de nos observations de terrain, particulièrement dans les couloirs, comme dans les connexions vers les lignes de métro, ou sur les escaliers communs aux deux sens de circulation. Pour autre exemple de mécanismes empruntés au code de la route, nous pouvons mentionner le fait de tenir sa droite (du moins en France). En gare, nous pouvons notamment observer ce phénomène dans les escalators. En effet, il semble admis par la majorité des usagers des escalators qu'il convient de rester à droite de ces derniers pour se laisser tracter sans marcher, afin

---

<sup>50</sup> GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne. Les relations en public*, Les Editions de minuit, coll. « Le sens commun », 1973

de laisser la voie de gauche pour les individus les plus pressés, ou plutôt ici les unités véhiculaires, avancer à plus grande vitesse. Sur les escalators comme sur la route, la voie de gauche semble donc réservée aux déplacements. Cependant, cette règle tacite n'est pas appliquée partout dans la gare. La complexité des souterrains, mais aussi des enchaînements de départs et d'arrivées de trains génèrent des sens de circulations qui peuvent s'improviser sur le moment. Pour exemple, le changement de la ligne 3 direction Gallieni vers les lignes 12 et 13 à Saint Lazare amène les usagers dans un couloir à double sens par la gauche, imposant un sens de circulation opposé à celui de la circulation routière. Les individus conçus comme unités véhiculaires semblent donc appliquer des codes appris hors des injonctions de la signalétique en gare lorsque cette dernière n'est pas suffisante, mais en gardant une capacité d'adaptation pour pallier aux situations particulières.

Les codes externes à la circulation pédestre ne sont effectivement pas les seuls à permettre une adaptation aux situations complexes, tels que des phénomènes d'embouteillages piétons ou des croisements de foules en mouvement. Nous pouvons en effet également observer des initiatives de groupe qui témoignent d'un effort collectif, qui pourrait se manifester par l'application d'un sens commun du pratique. Prenons l'exemple de notre seconde observation en gare de Saint Lazare<sup>51</sup>. Alors qu'une masse de personnes était concentrée face aux panneaux d'affichage des départs de trains, attendant que soit indiqué le quai du leur, le passage se retrouvait bouché. Mais au fur et à mesure des passage de personnes à travers cette foule s'est créé un couloir de passage en son cœur. Ce couloir a fini par être clairement dessiné entre la galerie marchande (passage obligé pour rejoindre les lignes de métro) et les quais de grandes lignes, et ce de façon plus distincte avec l'arrivée d'un train, entraînant le débarquement d'un grand nombre de personnes, équipées de bagages pour beaucoup, rendant la présence de ce couloir nécessaire. Très ordonnés, les individus en situation d'attente immobile pouvaient reconnaître ce couloir comme acquis à la circulation, dont toute traversée nécessiterait une précaution nécessaire, au même titre que traverser la route mobilise l'attention des piétons du fait du risque que cette action du quotidien représente.

---

<sup>51</sup> Annexe n°5 : 2ème observation de terrain en gare Saint-Lazare



En complément de toutes ces pratiques relativement collectives, il nous reste à étudier la manière dont ces unités véhiculaires, en tant qu'unités, parviennent à circuler sans se heurter. Les comportements individuels sont en effet à l'origine de nombreux évitements de situations nuisant à la circulation. Pour Goffman, la maniabilité des règles d'écoulement et de dépassement de ces unités véhiculaires reposent sur deux processus : « l'extériorisation » et le « balayage visuel ». Par extériorisation, Goffman entend que les unités véhiculaires fournissent des « parades d'intentions », c'est-à-dire que les individus en circulation au milieu de foules mouvantes ont tendance à exprimer par le langage non verbal leurs intentions relatives à leur prochain déplacement, afin d'éviter toute collision. Il explique que « l'individu se transforme en quelque chose que les autres peuvent déchiffrer et prédire. Ces parades d'intention se manifestent par exemple par le regard, l'allure, la posture, ou l'inclinaison du corps. Ainsi, les relations inter-personnelles, ou en l'occurrence plutôt inter-véhiculaires, sont rendues possibles grâce à une adaptation du trajet aux signaux envoyés la plupart du temps inconsciemment par les autres. Et cette lecture est rendue possible par le balayage visuel. Goffman s'essaie à une description de ce processus de scanning auquel procéderaient les piétons. Il relève l'existence d'une zone de surveillance, malléable en fonction du contexte (densité de la population locale, intensité des flux de déplacements...) comme le serait l'espace personnel que nous avons traité plus tôt. Dans cette zone de surveillance s'effectuerait un bref balayage de repérage, afin de pouvoir cibler les déplacements représentant des risques de collision, et d'ignorer toute autre unité véhiculaire dont les déplacements et parades d'intentions n'indiqueraient aucun risque de heurt. Le regard de l'individu effectuerait ainsi une forme de sélection et de classification des risques, afin d'adapter ses déplacements de la façon la plus efficace et pertinente possible. Enfin, Goffman explique que lorsque ces processus de vérification ne suffisent pas, comme par exemple lorsque le trajet à suivre pour éviter une collision n'est pas assez clair, l'individu va chercher des assurances supplémentaires. Il peut par exemple emprunter une direction en ne s'engageant vraiment que lorsque l'unité véhiculaire susceptible d'entrer en collision avec lui vérifie ce trajet. La situation ne se débloque alors que lorsque les deux partis se sont mis d'accord sur les chemins respectifs à emprunter. Parfois, cette répartition des trajectoire n'est pas instantanée, provoquant des situations cocasses, voir amusantes, où deux unités véhiculaires marchant face à face marquent de manière synchronisée leur volonté de se décaler

du même côté à répétition, jusqu'à ce qu'une des deux se décide à s'immobiliser pour laisser l'autre choisir. Le piéton peut également s'essayer à une vérification de la vérification, afin de s'assurer que l'autre a bien reçu son signal. Cette vérification peut se faire par un croisement de regard, ou en observant la direction du regard de l'autre. En gare, nos observations et immersions ont montré que le croisement de regards ne semblait pas naturel, à moins que le risque de collision ne devienne vraiment considérable. Tous ces efforts de vérification s'amplifient ainsi avec la densité de population et l'intensité des flux de circulation, mobilisant l'attention des usagers de la gare.

Enfin, nous pouvons nous demander dans quelle mesure la signalétique en gare mise en place par SNCF et RATP (ou autres acteurs susceptibles d'en avoir la responsabilité) est ignorée ou déterminante dans le cadre des circulations pédestres en gare. Si l'attention des usagers de la gare est mobilisée dans le cadre de leurs circulations en pleine foule comme nous l'avons montré plus haut, nous pouvons en déduire que le niveau d'attention disponible pour suivre la signalétique en gare s'en voit réduit. Lors de nos observations en gare de Saint-Lazare, nous avons pu remarquer que certaines signalétiques n'étaient pas respectées par l'utilisateur. Certaines règles étaient volontairement enfreintes par certains usagers dans un souci de gain de temps, comme le passage par un sens interdit depuis le quai de la ligne 3 faisant office de raccourcis pour rejoindre les autres lignes. Mais nous pouvions aussi retrouver des signalétiques ignorées collectivement par l'ensemble des usagers, comme les flèches indiquant les sens de circulation à l'intersection entre la galerie commerciale et les lignes de métro. Deux couloirs de circulation aux sens opposés s'y sont bien formés, mais dans le sens inverse suggéré par les flèches au sol. Ces signalétiques ne sont alors plus des ordres à suivre, mais des suggestions de circulation que la foule peut collectivement décider d'accepter, ou de se passer en fonction de ce qui lui semble le plus adapté. On comprend alors que l'utilisateur a le dernier mot sur la circulation en gare, se la réapproprient au moins des organisations l'administrant, du moins tant qu'aucune sanction n'est à prévoir. Pour autant, nous ne pouvons pas dire qu'elle est totalement ignorée. A moins de connaître par cœur les sentiers de la gare, il est impossible de deviner quel chemin emprunter sans indications, et particulièrement dans les souterrains pour rejoindre

les lignes de métro. Les coups d'œil lancés par les usagers pour vérifier le chemin à prendre sont ainsi une preuve de l'utilité de cette signalétique.

## B) La gare est un espace marchand et donc concurrentiel

Nous avons vu comment la réception des messages de SNCF par les usagers en gare pouvait être altérée par leurs comportements. Si les cibles de ces messages sont les premiers responsables de leur réception ou non, d'autres acteurs communicants sur le même terrain ont un impact sur cette transmission. Ils contribuent à générer une surcharge communicationnelle qui semble contribuer à rendre confuse la compréhension de ces messages. Nous allons chercher à comprendre comment se met en place cette concurrence communicationnelle en gare, et dans quelle mesure peut-elle nuire aux intérêts du groupe SNCF.

### 1) Le marché de l'attention

Nous pouvons observer de nombreuses publicités dispersées dans les espaces de la gare. Parmi elles, nous trouvons des affiches dans les souterrains, d'autres beaucoup plus grandes suspendues au plafond, ou encore des panneaux numériques diffusant des publicités animées. La gare est un terrain intéressant pour les annonceurs par sa capacité à rassembler de grandes quantités de personnes, avec des flux presque permanents sur la journée. Cependant, la diversité des profils des utilisateurs de la gare rendent le ciblage publicitaire extrêmement complexe, ce qui impose aux annonceurs de choisir des cibles les plus larges possibles. La stratégie de l'annonceur repose alors sur une diffusion massive du message publicitaire permettant de maximiser ses chances de toucher des publics susceptibles d'être intéressés par les produits ou services vendus. Une stratégie qui s'oppose radicalement aux nouvelles tendances de la communication, notamment avec le numérique et la collecte de données personnelles permettant un ciblage publicitaire ultra précis.

Dans la gare Saint-Lazare<sup>52</sup>, les emplacements de ces publicités semblent occuper des espaces destinés à l'information voyageurs. Les murs souterrains, ornés de cartes et de panneaux directionnels, accueillent de grandes affiches publicitaires, significativement plus imposantes. Dans l'espace dédié aux lignes Normandes, L et J, nous trouvons en hauteurs les panneaux numériques affichant les informations relatives aux départs et arrivées des trains, mais plus haut encore sont suspendues de gigantesques pancartes publicitaires occupant des surfaces bien plus importantes. Enfin, les panneaux numériques diffusant des publicités animées ont une capacité de captation de l'attention bien supérieures aux informations SNCF beaucoup plus sobres. Nous comprenons donc que sur son propre territoire, SNCF laisse à des acteurs extérieurs des emplacements privilégiés pour la diffusion de messages. Bien que nous pouvons supposer des intérêts financiers en offrant de tels emplacements aux annonceurs, les motivations de ces choix ne sont pas le sujet de notre travail de recherche. Il s'agit là plutôt de comprendre comment ces espaces publicitaires entravent la réception des messages de SNCF.

Nous pouvons partir du constat que si l'attention d'un individu est mobilisée par un support, elle ne peut être pleinement concentrée sur un autre. Dans le l'ouvrage supervisé par Yves Citton *L'économie de l'attention*<sup>53</sup>, Jean-Philippe Lachaux, développe tout un chapitre sur l'économie cérébrale de l'attention. Il y développe notamment qu'il existe 3 économies internes au cerveau humain, 3 systèmes qui conditionnent notre orientation attentionnelle en entrant en compétition entre elles.

Le premier, le système des habitudes, est un système perceptif qui agit de façon quasiment automatique à l'aide d'un balayage sensoriel (la vue et l'ouïe principalement, mais l'odorat et le toucher peuvent également être mobilisés, et dans des cas plus rares, le goût), afin de repérer des saillances susceptibles d'attirer notre attention. De ce balayage sensoriel, les neurones vont pouvoir effectuer une carte des saillances, qui variera selon les individus et l'état de ces derniers. Cette carte des saillances est une forme de hiérarchisation des éléments méritant plus ou moins d'attention. C'est ce système qui nous rend plus attentifs aux textes, aux

---

<sup>52</sup> Annexe n°4 : 1ère observation de terrain en gare Saint-Lazare

<sup>53</sup> CITTON Yves, *L'économie de l'attention*, La Découverte, 2014

clignotements ou aux couleurs vives par exemple. Jean-Philippe Lachaux explique que c'est sur ce système que les publicitaires essaient de jouer pour capter l'attention des cibles, et en l'occurrence, des usagers de la gare. Il prend d'ailleurs pour exemple, et ce n'est pas pour nous déplaire, les murs du métro sur lesquels nous pouvons voir des affiches publicitaires travaillées pour capter notre regard, par l'utilisation de visages ou de textes auxquels est sensible notre cerveau. En effet, il explique que le cerveau a tendance à obéir aveuglément à son environnement. Il revient donc aux entités communicantes de jouer sur cet environnement, par lequel le cerveau humain est si influencé, pour mobiliser l'attention des cibles des messages diffusés. Ainsi, en utilisant des visages, ou des clignotements via les affiches écrans, les annonceurs se placent à des fins commerciales en concurrents de SNCF dans la conquête de l'attention des usagers. L'entreprise ferroviaire doit donc innover pour évoluer dans ce rapport de force, tout en proposant des espaces d'expression à ses concurrents dans cette économie de l'attention.

Le second est un « système émotionnel », que Jean-Philippe Lachaux appelle « le circuit de récompense », qui vient « opérer un deuxième niveau de filtrage selon les logiques propres d'un circuit de récompense régi par la considération de l'intérêt général »<sup>54</sup>. Ce système est un ensemble de neurones capables d'effectuer 2 tâches : constater l'effet que nous procure une action (manger du chocolat nous procure du plaisir) et associer la perception de l'objet incarnant cette action (en l'occurrence la vue du chocolat) à la sensation procurée par cette même action (ici le plaisir). Dans cet exemple pris par Jean-Philippe Lachaux, le plaisir est la récompense à l'action de manger du chocolat. Progressivement, les neurones vont donc tracer les chemins de la récompense, de la vue du chocolat, voire de la boulangerie vendant des produits chocolatés, jusqu'à la sensation de plaisir, par le biais d'associations cognitives. Les neurones fournissent alors un travail de notation. Les différents éléments de notre environnement soumis à notre perception ne recevront pas la même note en fonction des récompenses auxquels ils sont associés, et par conséquent, ne recevront pas les mêmes niveaux d'attention. Jean-Philippe Lachaux précise que ces notations varient selon le contexte, comme l'état de la personne (niveau de fatigue, de faim, de soif...) ou de ses priorités de l'instant (monter à

---

<sup>54</sup> Citation d'Yves Citton dans l'introduction du livre

temps dans son train, passer du bon temps, économiser de l'argent...). Alors comment cela peut-il se manifester en gare ? Par exemple, un individu errant dans la gare après avoir très mal dormi pour se laisser captiver plus facilement par les publicités de vendeurs de matelas, mettant en avant des solutions de confort. Ces publicités auront une bien meilleure note attribuée par le circuit de récompense, du fait de l'expérience nocturne et du niveau de fatigue de l'utilisateur, que toute autre affiche commerciale. Mais ce même individu, se trouvant dans un contexte où il serait moins épuisé, mais plus affamé, pourra se laisser captiver davantage par les devantures de commerces de la gare proposant de la nourriture. Comme pour l'exemple du chocolat, il pourra laisser son circuit de récompense l'amener à s'attarder sur le gaufrier de la gare Saint-Lazare, où les produits sucrés sont mis en valeur pour leur aspect alléchant, traçant de façon très efficace le chemin de la récompense. Dans ce contexte, le circuit de récompense ne semble pas vraiment nuire aux objectifs du groupe SNCF, le système de notation contribue même à rétablir une certaine cohérence dans la mobilisation de l'attention de l'utilisateur de la gare, qui est alors définie par les besoins de l'utilisateur lui-même. Nous pouvons cependant noter que le circuit de récompense est une arme de taille dans le rapport de force des entités communicantes au sein de la gare dans cette économie de l'attention. Une arme que les publicitaires savent très bien maîtriser, rendant les contenus commerciaux plus attractifs pour l'œil que les dispositifs d'information voyageurs.

Le troisième système, le « système exécutif », vise à l'utilité ponctuelle en introduisant « une certaine flexibilité dans la réalisation d'un but ». C'est-à-dire qu'il va permettre de réagir à une consigne ponctuelle qui va à l'encontre des habitudes de notre cerveau. Par exemple, c'est cette partie de notre cerveau qui nous permettra de regarder à gauche lorsqu'un objet clignotera à droite, une réaction complètement contre intuitive, notamment du fait du système des habitudes que nous avons développé plus haut. Jean-Philippe Lachaux explique également que le cerveau effectue « un constant processus d'évaluation de l'utilité d'une information ou d'une action », qui s'avère être extrêmement rapide (autour d'un quart de seconde). C'est ce système qui va permettre à notre cerveau de ne pas se laisser distraire par tous les stimuli que nous pouvons trouver dans notre environnement, et particulièrement dans les lieux où l'attention de l'individu est particulièrement

stimulée, comme sur internet, ou dans la gare. Ce système nous permet de rester concentré sur la tâche que nous avons à accomplir. Par exemple en gare, c'est entre autres ce qui permettra à un usager pressé d'atteindre le quai de son train pour ne pas le louper, de se concentrer sur les panneaux directionnels lui pointant le chemin à suivre pour atteindre les grandes lignes, malgré leur sobriété qui les rend peu attractifs pour le système perceptif, en comparaison à des publicités plus colorées ou des devantures de magasin clignotantes. Le système exécutif permet d'éviter de diviser notre attention entre tous les stimuli qui nous entourent, en effectuant une sélection selon nos objectifs de l'instant. L'usager de la gare pourra donc compter sur ce système pour hiérarchiser les informations diffusées en gare en fonction de l'usage qu'il souhaite en avoir. Ainsi, les fonctions d'établissement ferroviaire comme de lieu de vie de la gare sont assurées et optimisées, grâce à un ciblage des usagers dans leurs pratiques par leurs propres perceptions.

Malgré tout, nous pouvons constater que cette économie de l'attention, ce marché de l'attention dans lequel les acteurs communicants de la gare sont mis en concurrence, contribue à créer une surcharge communicationnelle et informationnelle, pouvant contribuer à une sur-sollicitation de l'attention de l'usager, même protégé par son système exécutif. Entre les publicités et les boutiques de magasins, SNCF doit pouvoir exister et se faire entendre sur son propre terrain. Si nous avons pu relever l'omniprésence de panneaux directionnels, ou d'information voyageurs, mis en concurrence sur le marché de l'attention visuelle avec les productions graphiques des annonceurs, il est important de noter que SNCF essaie de rester en situation de monopole d'expression sur un terrain : l'audio. En effet, lors de nos observations en gare, nous n'avons remarqué aucune publicité qui exploitait l'ouïe des usagers comme outil de perception. SNCF, avec ses annonces en gare, semble ainsi être la seule entité à pouvoir s'exprimer de façon sonore à ses voyageurs. Les annonces en gare deviennent alors un outil privilégié de communication d'informations importantes, par exemple relatives au retard d'un train, à son arrivée à quai, ou à l'abandon d'un bagage, voire dans le pire des cas, à l'évacuation de la gare. Nous avons pu remarquer que ces annonces mobilisent de façon spectaculaire l'attention des voyageurs en attente d'information, qui tendent l'oreille pour ne rien louper, et parfois même lèvent la tête comme s'ils devaient regarder cette voix venue du ciel pour mieux l'entendre. Cependant, nous avons

également pu observer que certaines de ces annonces étaient inaudibles. Parfois du fait de déficience du matériel de diffusion du son, mais parfois du fait du bruit environnant (et souvent d'une combinaison de ces deux facteurs). Ainsi, sur le terrain d'expression sonore de la gare, le principal concurrent de SNCF semble être la foule, composée de ses propres clients. Les individus sont également des acteurs communicants, s'exprimant vocalement à très petites échelles individuellement, mais de façon très imposante lorsqu'on additionne toutes les conversations simultanées. SNCF est donc bien victime d'une surcharge communicationnelle en gare sur tous ses terrains d'expression, bien qu'elle puisse compter sur certains outils comme le système exécutif ou les annonces en gare pour aider à diffuser ses messages dans un marché très concurrentiel de l'attention.

## 2) La concurrence institutionnelle

Nous venons de nous pencher sur les conséquences de l'omniprésence des acteurs communicants de la gare à des fins lucratives (annonceurs, commerces...). Mais la pluralité des acteurs communicants de la gare se manifeste également dans un champ plus institutionnel. Collectivités territoriales, police nationale, armée, toutes ces institutions qui agissent en gare semblent occuper le terrain de SNCF, remettant en cause la légitimité de l'entreprise ferroviaire sur certains de ses champs d'action. Les forces de polices et les sentinelles militaires assurent un travail de protection des citoyens, et en l'occurrence des usagers de la gare, un travail supposément déjà assuré par la police ferroviaire. Les régions ont une responsabilité dans la gestion du trafic de TER, et vont parfois jusqu'à placarder les trains de leur logo. Nous allons chercher à voir, à travers ces deux exemples, comment la pluralité des acteurs institutionnels peut nuire à la légitimité du groupe SNCF dans l'accomplissement de ses missions.

Avant d'établir quelque conclusion sur les menaces pesant sur la légitimité du groupe SNCF, il convient de revenir sur cette notion. Max Weber détermine 3 fondements de la légitimité<sup>55</sup>. Un caractère rationnel, qui repose sur la croyance en la domination légale, c'est-à-dire au droit conférés par la loi à certaines personnes

---

<sup>55</sup> WEBER Max, *Le savant et le politique*, Éditions 10/18, 2002.



de donner des directives. Un caractère traditionnel, qui repose sur la croyance des traditions, qui justifieraient que certaines personnes du fait de leur position, comme le voudrait la tradition, soient légitimes à donner des directives. Enfin, un caractère charismatique, qui repose sur la soumission à la domination charismatique d'une personne, c'est-à-dire à sa valeur exemplaire. De son côté, Amin Maalouf propose une définition de la légitimité comme « ce qui permet aux peuples et aux individus d'accepter, sans contrainte excessive, l'autorité d'une institution, personnifiée par des hommes et considérée comme porteuse de valeurs partagées »<sup>56</sup>. Cette sur cette définition, couplée avec les 3 fondements déterminés par Weber que nous nous baserons pour développer notre raisonnement. La légitimité de SNCF à faire circuler ses trains, et à assurer la sûreté dans ses gares, passerait ainsi par une reconnaissance par ses usagers de son autorité, incarnée par ses agents (agents Suge, agents d'escale...). Elle serait fondée sur un caractère rationnel (le cadre légal donne autorité aux agents SNCF d'exercer leur profession), sur un caractère traditionnel (SNCF possède une responsabilité historique dans la gestion du réseau et du trafic ferroviaire français), et sur un caractère charismatique (les agents SNCF, et particulièrement la police ferroviaire, par leur pouvoir charismatique et dissuasif, incarnent cette autorité au nom de SNCF).

Le volet sécuritaire de l'action de SNCF en gare est garanti par, comme nous avons pu le voir précédemment, un dispositif de surveillance assumé et la police ferroviaire, la Suge. Cependant, la gare étant un lieu public, l'Etat prend également en charge la sûreté des citoyens, usagers de la gare. Nous pouvons ainsi voir des patrouilles de police y circuler, y intervenir, alors même que les agents de la Suge prétendent à des responsabilités similaires. De même, particulièrement depuis l'instauration du plan vigipirate faisant suite aux attentats de 2015, les sentinelles militaires y effectuent également des patrouilles, principalement pour prévenir les risques de sûreté de façon plus appuyée. Mais alors où se trouve la place des agents Suge, derrière des représentants de l'ordre aux forces plus importantes ? Il peut sembler évident que le caractère charismatique d'un agent Suge est moins important que celui d'un officier de police, et significativement moins que celui d'un militaire. Nous pouvons donc en déduire, en considérant comme Weber que ce

---

<sup>56</sup> MAALOUF Amin, *Le dérèglement du monde*, Grasset, 2009

caractère charismatique en est un fondement, que la légitimité de l'agent Suge se voit affaiblie en présence de ces autorités supérieures. Il ne s'agit pas là de dire que son action est moins efficace, nous pourrions même considérer que la gare est ainsi plus sûre avec un dispositif dissuasif aussi complet, mais nous cherchons à voir comment l'autorité de cette police ferroviaire peut en être affaiblie. Or, l'autorité est un élément clé de la légitimité selon Amin Maalouf. Mais alors qu'est-ce que l'autorité ? Dans son livre *La crise de la culture*<sup>57</sup>, Hannah Arendt développe que l'autorité « exclut l'usage de moyens extérieurs de coercition », comme la force ou la violence, et qu'ainsi, « là où la force est employée, l'autorité proprement dite a échoué ». Cette vision de l'autorité rejoint la définition de légitimité « sans contrainte » proposée par Amin Maalouf. Mais alors, la véritable autorité ne devrait-elle pas se suffire de l'uniforme d'un agent d'escorte SNCF, dont le simple gilet rouge lui suffirait pour faire autorité dans la gare, et obtenir l'obéissance consentie de tous les usagers ? Pourtant la présence de la Suge, des forces de l'ordre et des militaires témoignent d'un arsenal armé toujours plus puissant et dissuasif. Cette démonstration de force peut être considérée comme une certaine forme d'usage de la force, qui signerait ainsi l'échec de l'autorité. Nous pouvons conclure ce raisonnement en disant que la diversité des acteurs de la sûreté en gare a pour conséquence de faire subir une perte de légitimité, et particulièrement d'autorité au sens de Hannah Arendt, aux agents SNCF en les faisant pratiquer leur métier au milieu de forces de feu plus importantes. Nous devons tout de même prendre garde à ne pas tirer de grandes conclusions sur un impact sur l'efficacité de ces agents, car nous ne disposons pas d'études pouvant témoigner d'une chute de leur autorité auprès des usagers de la gare.

Mais la sûreté n'est pas la seule mission de SNCF en crise de légitimité. Dans un contexte où les politiques d'austérité, de centralisation et de recomposition du découpage territorial ont pu mettre en danger les collectivités territoriales, celles-ci se voient incitées à communiquer sur leurs actions et mettre en avant le travail qu'elles fournissent. Elles peuvent ainsi être perçues comme des organisations existant au travers de leur communication, comme le voudraient les approches CCO

---

<sup>57</sup> ARENDT Hannah, *La crise de la culture*, Gallimard, 1972

(Communication Constitutive des Organisations)<sup>58</sup> que nous avons déjà pu développer en introduction. Leur légitimité dépend de leur capacité à se définir socialement, et à situer leur champ d'action sociale pour satisfaire l'intérêt général. C'est du moins ce qu'expose Brigitte Bouquet dans *La complexité de la légitimité*<sup>59</sup>. La région fait partie de ces collectivités concernées. Un de ces champs d'action est le ferroviaire, au travers de la gestion du trafic TER, et capitaliser dessus peut être une stratégie. Elle a un rôle de financement, et plus récemment avec les lois sur la mise en concurrence du marché ferroviaire, le pouvoir de choisir une nouvelle entreprise que SNCF pour administrer ses lignes. C'est par exemple le choix qu'a fait la région Provinces-Alpes-Côte d'Azur (PACA), en confiant le 28 octobre 2021 à Transdev à compter de 2025 l'exploitation de la ligne TER Marseille-Nice, infligeant à SNCF sa première perte d'appel d'offres pour une ligne régionale. Mais à ce jour, SNCF est toujours en charge de l'intégralité des lignes TER de France, les nouveaux contrats n'ayant pas encore été entamés. Cette exploitation est cependant soumise à la vigilance de la région, qui se porte garante du bon fonctionnement des transports auprès de ses habitants.

Pour Marc Suchman, la légitimité institutionnelle est caractérisée par « la perception ou présomption généralisée que les actions d'une entité sont désirables, correctes et appropriées à l'intérieur d'un système de normes, de valeurs, de croyances et de définitions socialement construites »<sup>60</sup>. Autrement dit, les régions doivent prouver leur utilité et leur plus value dans la vie quotidienne de leurs administrés, et les transports en sont une parfaite occasion. Pour montrer son implication dans la gestion du trafic de TER dans sa région, nous avons pu voir que la région PACA avait pu recouvrir ses trains de ses couleurs.

---

<sup>58</sup> BAILLARGEON Dany, BENCHERKI Nicolas et BOIVIN Geneviève. « 20 ans des approches de la communication constitutive des organisations : émergence et innovations », *Communication & Organisation*, vol. 59, no. 1, 2021, pp. 13-25.

<sup>59</sup> BOUQUET Brigitte. « La complexité de la légitimité », *Vie sociale*, vol. 8, no. 4, 2014, pp. 13-23.

<sup>60</sup> SUCHMAN Mark, « Managing legitimacy : strategic and institutional approaches », *Review Academy of Management*, 1995, vol. 20, n° 3.



Photo prise en gare de Nice-Ville le 29 juillet 2022

Cette forme de communication territoriale permet de réaffirmer le rôle de la région dans les trajets du quotidien, et est adoptée par d'autres régions. Mais s'en suit une confusion pour l'utilisateur non informé : qui est donc propriétaire du train, qui le fait voyager ? SNCF ou sa région ? Qui tenir responsable en cas d'incident, et qui féliciter pour une gestion efficace du trafic ? Autant de questions qui animent les débats autour des entreprises de service public. La réaffirmation de la présence de la région en gare conduit ainsi à empiéter sur la légitimité de SNCF à prendre crédit d'une gestion efficace du trafic, au profit de la collectivité territoriale.

## Conclusion partielle

Nous avons émis pour seconde hypothèse que la réception des messages émis en gare par SNCF était troublée par une trop importante présence d'acteurs communicants en gare. Nous pouvons partiellement valider cette hypothèse dans la mesure où nous avons effectivement pu constater de nombreux troubles à la réception de messages de SNCF en gare. Parmi eux, nous avons pu étudier les comportements des usagers, qui demeurent des individus disposant d'une certaine autonomie. Libres de leurs faits et gestes, sans sortir du cadre légal, il leur est possible de ne pas respecter les injonctions de SNCF, tels que les codes de circulation. De plus, le comportement régional (Goffman) attendu en gare (réduction des interactions, respect de l'espace personnel...) semble aller à l'encontre des objectifs de SNCF d'en faire un lieu de vie, de partage et d'échanges. L'entreprise ferroviaire fait aussi face à une concurrence communicationnelle sur son propre terrain, notamment du fait de la présence d'acteurs marchands. Ces derniers vont chercher, en jouant sur les biais cognitifs des usagers, à attirer leur attention sur

leurs boutiques ou leurs contenus publicitaires, laissant moins de temps de cerveau disponible aux messages de SNCF, tels que l'information voyageurs ou les formes de médiation en place. Heureusement pour le groupe, il peut compter sur des éléments comme son monopole de la communication marchande par voie audio ou le système exécutif du cerveau des voyageurs pour tenter de passer outre ces obstacles. Cependant même là, de nouvelles entraves comme la capacité des marques à tromper le système exécutif ou la pollution sonore en gare peuvent composer de nouveaux obstacles pour SNCF.

### III - La gare attire les formes de communication conflictuelle

Nous avons pu voir dans un premier temps comment la gare pouvait être utilisée par SNCF comme un outil de médiation pour diffuser ses messages. Dans un second temps, nous avons pu nous pencher sur les éléments perturbateurs de la réception de ces messages. Dans cette troisième partie, nous allons chercher à comprendre comment la gare, de par sa nature, ou des représentations que peuvent en avoir les individus peut être créatrice ou mobilisatrice de phénomènes de communication conflictuelle, qui peuvent représenter un risque pour l'image du groupe SNCF. Le site *larousse.fr* propose une définition du mot conflit sur laquelle nous nous reposerons pour notre développement : « Violente opposition de sentiments, d'opinions, d'intérêts »<sup>61</sup>. Nous pourrions ainsi considérer qu'un phénomène de communication conflictuelle serait un événement impliquant une forme de communication (interpersonnelle, politique, numérique...) traduisant cette « violente opposition ». Nous nuancerons cependant la notion de violence, trop subjective et sujette à l'interprétation de chacun, afin de nous concentrer sur celle d'opposition. Dans l'introduction de *Sociologie du conflit*<sup>62</sup>, Frederico Tarragoni expose que le conflit est quelque chose de sain et positif, tant en psychologie qu'en sociologie, qu'il relate d'un bon fonctionnement du dialogue, qu'il permet les évolutions de la société et les grands progrès sociaux, et qu'une société sans conflictualité serait en fait un régime totalitaire, dans laquelle l'expression de sentiments ou d'opinions contradictoires serait proscrite. Il va même jusqu'à affirmer que « l'idée que le conflit est statistiquement normal, socialement fonctionnel et politiquement utile dans les sociétés modernes, a été partagée par tous les pères fondateurs de la sociologie ». Pourtant, il relève également que le conflit a tendance à être perçu de façon négative, mis en opposition avec la paix et l'harmonie, et jugé indésirable, notamment dans les discours des responsables politiques des régimes marqués par le « néolibéralisme autoritaire ». Ainsi, nul ne veut voir son image de marque associée à des éléments péjoratifs tels que le conflit. Pourtant, l'essence même des

---

<sup>61</sup> Site internet du Larousse, définition du mot « conflit » : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/conflit/18127> page consultée le 15/08/2022

<sup>62</sup> BULLE Sylvaine et TARRAGONI Frederico, *Sociologie du conflit*, Armand Colin, 2021

gares SNCF les expose au conflit, qu'ils soient de nature interpersonnelles (discordes au sein de la gare) ou collectives (manifestations, rassemblements), portées contre SNCF (plaintes, réclamations...) ou d'autres acteurs complètement extérieurs (communications politiques, mouvements sociaux...). Nous allons ici chercher à comprendre pourquoi.

## A) La gare est un lieu où SNCF est confrontée à ses clients

La source de ces conflits peut d'abord provenir des déficiences des activités de SNCF sur la gare, comme des retards de trains, de l'insécurité ou des problèmes liés à l'aménagement de la gare. Les usagers, qui sont souvent des clients, sont directement confrontés à ces dysfonctionnements dans la gare où ils prennent forme, ou du moins où leurs conséquences se manifestent. De là, plusieurs types de réactions sont possibles pour l'utilisateur victime de ces dysfonctionnements, et parmi eux, certains relèvent de l'ordre du conflit comme précédemment défini, et peuvent impacter l'image du groupe. Dans ces conditions, les clients manifestent leur opposition à la gestion des activités de SNCF, et se traduisent par des communications conflictuelles qui sont portées au groupe, de façon directe ou indirecte.

### 1) Confrontation aux dysfonctionnements ferroviaires

Le jeudi 23 juin, en gare de Lyon, nous avons pu assister aux réactions de voyageurs face à un léger retard de train. En effet, deux trains partant en direction de Perpignan et Montpellier au même moment, furent retardés de 20 minutes. Bien que la date ne marque pas particulièrement un jour de grand départ, et que le retard ne soit pas prononcé, la scène observée pouvait prendre des airs tourmentés. Nous pouvions constater une masse de voyageurs entassés, peu révoltés mais définitivement agacés. Nous pouvions observer plusieurs comportements différents en réaction à la situation : certaines personnes se plaignaient dans leur coin, d'autres se contentaient de patienter calmement, de prendre ça avec le sourire, ou d'en faire des blagues sur la réputation qui colle à la peau de SNCF sur les retards. D'autres, plus impatients, sont partis en quête de précisions auprès des agents

SNCF, voir à s'énerver légèrement contre eux pour manifester leur agacement. Tout outil d'information voyageur ou de médiation d'explication semblait impuissant pour contenir les émotions négatives des voyageurs. Ces émotions, une fois extériorisées, ne sont ni plus ni moins que des formes d'opposition, d'une violence relative (verbale, sarcasme...), et relèvent donc du conflit. La situation observée n'était ici pas très grave, et ne pouvait susciter de réactions trop violentes, mais une annulation de train ou un retard plus significatif attirent de fait plus de plaintes et de réclamations, dont le potentiel violent s'agrandit avec la frustration endurée.

Face à ces situations conflictuelles, les clients doivent pouvoir exprimer leur mécontentement aux représentants de l'entreprise leur causant du tort, en l'occurrence, ceux qui en portent l'uniforme : les agents SNCF. Ces derniers, présents en gare pour guider et aider les voyageurs, viennent incarner sur le terrain l'organisation pour laquelle ils travaillent. Ils servent ainsi d'interface du groupe SNCF comme organisation pour les clients. De la sorte, ils font office d'intermédiaire entre les deux partis dans une situation de crise, ou en tout cas d'irrégularité. Nous pouvons les qualifier d'« objets-frontière ». L'objet-frontière est une notion introduite par Susan Leigh Star et Jim Griesemer, qui peut être définie comme « une entité qui sert d'interface entre des mondes sociaux et des acteurs ayant des perspectives différentes »<sup>63</sup>. Ici, les voyageurs sont les acteurs et groupes sociaux (aussi divers soient-ils), qui ont des perspectives radicalement différentes de l'entreprise ferroviaire, autre acteur dans cet achat de prestation de service. Si la définition d'objet-frontière semble pouvoir s'appliquer aux agents SNCF, elle peut en réalité se calquer sur l'ensemble des dispositifs de médiation d'explication (comme définis précédemment) du groupe ferroviaire, et donc à la gare dans sa totalité. Cependant, nous resterons concentrés sur les agents SNCF, qui sont les principales cibles directes des victimes de dysfonctionnements, du fait de leur présence sur le terrain, recevant questionnements, réclamations et parfois même injures pour le groupe. Pourtant, Star et Griesemer ont conçu la notion d'objet-frontière pour un secteur très différent de la prestation de service : le travail scientifique. D'ailleurs, l'agent SNCF

---

<sup>63</sup> LATZKO-TOTH Guillaume, et Florence Millerand. « Objet-frontière ». Bouchard, Frédéric, et al.. Sciences, technologies et sociétés de A à Z. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2015. (pp. 163-165) Web. <<http://books.openedition.org/pum/4333>>.



ne semble pouvoir entrer dans aucune des 4 catégories d'objet-frontière relevées par les auteurs : « le répertoire (le musée en tant que « banque » de spécimens), l'idéaltype (une définition du concept d'espèce), l'enveloppe – ou objet dont les frontières coïncident (la carte de la Californie), le format standard (un formulaire servant à standardiser les informations relatives à la collecte de spécimens) »<sup>64</sup>. Cependant, dans *Retour sur la notion d'objet-frontière*<sup>65</sup>, Pascale Trompette et Dominique Vinck reviennent sur les travaux de Stéphanie Peters, Daniel Faulx et Isabelle Hansez qui cherchent à mobiliser la notion d'objet-frontière pour décrire les réseaux d'innovation. Ils finissent par expliquer que dans les expériences menées par ces trois derniers, « les objets-frontière s'apparentent ici à des dispositifs de traduction liant l'univers des concepteurs à celui des clients/usagers ». Or, nous pouvons parfaitement considérer que les agents SNCF, en situation irrégulière en gare, peuvent également s'apparenter à des dispositifs de traduction des problèmes techniques en cours et des solutions apportées, liant l'univers technique du groupe ferroviaire à celui des clients de SNCF et des usagers de la gare. La notion d'objet-frontière est certes née d'un travail de recherche sur le travail scientifique, mais comme chaque notion, elle est vouée à être réappropriée par d'autres chercheurs dans leurs propres domaines, pour décrire les réseaux d'innovation, ou autre. Nous proposons donc ici d'utiliser la notion d'objet-frontière dans le champs très particulier des sciences de l'information et de la communication qu'est la communication de crise, afin de décrire les interfaces de médiation, humaines ou non, mises à disposition des victimes d'un incident par l'entreprise ou l'institution responsable. Les responsabilités de ces interfaces sont alors multiples (explication, vulgarisation, empathie...) et varient en fonction de la forme de l'objet-frontière (nous attendons plus d'empathie de la part d'un agent humain que d'une machine). Dans le cas d'un retard de train, le rôle de l'agent SNCF est d'expliquer la situation aux clients les moins patients, de façon assez empathique et pédagogique pour limiter le développement d'une situation conflictuelle, et l'expérience négative du client. De la sorte, il tente de protéger l'image du groupe SNCF sur le terrain, au plus près des événements indésirables qui peuvent lui porter préjudice. La dimension conflictuelle

---

<sup>64</sup> id

<sup>65</sup> TROMPETTE Pascale et VINCK Dominique, « Retour sur la notion d'objet-frontière (2). Fécondité de la notion dans l'analyse écologique des objets innovants », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 4,1, no. 1, 2010, pp. 11-15.

de ces situations est donc d'abord interpersonnelle entre l'agent et le voyageur, mais traduit en réalité l'expression d'un mécontentement de celui-ci auprès de l'organisation dans son ensemble.

Ces événements, individuellement, n'ont pas d'impact significatif sur l'image du groupe. Nous pouvons supposer que la déception ou l'énervement d'une centaine de voyageurs auprès de SNCF ne soit pas une menace pour l'entreprise qui fait voyager chaque jour des millions d'individus. Mais c'est leur cumul qui est dangereux. Dans *La communication de crise*<sup>66</sup>, Michel Orgrizek et Jean-Michel Guillery pointent que « la répétition d'un accident similaire sur un même site ou dans un même groupe (secteur) industriel, signifie tout simplement aux yeux des médias et des autorités publiques, qu'aucune mesure sérieuse n'avait sûrement été prise après le premier accident pour éviter qu'il ne se reproduise ». Ils expliquent ainsi qu'un accident isolé est tolérable pour l'opinion publique (bien que la conception d'une opinion publique uniforme ait de moins en moins de pertinence de nos jours), mais que la récurrence l'est beaucoup moins. Dans une crise, un facteur aggravant est alors le « casier médiatique » de l'entreprise, c'est-à-dire tous les précédents incidents ayant marqué l'entreprise et son exposition médiatique, particulièrement dans un temps récent, et sur des sujets similaires à la crise en cours. Dans le cadre des activités de SNCF, entreprise la plus médiatisée de France, et notamment pour ses dysfonctionnements (retards, grèves, immobilisation de trains remplis de voyageurs...) <sup>67</sup>, c'est l'accumulation de ces derniers, vécus par les utilisateurs, et racontés au sein des cercles sociaux, qui fait circuler l'idée que SNCF doit être associée aux retards (à raison ou à tort, là n'est pas le sujet). On ne parle plus seulement là de « casier médiatique », mais d'expériences personnelles couplées à des discours circulants. Autrement dit, si un retard de 20 min vécu en gare n'a en soit rien de grave, l'image du groupe SNCF souffre en réalité de la récurrence de ces derniers, telle qu'elle est ressentie par les usagers. Mais nous comprenons donc que les communications conflictuelles issues des dysfonctionnements de l'activité ferroviaire ne se manifestent plus seulement au sein de la gare, là où elles prennent

---

<sup>66</sup> GUILLERY Jean-Michel et OGRIZEK Michel, *La communication de crise*, Presses Universitaires de France, 1997

<sup>67</sup> Annexe n°3 : Tonalité des retombées médiatiques de SNCF (2021)

source, mais ont tendance à se déplacer jusque dans les conversations interpersonnelles en dehors de la gare, et maintenant sur Internet.

## 2) Déplacement des plaintes vers les réseaux sociaux

Le déplacement de ces plaintes vers Internet, à l'ère de l'instantané, crée une extension numérique de la gare, qui permet une conflictualité moins frontale, mais parfois plus virulente verbalement. Cette dématérialisation du conflit est particulièrement favorisée par certaines plateformes numériques, telles que le réseau social Twitter, très axé sur l'instantanéité. Nous allons voir quelles formes prennent ces oppositions entre SNCF et les usagers des gares, particulièrement au travers de l'exemple des problèmes d'accessibilité en gare pour les personnes en situation de handicap.

Dans son livre *La démocratie Internet*<sup>68</sup>, Dominique Cardon cite deux définitions de l'espace public. La première, issue de la sociologie urbaine, se résume en disant que « est public ce qui est visible et accessible par tous ». La seconde, issue de la théorie politique, veut que « la notion d'espace public se caractérise par le fait que les propos publics répondent à des critères spécifiques qui leurs confèrent un intérêt général », et donc que « certains propos méritent d'être portés à la connaissance de tous, d'autres pas ». L'auteur expose que si « les propos rendus visibles par les médias d'information, selon la première définition, avaient aussi un caractère public, selon la seconde », Internet avait rendu certaines choses visibles sans pour autant qu'elles ne soient publiques. Ainsi, pour qu'un propos rendu visible pour Internet soit de nature publique selon ces définitions, il doit pouvoir servir l'intérêt général. Pour notre cas, nous pouvons considérer que tout ce qui peut aider à améliorer l'activité ferroviaire sert l'intérêt général, que ce soit un service numérique proposé par SNCF sur Internet (Information voyageur, médiations d'explication, planification de trajet...), ou des plaintes formulées par des usagers, pouvant interpeller l'entreprise sur une situation à prendre en charge, ou alerter d'autres usagers de déficiences (nous partons alors du constat que le conflit est porteur de progrès, comme nous avons pu le développer en début de partie). Nous pouvons donc considérer qu'Internet, au

---

<sup>68</sup> CARDON Dominique, *La démocratie internet*, Editions du Seuil et La République des Idées, 2010

même titre que la gare, appartient à l'espace public. Parmi tous les sites disponibles sur Internet, les réseaux sociaux sont ceux qui permettent une expression du citoyen la plus visible et accessible possible, et particulièrement Twitter. Ce réseau, marqué par son exploitation de l'instantanéité, permet de réagir en temps réel à des choses observées par l'internaute, en ligne ou dans le monde réel. Il semble donc logique que les événements observés et expériences vécues en gares sont susceptibles d'être eux aussi reportés sur le réseau de l'oiseau bleu.

Au cours de la dernière décennie, SNCF a progressivement investi le réseau social Twitter, certes pour y diffuser ses contenus commerciaux et corporates via des comptes comme @SNCF, @GroupeSNCF, ou @Intercites), mais surtout pour y déployer un dispositif d'information voyageur, en créant des comptes aux lignes du quotidien (RER, TER...), profitant de la dimension instantanée du réseau pour pouvoir diffuser en temps réel les informations importantes sur le trafic de la ligne, et répondre aux questions des voyageurs, à leurs suggestions, et autres interpellations. En étendant son travail d'information voyageur au réseau social Twitter, SNCF signe déjà le début d'une extension numérique de la gare vers ce dernier, où elle y propose ses services. Une telle stratégie de communication sur les réseaux sociaux permet certes de créer du lien avec les utilisateurs quotidiens des transports, et de promouvoir un service poussé d'assistance sur leurs trajets, mais expose le groupe aux critiques, et aux formes de communication conflictuelle pouvant relever d'une violence parfois démesurée (insultes, menaces...) du fait de l'anonymat permis par la plateforme. Le promesse de Twitter reste en effet de permettre à chacun de s'exprimer, et notamment d'exposer les problèmes que nous rencontrons au quotidien. C'est en tout cas ce que laisse penser la photo de couverture du compte @Twitter, compte officiel du réseau social sur sa propre plateforme.



Photo de couverture du compte Twitter @Twitter le 25 août 2022

Nous pouvons traduire ce message de la façon suivante : « mon twitter est comme un journal intime, sauf que j'en fais le problème de tout le monde ». Si ce message est repris par Twitter pour en faire un élément de son identité de marque, nous pouvons en déduire que l'usage voulu et assumé de Twitter est (entre autres) le partage d'expérience et l'exposition de problèmes, personnels ou sociétaux. Si Internet, et donc plus particulièrement Twitter, sont des extensions de l'espace public comme nous avons pu le voir précédemment, alors un usager de la gare peut y prolonger son expérience de la gare (comme espace public) pour y produire ses communications conflictuelles (plaintes, extériorisation d'émotions négatives...). Twitter, réseau de l'instantanéité déjà investi par SNCF, est alors l'extension de la gare idéale pour les détracteurs du groupe ferroviaire, permettant à la fois un contact facile avec l'entreprise, et une expression libre et décomplexée. SNCF prend donc un risque en s'investissant sur le réseau, mais semble maintenir le cap de sa stratégie.

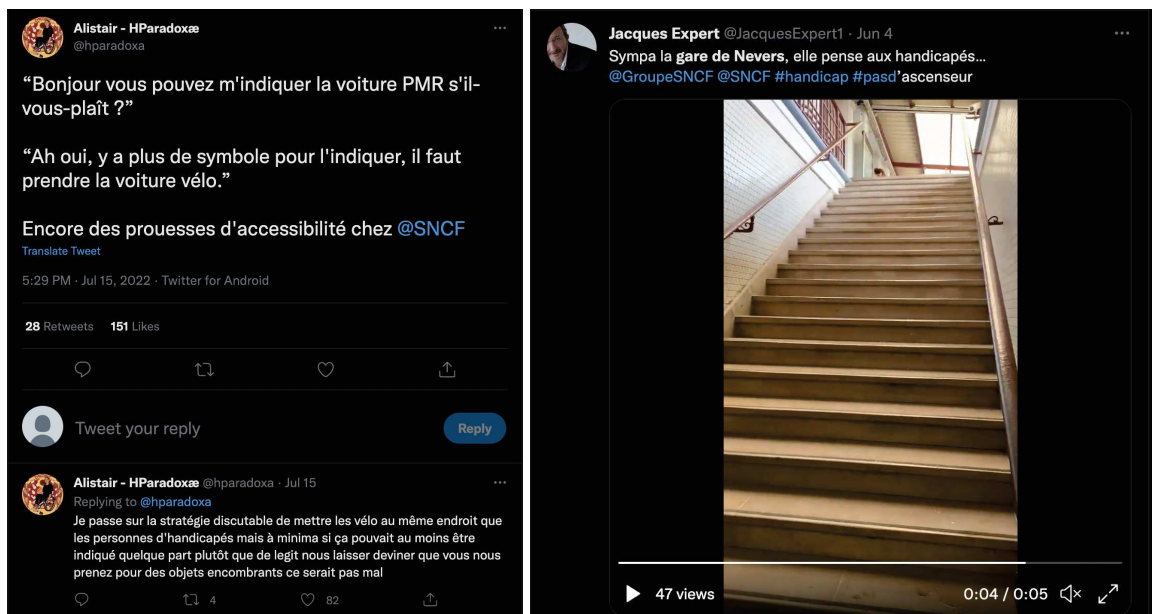
Du 1er mai au 31 juillet 2022, période sur laquelle nous nous basons depuis le début de ce travail de recherche, 34 tweets traitant des problèmes d'accessibilité en gare ont été relevés par la veille Opinion Act avec laquelle nous avons choisi d'observer les événements en gare relayés sur les réseaux sociaux. Un nombre qui fait du manque d'accessibilité en gare pour les personnes en situation de handicap une des principales sources de plainte envers les services SNCF sur Twitter (en dehors des éternels irritants tels que les prix et les retards), sur cette période donnée. Nous prendrons donc ce sujet de plaintes pour étudier les communications conflictuelles mettant en cause SNCF sur Twitter. Ce résultat n'est pas si étonnant, dans un contexte où la question du handicap se fait de plus en plus entendre dans l'écosystème médiatique et auprès des responsables et candidats politiques (carte blanche de Xavier Bertrand au 3ème débat des primaires de la droite<sup>69</sup>, vote à la quasi-unanimité de la déconjugalisation de l'allocation adulte handicapé à l'assemblée nationale<sup>70</sup>...). Après avoir longtemps été oubliés par ces derniers,

---

<sup>69</sup> Lepoint.fr, *École, handicap... Les prétendants LR sortent des sentiers battus*, publié le 21/11/2021 [https://www.lepoint.fr/politique/ecole-handicap-les-pretendants-lr-sortent-des-sentiers-battus-21-11-2021-2453057\\_20.php](https://www.lepoint.fr/politique/ecole-handicap-les-pretendants-lr-sortent-des-sentiers-battus-21-11-2021-2453057_20.php) page consultée le 16/08/2022

<sup>70</sup> Francetvinfo.fr, *L'Assemblée nationale vote la déconjugalisation de l'allocation adulte handicapé*, publié le 21/07/2022 [https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/l-assemblee-nationale-vote-la-deconjugalisation-de-l-allocation-adulte-handicape-a-l-unaninite-moins-une-voix\\_5269507.html](https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/l-assemblee-nationale-vote-la-deconjugalisation-de-l-allocation-adulte-handicape-a-l-unaninite-moins-une-voix_5269507.html) page consultée le 16/08/2022

victimes de discriminations de formes multiples (économiques, de représentativité, d'accessibilité, violences verbales...), les personnes en situation de handicap ne pouvaient que se retrouver dans la promesse utopique d'Internet à ses débuts, vantant un modèle de liberté d'expression et un renouvellement complet de la démocratie, laissant plus de place aux laissés pour contre de la société<sup>71</sup>. Parmi les 34 tweets recensés, nous avons choisi d'en sélectionner quelques-uns pour illustrer les différentes formes que peuvent prendre ces nouvelles manifestations numériques de plaintes envers les services du groupe SNCF.



Tweet du compte Twitter @hparadoxa le 15 juillet 2022 (à gauche) et tweet du compte Twitter @JacquesExpert1 le 12 juillet 2022 (à droite)

Ces deux tweets illustrent un même usage du réseau social Twitter : le partage d'expérience. Cet usage est ici transposé à une expérience négative vécue en gare par l'énonciateur liée à un problème d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap. Le conflit est clairement identifiable dans les deux cas : un usager de la gare n'est pas satisfait du service que lui propose SNCF, qu'il décide d'interpeller à l'aide de l'outil « @ ». Cependant, pour raconter l'expérience vécue, de nombreux procédés sont possibles. Dans le premier tweet, on relève l'usage de la citation pour permettre au lecteur de se projeter dans la situation décrite. Dans le second tweet, une méthode beaucoup plus immersive et illustrative est employée : la vidéo (qui

<sup>71</sup> CARDON Dominique, *La démocratie internet*, Editions du Seuil et La République des Idées, 2010

sert à la fois de preuve et d'illustration du propos tenu). Avec Twitter, les usagers de la gare ont donc un arsenal de moyens d'exposer médiatiquement les dysfonctionnements et les irrégularités de la gare, ce qui peut représenter un risque pour l'image de la marque SNCF.



Tweet du compte Twitter @Spikesp61772383 le 12 juillet 2022

Ce tweet nous illustre comment l'extériorisation d'émotions négatives peut être chargée d'une certaine violence verbale. Il est en effet marqué par une série de termes négatifs pour qualifier les infrastructures de SNCF, tels que « fichu escalator » ou « ligne maudite », ainsi que par une forte mise en cause du groupe ferroviaire, dont le « manque d'implication » compliquerait la vie des personnes âgées et handicapées. Bien entendu, le niveau de violence verbale reste très faible comparativement à ce que nous pouvons lire sur le réseau social en associant « SNCF » à n'importe quelle injure dans la barre de recherche. Cependant, ce tweet permet de prendre la température de la virulence dont font l'objet les interpellations et critiques émises à l'égard de l'entreprise.



Tweet du compte Twitter @jayce\_br le 24 juillet 2022

Enfin, ce dernier tweet nous montre que cette numérisation des plaintes en gare n'échappe pas aux facteurs aggravants que nous avons pu décrire précédemment, et notamment ici le problème de la récurrence. Ici, l'internaute ne décrit pas une situation dont il a été victime personnellement, mais l'expérience d'une de ses

proches, sa mère handicapée, oubliée dans une rame de TGV. Jusque là, l'internaute moyen peut se dire qu'un oubli est tolérable à la lecture de ce tweet, mais l'auteur précise qu'il s'agit du troisième problème en 60 jours. Une information qui traduit le ras-le-bol des dysfonctionnements de l'activité de SNCF vécus par les voyageurs, qui finissent par passer le cap du tweet pour exprimer leur mécontentement.

En conclusion, Twitter est devenu une extension de la gare, aussi bien pour les services de SNCF que pour les plaintes des usagers. Dans les deux cas, les mêmes procédés sont observables. Mais le réseau social semble rendre la contestation et la manifestation du mécontentement plus accessibles à l'utilisateur, notamment grâce à l'anonymat ou la possibilité de se confronter directement à l'entreprise ciblée, sans passer par un relai supposément innocent comme l'agent en gare.

## B) La gare est un lieu dont la puissance symbolique attire les formes de communication conflictuelle

Mais les discordances entre SNCF et ses clients ne sont pas les seules origines des communications conflictuelles en gare. Nous allons voir que la gare est d'une certaine manière un objet politique, dont la symbolique et les représentations que nous pouvons en avoir attirent les actions de communication conflictuelle de formes multiples.

### 1) Des visions du service public

La gare est politique d'abord parce qu'elle (avec l'entreprise qui la gère) cristallise les débats relatifs au service public et les moyens qui doivent y être consacrés. Dans son histoire, SNCF et ses cheminots ont beaucoup fait l'objet de débats de fond, notamment sur leur statut. Le statut de l'entreprise SNCF est débattu, avec d'une part les plus libéraux ayant plutôt tendance à prôner une libre concurrence du marché ferroviaire couplée à une logique de privatisation du groupe SNCF, encore dépendant des capitaux publics, et d'autre part les moins libéraux proches des



logiques de nationalisation des grandes entreprises de service public. Le statut des cheminots a également longtemps été sujet de débats houleux, et plus récemment de réformes visant à l'abolir progressivement, suscitant des manifestations et des mouvements de grève de grandes envergures (2018, 2019). Ces mouvements de grèves, ayant à la fois un fort écho médiatique ainsi qu'un grand impact sur le trafic ferroviaire, et donc sur le quotidien des français, ne peuvent passer inaperçu, et mettent à l'ordre du jour les débats sur ces questions de statut. De la sorte, le citoyen est poussé à prendre position sur ces questions, pour un débat qui dépasse largement l'échelle du groupe ferroviaire. SNCF, les cheminots et leurs statuts incarnent en réalité un débat de fond sur une vision du service public et le niveau d'interventionnisme que devrait avoir l'Etat dans l'économie. Des questions souvent bien vite tranchées à l'échelle européenne, comme pour la mise en concurrence du marché ferroviaire, mais qui ne désintéressent pour autant pas à l'échelle nationale. Il peut sembler ainsi évident que cette incarnation d'un débat public représente un risque d'image, la prise de position des citoyens n'allant pas toujours dans le sens des orientations prises par le groupe SNCF, que ces orientations soient purement issues d'un choix stratégique du groupe, ou d'une injonction gouvernementale, l'Etat en étant l'unique actionnaire.

Ce clivage amène par nature les professionnels de la politique à se positionner sur le sujet pour attirer un certain électorat, et ce particulièrement pendant les grandes échéances électorales, où les prises de paroles des responsables et candidats politiques prennent une ampleur médiatique accrue. A une époque où l'image détient une importance certaine en communication politique, pour exprimer sa vision du service public, un candidat peut être amené à se mettre en scène sur le terrain pour illustrer son propos. SNCF étant une entreprise marquant le quotidien des français, et la gare un lieu qui le fait encore mieux, il semble que cette dernière soit un terrain idéal pour y effectuer une opération de communication politique et électorale, qui par nature marque son opposition à un autre courant de pensée, faisant d'elle une forme de communication conflictuelle. Nous prendrons l'exemple d'Anne Hidalgo, alors candidate à l'élection présidentielle de 2022, qui a souhaité exprimer son point de vue sur les guichets automatiques le 27 octobre 2021 en gare

de Saint-Vallier, dans la Drôme<sup>72</sup>. Une séquence vidéo, filmée en format portrait, que nous devinons prise par un smartphone à l'improviste, où la candidate pose sur le quai de la gare, devant un guichet automatique. Elle y développe sa volonté de remettre plus d'humains et moins de machines dans le service public, un choix qui permettrait d'améliorer notre « équilibre collectif ». Cette prise de position a été vivement critiquée par une part de l'échiquier politique pour son manque de pertinence à l'heure pour SNCF est endettée et coûte très cher à l'Etat, mais très bien accueilli par d'autres sur le fond, pointant les problèmes liés à l'illectronisme et l'abandon des petites lignes et des territoires par une sphère politique parisiano-centrée. Quoi qu'il en soit, le clivage est marqué, les retombées médiatiques attirent le regard sur SNCF et ses décisions qui ne plaisent pas à tout le monde. Le mécontentement est alors institué par une responsable politique, candidate à la plus haute instance de l'Etat. Le risque d'image pour le groupe SNCF est alors évident. Nous comprenons ainsi avec cet exemple comment la gare peut attirer des prises de parole de responsables ou candidats politiques, qui se servent des infrastructures SNCF pour diffuser leurs messages, parfois opposés aux orientations stratégiques de l'entreprise. Ces communications politiques ont bien une dimension conflictuelle, puisqu'elles incitent le citoyen à s'indigner d'une situation permise ou créée par le groupe.

## 2) Pratiques politiques autonomes

Les phénomènes de communication politisés en gare ne sont pas qu'issus d'initiatives personnelles ou partisans, elles peuvent également prendre une dimension collective. Le ferroviaire, acteur du quotidien des français, sait mobiliser des groupes organisés pour atteindre leurs fins. Ces groupes peuvent être composés d'usagers comme de cheminots, mais tous peuvent être amenés, au même titre que la candidate Anne Hidalgo dans notre précédent exemple, à s'exprimer sur le terrain de la gare, chargé de symbolique, pour donner à leur propos une plus grande résonance. Avant de s'attarder à étudier des exemples de ces pratiques collectives, il convient que nous nous penchions sur leur nature.

---

<sup>72</sup> Séquence vidéo d'Anne Hidalgo en gare de Saint-Vallier  
<https://www.youtube.com/watch?v=zaTCWohaSdY> Vidéo visionnée le 21/08/2022

Dans son livre *Politique de l'activisme*<sup>73</sup>, Albert Ogien propose la notion de « pratiques politiques autonomes », qui permet de « spécifier chacune des innombrables initiatives à travers lesquelles des membres de la société se mobilisent pour une cause qui leur tient à cœur ». Ce sont des actions collectives qui visent à « modifier les manières de vivre d'une collectivité, par la loi ou en faisant évoluer les mœurs ». Prenant forme en dehors de l'encadrement des organisations représentatives, l'auteur explique qu'elles ne comptent que sur leur propre force pour atteindre leurs objectifs, et ne s'inscrivent dans aucune stratégie de conquête du pouvoir. En d'autres termes, les pratiques politiques autonomes sont des mobilisations d'individus prenant forme de façon temporaire, dans l'objectif d'atteindre un but commun, ou de défendre une cause commune. Parmi les formes les plus courantes que peuvent prendre ces actions collectives, nous retrouvons les pétitions et toutes les formes de rassemblement (manifestations, sitting...). Ces mobilisations physiques, tout comme les prises de parole politiques, gagnent en visibilité lorsqu'elles sont effectuées dans un cadre symbolique ou provocateur. C'est pourquoi, dans le cas de pratiques politiques autonomes liées d'une façon ou d'une autre au secteur ferroviaire, la gare peut être un lieu de regroupement aussi stratégique que symbolique. Mais alors à quoi peuvent bien ressembler ces mobilisations liées à l'activité ferroviaire, qui pourraient prendre la gare pour point de rassemblement ? Nous pouvons évidemment d'abord compter les manifestations de cheminots, quel que soit leur motif. Le point commun des manifestants est alors une raison suffisante pour s'emparer de la gare, symbole de l'activité professionnelle qui les unit. Que ce soit pour revendiquer une revalorisation salariale, protéger leur statut, ou revendiquer leur désaccord avec une décision pouvant affecter leur métier (mise en concurrence du marché ferroviaire, manque d'investissements de la part de l'Etat...), la gare est toujours un lieu symbolique et stratégique, mais aussi logique pour les cheminots. La gare est au cheminot ce que la caserne est au pompier, ce que le commissariat est au policier, et ce que l'hôpital est à l'infirmier. Côté usager, nous pouvons mentionner les organisations de riverains pour défendre une petite ligne menacée par une fermeture. Là encore, la gare est un lieu logique de

---

<sup>73</sup> OGIEN Albert, *Politique de l'activisme. Essai sur les mouvements citoyens*, Presses Universitaires de France, 2021

rassemblement, puisqu'elle devient un lieu à défendre. Dans cet exemple, ce sont des gares plus petites qui sont susceptibles d'être visées, qui donc rendront l'action moins visible auprès des voyageurs que si elle avait eu lieu dans une grande gare. Cependant, la symbolique du rassemblement permettra d'attirer l'attention de la Presse Quotidienne Régionale (PQR), des retombées médiatiques plus que bienvenues pour une mobilisation qui ne concerne parfois qu'un village.

Parmi les pratiques politiques autonomes, Albert Ogien développe le cas particulier de « l'activisme sauvage », une « activité déployée par des profanes de la politique qui décident de s'organiser au sein de collectifs de lutte, assemblées citoyennes, comités de quartiers, groupes de défense ou en réponse à un appel (...) dans l'intention affichée d'intervenir dans la détermination de la manière dont les affaires publiques sont conduites par les pouvoirs en place ». Celles-ci peuvent naître d'émotions, de campagnes de communication d'ONG par exemple. L'auteur explique que « les plus radicales se dispensent de règles de bienséance », et que « l'activisme sauvage est une méthode, pas un programme » qui vient défendre des « revendications sectorielles ou existentielles ». En d'autres termes, l'activisme sauvage est une forme de pratique politique autonome qui s'éloigne encore plus de l'encadrement des organisations représentatives, marquant une coupure avec le système en place pour atteindre son but ou défendre ses idées. Dans le cadre du secteur ferroviaire, SNCF pourrait être attaqué par des organisations militantes, par exemple écologistes, qui pourraient lui reprocher l'utilisation de glyphosate pour traiter ses voies, ou de chasseurs pour réguler la faune aux alentours de ses infrastructures et protéger ses trains des heurts de sangliers. Si l'activisme sauvage divise autant sur le fond que sur la forme, il a le mérite d'attirer l'attention du public sur des sujets crisogènes pour l'entreprise ferroviaire, comme le peuvent être la chasse et les pesticides.

Le risque d'image de ces événements est alors évident pour le groupe SNCF, qui peut alors être directement mis en cause pour des actions susceptibles de ne pas être considérées éthiques par une portion de la société civile. La gare, appartenant à l'espace public, est une cible facile à prendre d'assaut pour les actions collectives, souhaitant prendre à parti l'entreprise ferroviaire pour lui faire répondre de ses actes, ou d'autres instances dont elle répond telles que l'État.

### 3) Un dépassement du ferroviaire

Enfin, la variété des phénomènes de communication conflictuelle en gare ne s'explique pas que par la forme de ces derniers, mais également par leur fond. En effet, la spécificité de la gare, et l'imaginaire autour de cet objet attisent des phénomènes qui dépassent la thématique du ferroviaire. Ce lieu du quotidien est ancré dans nos représentations, de façon différente selon les expériences de chacun. Mais il existe des représentations de la gare suffisamment partagées pour susciter des mobilisations d'individus en son sein, ou autres phénomènes de communication conflictuelle qui pourraient représenter un risque d'image pour le groupe.

Parmi toutes les représentations associées à l'imaginaire de la gare, la plus certaine demeure sa capacité à incarner un territoire. La gare est en effet un symbole géographique, sujet aux revendications liées au territoire, particulièrement à l'échelle de l'agglomération qu'elle dessert. En France, à l'exception du cas particulier de Paris qui en compte un grand nombre sur son périmètre, les gares sont des points centraux de leurs villes, avec de grands parvis, des commerces et du passage. Elles sont même parfois considérées comme des monuments, des raisons à elle-même de visiter la ville, comme à Metz par exemple. Dans *Poétique de la ville*<sup>74</sup>, Pierre Sansot explique que « Partir par la gare, c'est, en effet, constituer d'une façon privilégiée, la ville comme une totalité. [...] Dans la gare, avant de partir, nous avons le sentiment de tourner le dos à toute la ville, encore présente et non point réduite à une représentation lointaine. En effet, la gare comme nous le verrons par la suite, est en dehors et en dedans de la ville ». Par ces mots, nous comprenons que la gare joue un rôle bien particulier au sein de la ville : elle incarne à la fois son entrée et sa sortie en étant à la fois « en dehors et en dedans de la ville ». Le lecteur peut s'identifier à ce ressenti d'arriver dans une ville en entrant en gare par le train, ou à l'inverse de la quitter, toujours en train, lorsque celui-ci démarre. Lors de nos observations, nous avons pu entrer en immersion dans la peau d'un voyageur, et constater ce même phénomène : plusieurs fois, nous nous sommes surpris à

---

<sup>74</sup> SANSOT Pierre, *Poétique de la Ville*, 1971, Klincksieck, p. 85

signaler à nos proches que nous étions bien arrivés (par exemple à Nantes), en arrivant en gare, alors même que nous avons pu franchir les frontières de la ville depuis déjà plusieurs minutes. De même, les « au revoir » que nous pouvons formuler aux personnes nous accompagnant jusqu'au wagon marquent la fin de notre séjour dans la ville en question. Nous pouvons ainsi dire que la gare marque d'une certaine façon l'entrée et la sortie d'une ville, bien qu'une fois de plus dans un cas où l'immersion nous sert de corpus et donc de preuve pour notre raisonnement, c'est au lecteur de contribuer à la validation ou non de cette hypothèse en s'identifiant (ou pas) à ce qui est dit. Évidemment, cela ne concerne que les voyageurs choisissant le train, un aéroport remplacera aisément ce rôle pour quelqu'un qui prendra l'avion. Nous pouvons tout de même noter que nous parlons de gare maritime ou de gare routière, l'imaginaire de la gare devient donc multimodal. Dans ce raisonnement, nous resterons centrés sur le ferroviaire, axe de notre travail de recherche. Ainsi, en incarnant l'entrée et la sortie de la ville, la gare dépasse sa mission d'incarnation territoriale pour devenir une véritable porte, qui peut s'ouvrir comme se fermer, particulièrement face aux venues de personnalités clivantes comme nous le verrons par la suite.

Par sa capacité à représenter ou incarner un territoire, la gare s'expose à des affrontements entre d'autres entités incarnant ou représentant des valeurs ou des idées. En effet, si une infrastructure incarne un territoire que deux idéologies revendiquent, nous pouvons supposer une forte d'affrontement en son lieu, quelque soit sa forme (démonstration de force, blocage, altercations verbales, violences physiques...) afin de le conquérir. L'Histoire ne manque en tout cas pas d'exemples pour illustrer une telle théorie. Samuel Hayat, Corinne Péneau et Yves Sintomer proposent dans la revue *Raisons politiques*<sup>75</sup> une définition de l'incarnation, et de la « représentation-incarnation » plutôt attribuée à la capacité d'une seule personne à représenter et incarner un collectif. Ils précisent cependant que « l'incarnation n'est pas synonyme de personnalisation et peut passer par des corps collectifs plutôt que par des individus charismatiques ». Ces idées susceptibles de s'affronter en un lieu aussi symbolique que la gare peuvent donc aussi bien être incarnées par une seule

---

<sup>75</sup> HAYAT Samuel, PENEAU Corinne et SINTOMER Yves, « La représentation-incarnation », *Raisons politiques*, vol. 72, no. 4, 2018, pp. 5-19.

personne que par un groupement uni d'individus. Dans l'exemple que nous étudierons plus tard, nous retrouverons les deux cas en affrontement. Pour décrire la rencontre entre deux entités sujettes à la représentation-incarnation d'une idée, au sein d'un lieu symbolique (incarnation d'un territoire, lieu chargé d'histoire...), nous proposerons la notion d'« affrontement symbolique ». Ce terme nous semble pertinent car la notion d'affrontement lui donne la dimension conflictuelle que nous lui cherchons pour marquer l'opposition entre deux idées ou valeurs contradictoires, et la notion de symbole illustre parfaitement comment ces affrontements n'ont de sens que grâce à ce qu'incarnent les différents acteurs du conflit, des adversaires jusqu'au terrain d'affrontement.

Nous allons maintenant prendre un exemple qui nous permettra d'illustrer tout ce qui vient d'être dit pour bien comprendre comment ces logiques de symboles, de représentations et d'incarnations peuvent représenter un risque d'image pour SNCF, en attirant le conflit dans ses gares. Le 26 novembre 2021, alors qu'il n'est pas encore officiellement candidat à la présidence de la République Française, l'éditorialiste très controversé Eric Zemmour, connu pour ses propos souvent qualifiés de xénophobes, racistes, islamophobes, sexistes ou encore homophobes, se rend à Marseille<sup>76</sup> dans le cadre de sa tournée pour la promotion de son dernier livre, tournée qui s'apparente déjà à un début de campagne électorale, à l'heure où les médias et instituts de sondages considèrent déjà sa candidature dans leurs enquêtes. Pour ce déplacement, Eric Zemmour choisit le TGV, qui doit l'amener en gare de Marseille-Saint-Charles. Cependant, alerté de la présence d'antifas sur place, le candidat préfère descendre plus tôt en gare d'Aix en Provence pour éviter la confrontation. Le lendemain, pour son trajet retour, Eric Zemmour décide de tenter d'accéder malgré tout à la gare de Marseille-Saint-Charles. Sans surprise, ce dernier est accueilli par les antifas de Marseille, et traverse la gare jusqu'à son quai sous les huées et invectives de ces derniers. Cette scène est évidemment filmée<sup>77</sup> et relayée sur les réseaux sociaux comme par les médias traditionnels. Sur les vidéos,

---

<sup>76</sup> Lemonde.fr - Franck Johannès et Ivane Trippenbach, *Présidentielle 2022 : A Marseille, la précampagne d'Eric Zemmour finit mal*, article publié le 27/11/2021 URL : [https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/27/presidentielle-2022-a-marseille-la-precampagne-d-eric-zemmour-finit-mal\\_6103828\\_6059010.html](https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/27/presidentielle-2022-a-marseille-la-precampagne-d-eric-zemmour-finit-mal_6103828_6059010.html) page consultée le 22/08/2022

<sup>77</sup> Chaîne Youtube de Franceat TV, *Eric Zemmour encore chahuté à la Gare Saint-Charles avant son départ de Marseille*, [https://www.youtube.com/watch?v=cVICAL\\_z7j8](https://www.youtube.com/watch?v=cVICAL_z7j8) vidéo visionnée le 26/08/2022

nous pouvons entendre scander des slogans revendicatifs comme « Marseille Antifa », ainsi que des injonctions comme « Dégage » ou « Rentre chez toi ». Dans cette situation, nous nous placerons du point de vue des antifas de Marseille, à l'origine de cette confrontation, pour mieux comprendre le jeu d'incarnations symboliques que ces derniers pouvaient y voir. Dans un article pour *Le Monde* leur étant consacré<sup>78</sup>, Ariane Ferrand décrit le mouvement Antifa de la façon suivante : « des groupes radicaux, apparus dans les années 1980, se réclamant de l'antifascisme. Ils font partie de ces mouvements et camps politiques qui reposent sur une « *idéologie négative* », pour reprendre l'expression de l'historien du politique René Rémond : on s'unit, on se définit et on se mobilise contre un ennemi qu'il faut combattre sans relâche ». La mobilisation de ces individus n'a donc de sens que dans l'opposition marquée à l'idéologie fasciste, et plus généralement contre l'extrême droite, le racisme, et autres formes de discriminations. Aux yeux des antifas de Marseille, Éric Zemmour incarne alors la menace raciste, fasciste, en tant que potentiel candidat d'extrême droite bien placé dans les sondages. Une menace représentant toute la raison d'être de leur mouvement, destiné à agir contre elle. Une menace qui, ce 26 novembre 2021, cherche à se rendre chez eux, à Marseille pour y diffuser ses idées. Une raison suffisante pour appeler à leur mobilisation, pour défendre leur revendication territoriale, idéologique et sectorielle. Pour cela, les techniques de blocage, empêchant l'éditorialiste d'arriver à bon port, où la manifestation, perturbant son départ, sont des méthodes d'activisme sauvage, comme nous les avons précédemment décrites, qui permettent dans une certaine mesure de répondre à un objectif commun des antifas réunis : lutter contre l'extrême droite. Enfin la gare, entrée de la ville de Marseille à l'arrivée du train, mais aussi sortie à son départ, joue son rôle de porte, et d'incarnation territoriale dans ce conflit. La reconnaissance de cette fonction de porte symbolique de la gare par les antifas est d'autant plus claire quand ceux-ci scandent « Marseille Antifa », une revendication territoriale directe, et lorsqu'ils l'empêchent d'arriver en ville, ou l'incitent à la quitter avec des « Rentre chez toi », avant qu'il ne monte dans son train qui le fera quitter Marseille. Pour résumer, si l'on essaie de se placer du point de vue des antifas de Marseille, nous avons donc un affrontement symbolique entre Eric Zemmour, incarnation du

---

<sup>78</sup> Lemonde.fr - Ariane Ferrand, « Antifas » ou l'antifascisme d'une extrême gauche contre un « Etat dominateur et ses institutions », article publié le 06/10/2021 URL : [https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/06/antifas-ou-l-antifascisme-d-une-extreme-gauche-contre-un-etat-dominateur-et-ses-institutions\\_6097349\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/06/antifas-ou-l-antifascisme-d-une-extreme-gauche-contre-un-etat-dominateur-et-ses-institutions_6097349_3232.html) page consultée le 26/08/2022



racisme, du fascisme et de l'extrême droite française, et les antifas marseillais, incarnation auto revendiquée de l'antifascisme, et de la lutte contre l'extrême droite et les discriminations, dans un lieu incarnant Marseille, sa porte d'entrée et de sortie, un lieu qui ne doit pas tomber dans les idéologies de l'extrême droite. Nous avons donc là un exemple de pratique politique autonome, et plus précisément d'activisme sauvage, ayant recours à des phénomènes de communications conflictuelles pour marquer violemment son opposition à une idéologie, prenant forme au sein d'une gare pour des motifs politiques qui dépassent le ferroviaire. Ces mobilisations n'ont en effet pris autant d'ampleur que dans la gare à aucun autre moment lors du séjour d'Eric Zemmour à Marseille.

Nous comprenons donc que la nature complexe de la gare attise des événements communicationnels qui dépassent sa fonction d'infrastructure ferroviaire. De tels événements, selon les dimensions qu'ils peuvent prendre, peuvent désordonner la gare et nuire à ses fonctions premières, ou encore exposer médiatiquement le groupe SNCF à travers ses infrastructures.

## Conclusion partielle

Nous avons pour finir émis l'hypothèse que la gare, de par ses fonctions et les représentations que chacun peut en avoir, attise les formes de communication conflictuelle, déstabilisant l'hégémonie communicationnelle de SNCF. Cette hypothèse semblé également vérifiée. C'est en effet d'une part un lieu de plainte à chaud pour les clients, y subissant et constatant frontalement les dysfonctionnements des services fournis par SNCF. Ces plaintes peuvent s'adresser aux représentants du groupe sur le terrain, où directement à l'entreprise sur des plateformes numériques comme Twitter. D'autre part, c'est un lieu où prennent forme des actions collectives ou individuelles, qui relèvent de la communication politique, de la mobilisation sociale ou de l'affrontement symbolique (notion que nous proposons pour décrire ces confrontations idéologiques dans un lieu choisi pour ce qu'il incarne). Cela s'explique entre autres par le fait que la gare dégage un imaginaire très fort, aussi bien émotionnel que politique. Cela passe par sa capacité à incarner un territoire, ou de façon subjective, une idée (qui peut varier selon la

sensibilité de chacun). Tous ces facteurs réunis font de la gare un espace sensible pour le groupe SNCF, l'exposant médiatiquement et pouvant nuire au bon fonctionnement de ses activités.

## Conclusion et recommandations

Au cours de ce travail de recherche, nous avons tenté de répondre à la question « Dans quelle mesure peut-on considérer que la gare comme objet communicationnel représente à la fois des opportunités et des risques pour le groupe SNCF, son image, et le bon fonctionnement de ses activités ? ». En nous basant sur un travail d'observation des phénomènes se produisant en gare, nous avons pu établir plusieurs conclusions.

Dans une première partie, nous avons pu voir qu'effectivement, la gare recelait d'opportunités communicationnelles pour SNCF. Celle-ci peut en effet servir d'outil de médiation pour répondre aux enjeux auxquels l'entreprise ferroviaire fait face, à savoir la sûreté, la fluidité des circulations pédestres, les incivilités, ou encore la protection de son image de marque (liste non-exhaustive). Ce travail passe notamment par une signalétique en gare omniprésente (et notamment de panneaux directionnels), l'utilisation de nudges (supervisée par une « nudge unit »), l'installation d'un véritable dispositif de surveillance assumé (avec des objectifs de dissuasion), ainsi que la mise en place de médiations d'explication (pour pacifier l'interaction avec le voyageur impacté par un dysfonctionnement), culturelles (afin de promouvoir subtilement la marque SNCF en endossant un rôle d'acteur culturel), et spatiales (afin de faire de la gare un lieu de vie en y transformant ses espaces). SNCF profite donc de sa position de gérant de la gare pour y mettre en place un vaste arsenal de moyens pour répondre aux enjeux auxquels le groupe fait face.

Dans une seconde partie, nous avons pu voir que toutes ces opportunités communicationnelles se confrontaient à des entraves au moment de la réception par les cibles. En effet, une communication en gare s'expose au risque de ne pas être pleinement reçue par sa cible. Nous avons pu voir que cela s'explique entre autres

par une présence très importante d'acteurs communicants, tous en concurrence sur le marché de l'attention des usagers de la gare. Nous y comptons en effet des acteurs marchands tels que les annonceurs profitant de l'infrastructure très exposée aux passages de consommateurs qu'est la gare pour y exposer leurs publicités, ou les commerces qui par leur activités et leurs vitrines cherchent eux aussi à captiver l'attention des usagers. Nous observons également la présence d'acteurs institutionnels, tels que la police nationale, l'armée, ou les collectivités territoriales, qui viennent brouiller le niveau de responsabilité de SNCF dans l'exercice de ses missions. Enfin, nous devons également prendre en compte les cibles de ces messages, les arpenteurs de la gare, qui en plus d'être soumis à une surcharge communicationnelle, disposent d'une certaine autonomie leur permettant de passer outre les injonctions de l'entreprise ferroviaire (sens de circulation, nudges...), et peuvent former une masse compliquant le travail de cette dernière (pollution sonore, phénomènes de foules)... De plus, les attentes comportementales associées au lieu qu'est la gare peuvent aller à l'encontre des ambitions de SNCF d'en faire un lieu de vie. Les opportunités communicationnelles de SNCF en gare font donc bien face à de nombreux obstacles.

Enfin, dans une troisième partie, nous avons pu nous attarder sur le risque communicationnel que représente la gare pour l'image de SNCF, à travers l'axe du conflit. Nous avons en effet pu voir que la gare, par sa nature et les représentations que chacun peut en avoir, a une capacité à attiser des formes diverses de communication conflictuelle. Celles-ci se traduisent déjà par une confrontation entre SNCF et ses clients lors de déficiences dans la prestation de service proposée par l'entreprise ferroviaire (retards, annulations, problèmes d'accessibilité pour les personnes en situation de handicap...). C'est en effet le plus souvent dans la gare que le voyageur est confronté à la déficience dont il est victime. Cette confrontation peut se faire par l'intermédiaire d'objets-frontière comme les agents SNCF, ou de façon plus directe grâce aux plateformes numériques telles que Twitter. SNCF est alors exposée médiatiquement, et fait face à un risque de virilité des tweets négatifs à son encontre. Les formes de communication conflictuelle en gare peuvent également prendre une nature politique. La gare est un lieu symbolique pour incarner des débats relatifs au service public ou aux droits sociaux (les cheminots étant une communauté très engagée avec les syndicats de travailleurs). Elle

s'expose de la sorte aux communications politiques et aux mobilisations sociales. Et parfois, les conflits prenant vie en gare dépassent le terrain du ferroviaire. La gare peut incarner un territoire, que deux camps idéologiques peuvent chercher à se disputer (manifestations, rixes, interpellations...), donnant lieu à des conflits pouvant attirer l'attention médiatique vers les infrastructures SNCF, dont la marque est alors associée au conflit en cours. La gare présente donc bien des risques pour l'image du groupe SNCF, en attisant de multiples façons le conflit en son sein.

Nous pouvons donc conclure, suite à nos observations et notre raisonnement, que la gare est bien un objet communicationnel qui représente à la fois des risques et des opportunités pour le groupe SNCF.

Nous estimons que ce travail de recherche pourrait cependant être prolongé. En effet, en étudiant les opportunités communicationnelles et les freins à la réception des messages de SNCF en gare, nous avons fait des choix, sélectionné certains exemples plutôt que d'autres. Si ce mémoire a pour ambition d'offrir au lecteur un panorama des complexités de l'objet communicationnel qu'est la gare, il n'en propose en fait qu'un échantillon. De même pour l'étude des risques communicationnels que représente la gare pour le groupe ferroviaire. Nous avons choisi de les étudier à travers le seul axe du conflit. Un axe qui nous semblait pertinent du fait de ce que nous avons pu observer sur le terrain, et de la capacité du mot conflit à englober une grande variété de sujets crisogènes, mais qui reste cependant non-exhaustif. De plus, traiter une grande variété de sujets touchant la gare ne nous permet pas de les approfondir totalement. Chacun mériterait d'être creusé de façon plus ambitieuse. En conclusion, une étude plus approfondie, fournie de plus d'enquêtes de terrain serait nécessaire pour aller plus loin sur ce sujet passionnant qu'est la gare.

Nous pourrions par exemple proposer de se pencher sur l'évolution de la communication en gare de SNCF Gares & Connexions, qui va devoir faire preuve de neutralité dans le cadre de la mise en concurrence du marché ferroviaire. En effet, de nouveaux acteurs, concurrents directs de SNCF font leur entrée en gare, tels que Trenitalia en Gare de Lyon ou Transdev sur la ligne Nice-Marseille. La filiale de SNCF devra donc trouver sa place entre protection d'une concurrence non faussée et défense de l'image du groupe auquel elle appartient. La concurrence ferroviaire

est un exemple typique de thématiques que nous n'avons pas pu creuser, et qui méritent une attention tout à fait particulière pour comprendre les futurs enjeux de la gare.

Ce travail de recherche, malgré notre bonne volonté, présente des limites méthodologiques. Ces limites s'expliquent d'abord par la nature de notre corpus. L'observation de terrain et l'immersion laissent une grande place à la subjectivité dans les interprétations du chercheur. Les raisonnements et conclusions tirées sont biaisées. C'est pourquoi il nous semble nécessaire pour le lecteur, comme nous l'avons rappelé à de nombreuses reprises lors de cet écrit, de prendre les raisonnements proposés avec beaucoup de recul. Le lecteur est invité à comparer ce qu'il a pu lire ici avec sa propre expérience de la gare, avec ses propres habitudes de circulation, ses propres observations.

Suite à ce travail de recherche et des conclusions que nous en avons tirées, nous allons maintenant nous essayer à une série de recommandations à destination de l'entreprise ayant animé ce mémoire : SNCF. Notons tout de même que certaines de nos recommandations pourront s'appliquer aux autres entreprises ferroviaires d'envergure similaire, ou aux autres entreprises et institutions régissant des lieux publics. Notons également que ces recommandations n'ont pas pour prétention de détenir la vérité générale ou la raison absolue. Ce sont des propositions faites avec grande humilité, basées sur les résultats d'un travail de recherche comportant des biais, et sur les expériences et enseignements reçus par l'auteur.

Notre première recommandation se basera sur l'analyse des dispositifs mis en place par le groupe SNCF en gare et leur efficacité. Tout au long de notre première partie, nous avons pu étudier les panneaux directionnels, l'utilisation de nudges, le dispositif de surveillance et de sûreté, les médiations d'explication, les médiations culturelles, ainsi que l'aménagement des espaces de la gare. Tous ont présenté des indicateurs montrant dans une certaine mesure leur efficacité. Nous nous devons cependant d'insister sur la relativité de cette efficacité, et la difficulté à la mesurer. Dans un premier temps, nous pensons qu'il serait pertinent de pousser le travail de mesure de l'efficacité des dispositifs mis en place, comme le fait par exemple la « nudge unit ». Peut-être ce travail est-il suffisamment fait par les équipes dédiées en interne, auquel cas nous encourageons ce travail. Les principales failles de ces dispositifs se

trouvent, comme nous avons pu le voir en seconde partie, au niveau de la réception des messages transmis. Nous avons en effet pu relever différents facteurs qui pouvaient entraver cette réception du message. Cependant, dans la majorité des cas, la mauvaise réception d'un message s'auto compensait d'une autre façon. A titre d'exemple, si les usagers de la gare décidaient d'ignorer un sens de circulation imposé par SNCF, cela semblait avoir pour finalité de créer une nouvelle logique de circulation, plus pertinente dans la situation concernée. Les usagers s'auto-régulent dans leurs déplacements, car ils sont les premiers bénéficiaires d'une absence de collision. Cependant nous avons aussi pu voir que l'humain n'était pas toujours un être rationnel, et pour cette raison nous recommandons de maintenir les efforts d'injonctions faites pour le bien des usagers et de l'activité ferroviaire (tel que les nudges). En bref, nous recommandons donc de maintenir le travail fait dans tous les dispositifs communicationnels mis en place par SNCF étudiés dans ce mémoire, en approfondissant le travail de recueil de données pour mesurer leur efficacité et trouver des axes d'amélioration, ainsi qu'en comptant sur l'autorégulation par l'équilibre naturel de la gare pour palier aux problèmes de transmission, pas toujours contrôlables.

Mais parfois, ces troubles à la réception s'avèrent corrigibles. Ce sera le point de notre seconde recommandation. Nous avons étudié en deuxième partie l'économie de l'attention dans laquelle évoluait notre cerveau, avec les différents systèmes exploités pour hiérarchiser les stimuli de son environnement. Les publicitaires, annonceurs et concurrents de SNCF sur le marché de l'attention des usagers de la gare, montrent une grande capacité à jouer sur le système des habitudes (par exemple par l'utilisation de visages ou de couleurs vives sur leurs affiches) ainsi que sur le système émotionnel (en jouant par exemple sur le circuit de la récompense). SNCF semble rester plus sobre dans ses productions à destination des voyageurs, ce qui tend à l'affaiblir dans le rapport de force qu'est ce marché de l'attention. Notre recommandation est donc d'investir plus d'efforts dans la conception de contenus plus stimulants pour le cerveau de l'utilisateur. SNCF semble cependant déjà engagé dans une telle procédure, comme nous avons pu le voir avec l'utilisation de nudges, l'installation de panneaux numériques, ou les nouveaux dispositifs de lutte contre des bagages abandonnés.

Notre troisième et dernière recommandation portera sur le canal dont SNCF détient un monopole partiel : l'audio. En effet, si les annonceurs n'ont pas encore la possibilité de diffuser leurs publicités par voie audio, SNCF profite d'un terrain libre pour effectuer ses annonces en gare. Cependant, les usagers constituant une foule bruyante forment d'une certaine manière un concurrent à l'entreprise ferroviaire sur ce canal. Cependant, ce concurrent ne peut vraiment en être un, dans la mesure où il est dans ses intérêts de parvenir à bien entendre ces annonces en gare, et où la pollution sonore qu'il produit est involontaire, ou en tout cas dénuée de malveillance. C'est pourquoi nous considérons que la voie audio est un canal de communication plein d'opportunités pour SNCF, et que celui-ci doit être pleinement investi par SNCF. Pour atteindre cet objectif, nous recommandons pour premières actions d'investir dans des systèmes sons plus performants en gare, et de former à la prise de parole devant un micro les agents SNCF susceptibles d'effectuer des annonces en gare. Ces actions peuvent sembler très banales, mais sont trop souvent négligées. Par la suite, l'entreprise pourra innover sur de nouvelles formes de communication en gare par le son.

# Bibliographie

## Ouvrages et essais

ARENDRT Hannah, *La crise de la culture*, Gallimard, 1972

AÏM Olivier, *Les théories de la surveillance*, Armand Colin, 2020

BARTHES Roland, *Mythologies*, Editions du Seuil, 1957

BRETON Philippe, *Eloge de la parole*, La Découverte, 2003

BULLE Sylvaine et TARRAGONI Frederico, *Sociologie du conflit*, Armand Colin, 2021

CARDON Dominique, *La démocratie internet*, Editions du Seuil et La République des Idées, 2010

CITTON Yves, *L'économie de l'attention*, La Découverte, 2014

COHEN Daniel, *Homo economicus, prophète (égaré) des temps modernes*, Albin Michel, 2012

CNRS, *Médiations*, CNRS Éditions, 2019

FOUCAULT Michel, *Surveiller et punir*, Gallimard, 1993

GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne. La Présentation de soi*, Les Editions de minuit, coll. « Le sens commun », 1973



GOFFMAN Erving, *La Mise en scène de la vie quotidienne. Les relations en public*, Les Editions de minuit, coll. « Le sens commun », 1973

GUILLERY Jean-Michel et OGRIZEK Michel, *La communication de crise*, Presses Universitaires de France, 1997

GURVIEZ Patricia et RAFFIN Sandrine, *Nudge et marketing social. Clés et expériences inspirantes pour changer les comportements*, Dunod, 2019

JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité*, Editions non standard, 2014

SUNSTEIN Cass et THALER Richard, *Nudge. Comment inspirer la bonne décision*, Pocket, 2012

MARTI Caroline, *Les médiations culturelles des marques. Une quête d'autorité*, ISTE Editions, 2019

OGIEN Albert, *Politique de l'activisme. Essai sur les mouvements citoyens*, Presses Universitaires de France, 2021

WEBER Max, *Le savant et le politique*, Éditions 10/18, 2002.

## Articles universitaires

BARON Nacima et ROSEAU Nathalie. « Les gares au miroir de l'urbain », *Flux*, vol. 103-104, n°1-2, 2016, pp. 1-8.

BAILLARGEON Dany, BENCHERKI Nicolas et BOIVIN Geneviève. « 20 ans des approches de la communication constitutive des organisations : émergence et innovations », *Communication & Organisation*, vol. 59, no. 1, 2021, pp. 13-25.

BAETENS Jan, « Le médium n'est pas soluble dans les médias de masse », *Hermès, La Revue*, vol. 70, no. 3, 2014, pp. 40-45.

BERGOUNIOUX Gabriel, « **COURS DE LINGUISTIQUE GÉNÉRALE**, Ferdinand de Saussure - Fiche de lecture », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 03/08/2022. URL :

<https://www.universalis.fr/encyclopedie/cours-de-linguistique-generale/>

BOUQUET Brigitte, « La complexité de la légitimité », *Vie sociale*, vol. 8, no. 4, 2014, pp. 13-23.

CASTAGNINO Florent, « Séparer pour mieux surveiller. Spatialité des risques et pratiques de surveillance en Gare du Nord », *Flux*, vol. 103-104, no. 1-2, 2016, pp. 44-56.

HAYAT Samuel, PENEAU Corinne et SINTOMER Yves, « La représentation-incarnation », *Raisons politiques*, vol. 72, no. 4, 2018, pp. 5-19.

LATZKO-TOTH Guillaume, et Florence Millerand. « Objet-frontière ». Bouchard, Frédéric, et al.. *Sciences, technologies et sociétés de A à Z*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal, 2015. (pp. 163-165) Web.  
<<http://books.openedition.org/pum/4333>>.

LEIGH STAR Susan, « Ceci n'est pas un objet-frontière ! Réflexions sur l'origine d'un concept », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 4,1, no. 1, 2010, pp. 18-35.

PROULX Serge, « L'usage des objets communicationnels : l'inscription dans le tissu social in *La société de la connaissance à l'ère de la vie numérique* », *Groupe des Écoles de Télécommunications (GET)*, 2007, p. 104-111.

TROMPETTE Pascale et VINCK Dominique, « Retour sur la notion d'objet-frontière (2). Fécondité de la notion dans l'analyse écologique des objets innovants », *Revue d'anthropologie des connaissances*, vol. 4,1, no. 1, 2010, pp. 11-15.

## Reportages et articles de Presse

Lefigaro.fr, *Les mouvements de foules les plus meurtriers depuis 10 ans*, publié le 30/04/2021 URL :

<https://www.lefigaro.fr/international/les-mouvements-de-foule-les-plus-meurtriers-depuis-dix-ans-20210430> page consultée le 11/07/2022

Le Parisien, VAROQUIER Jila, *Les « nudges », des outils qui incitent les usagers de la SNCF à bien se tenir*, publié le 07/06/2022

TF1 JT 13H Semaine - J. Roux, J.Y. Chamblay, *Simone, la voix des vacances*, reportage publié le 28/06/2022

<https://www.tf1info.fr/societe/video-simone-la-voix-des-vacances-2227796.html> page consultée le 29/07/2022

Lepoint.fr, *École, handicap... Les prétendants LR sortent des sentiers battus*, publié le 21/11/2021

[https://www.lepoint.fr/politique/ecole-handicap-les-pretendants-lr-sortent-des-sentiers-battus-21-11-2021-2453057\\_20.php](https://www.lepoint.fr/politique/ecole-handicap-les-pretendants-lr-sortent-des-sentiers-battus-21-11-2021-2453057_20.php) page consultée le 16/08/2022

Francetvinfo.fr, *L'Assemblée nationale vote la déconjugalisation de l'allocation adulte handicapé*, publié le 21/07/2022

[https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/l-assemblee-nationale-vote-la-deconjugalisation-de-l-allocation-adulte-handicape-a-l-unanimité-moins-une-voix\\_5269507.html](https://www.francetvinfo.fr/sante/handicap/l-assemblee-nationale-vote-la-deconjugalisation-de-l-allocation-adulte-handicape-a-l-unanimité-moins-une-voix_5269507.html) page consultée le 16/08/2022

Lemonde.fr - Franck Johannès et Ivane Trippenbach, *Présidentielle 2022 : A Marseille, la précampagne d'Eric Zemmour finit mal*, publié le 27/11/2021 URL :

[https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/27/presidentielle-2022-a-marseille-la-precampagne-d-eric-zemmour-finit-mal\\_6103828\\_6059010.html](https://www.lemonde.fr/election-presidentielle-2022/article/2021/11/27/presidentielle-2022-a-marseille-la-precampagne-d-eric-zemmour-finit-mal_6103828_6059010.html) page consultée le 22/08/2022

Lemonde.fr - Ariane Ferrand, « *Antifas* » ou l'*antifascisme d'une extrême gauche contre un « Etat dominateur et ses institutions* », publié le 06/10/2021

[https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/06/antifas-ou-l-antifascisme-d-une-extreme-gauche-contre-un-etat-dominateur-et-ses-institutions\\_6097349\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2021/10/06/antifas-ou-l-antifascisme-d-une-extreme-gauche-contre-un-etat-dominateur-et-ses-institutions_6097349_3232.html) page consultée le 26/08/2022

## Sites Internet

Site internet de l'Élysée, page « Discours d'Emmanuel Macron lors de l'inauguration de la Station F » publié le 01/07/2017 :

<https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2017/07/01/discours-demmanuel-macron-lors-de-linauguration-de-la-station-f> page consultée le 06/05/2022

Site internet de SNCF Gares & Connexions : <https://www.garesetconnexions.sncf/fr> page consultée le 21/06/2022

Site internet SNCF « Qui sommes-nous ? » :

<https://www.sncf.com/fr/groupe/profil-et-chiffres-cles/portrait-entreprise/qui-sommes-nous> page consultée le 10/07/2022

Site internet de SNCF Gares & Connexions, onglet « Actualités », page « Les français profondément attachés à leurs gares », publié le 20/03/2015 :

<https://www.garesetconnexions.sncf/fr/actualites/francais-profondement-attaches-leurs-gares> page consultée le 10/07/2022

Site Internet Babelio, Recherche approfondie « Gare » :

<https://www.babelio.com/livres-/gare/9938> page consultée le 06/07/2022

Site internet de SNCF Gares & Connexions, onglet « L'entreprise », page « Missions » : <https://www.garesetconnexions.sncf.fr/entreprise/entreprise-missions> page consultée le 06/07/2022

Mars 2015, Grande enquête sur « La fréquentation des grandes gares franciliennes », PDF téléchargeable sur ce lien : [https://www.omnil.fr/IMG/pdf/gares\\_connexions\\_web.pdf](https://www.omnil.fr/IMG/pdf/gares_connexions_web.pdf) page consultée le 23/06/2022

Site internet de l'IHEMI, page « Le sentiment d'insécurité dans les transports en commun », publié le 30/01/2018  
<https://www.ihemi.fr/publications/grand-angle/le-sentiment-dinsecurite-dans-les-ports-en-commun> page consultée le 13/07/2018

Site internet de l'INSEE, page « Sécurité et société », publié le 09/12/2021  
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/5763595?sommaire=5763633#tableau-figure1> page consultée le 13/07/2022

Site internet du Larousse, définition du mot « médiation » : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/m%C3%A9diation/50103> page consultée le 18/05/2022

Site internet de SNCF, page « Informations trafic », <https://www.sncf.com/fr/itineraire-reservation/info-traffic/gl> page consultée le 29/07/2022

Site internet de SNCF, page « Actualités », publié le 18/01/2021  
<https://www.sncf.com/fr/reseau-expertises/privatisation-train/trains-speciaux/we-love-2023-tour-expo-coupe-du-monde-rugby-france> page consultée le 29/07/2022

Site internet de SNCF, page « Nos engagements au quotidien », publié le 23/03/2022  
<https://www.sncf.com/fr/engagements/antoine-dupont-rugby-ambassadeur-groupe-sncf> page consultée le 29/07/2022

Site internet de SNCF, page « Culture », <https://www.sncf.com/fr/groupe/culture> page consultée le 29/07/2022

Site internet de SNCF, page « Culture », *Nous avons fêté les 10 ans de nos pianos en gare*,  
publié le 20/06/2021 <https://www.sncf.com/fr/groupe/culture/pianos-en-gare-dix-ans>  
page consultée le 29/07/2022

Chaîne YouTube de SNCF Gares & Connexions, *10 ans de Piano en Gare*,  
<https://youtu.be/uQiVxSgmBZM> vidéo visionnée le 29/07/2022

Site internet du Larousse, définition du mot « conflit » :  
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/conflit/18127> page consultée le  
15/08/2022

Séquence vidéo d'Anne Hidalgo en gare de Saint-Vallier  
<https://www.youtube.com/watch?v=zaTCWohaSdY> vidéo visionnée le 21/08/2022

Chaîne Youtube de Franceat TV, *Eric Zemmour encore chahuté à la Gare Saint-Charles avant son départ de Marseille*,  
[https://www.youtube.com/watch?v=cVICAL\\_z7j8](https://www.youtube.com/watch?v=cVICAL_z7j8) vidéo visionnée le 26/08/2022

# Annexes

## Annexe 1 : Plan de la gare Saint-Lazare

Captures d'écran du plan de la gare Saint-Lazare téléchargeable en PDF sur le site : <https://www.garesetconnexions.sncf.fr/gare/frpsl/paris-saint-lazare/plan-de-la-gare>

GARE DE PARIS SAINT-LAZARE

### SERVICES

	Assistance Voyageurs handicapés	Niveau :
	Assistance (et conseils) voyageurs	Niv. Trains
	Alimentation à volonté sans alcoolisation	Tous Niveaux
	Billetterie automatique	
	Étalage machines	
	Mise en vente de billets automatique	
	Billetterie SNCF Grandes Lignes, Transilien	Niv. Trains
	Tout les SNCF multi-voies	Niv. Rue
	Vente de billets long-reconvoi	
	Bureau lettres	Niv. Rue
	Poste	
	Boîte aux lettres	
	Service de développement photo	Niv. Trains
	Photo développement machine	
	Alcoolisation automatique de billets de frais	
	Agence Navigo, Paris, Ile-de-France	Niv. Trains
	Service agents	
	Office clientèle	Niv. Trains
	Change	
	Change Foreign	
	Change Cash	Niv. Trains
	Change Banking facilities	
	Change Cash	Niv. Trains
	Distributeur	Niv. Trains
	Distributeur	Niv. Trains
	Distributeur de Handles et boissons	Tous Niveaux
	Verrouillage machine	
	Alcoolisation automatique de billets de frais	
	Information	Niv. Trains
	Information	Niv. Trains
	Objets trouvés	Niv. Trains
	Lost property	
	Objets perdus	Niv. Trains
	Pharmacie	Niv. Trains
	Pharmacie	Niv. Trains
	Point rencontre	Niv. Trains
	Meeting point	
	Police	Niv. Trains
	Police	Niv. Trains
	Police	Niv. Trains
	Photocopie	Tous Niveaux
	Photocopie	Tous Niveaux
	Photocopie	Tous Niveaux
	Premiers Secours	Niv. Trains
	First Aid	
	Premiers Secours	Niv. Trains
	Service d'argent	Tous Niveaux
	Cash machine	
	Carte automatique	Niv. Trains
	Toilettes	Niv. Trains
	Toilettes	Niv. Trains
	Toilettes accessibles	Niv. Trains
	Access	Niv. Trains

### Niveau Trains

### BUS

	20	Point de Lian	43	Porte d'Autant
	21	Point de St-Chem - Hôtel Bichon	42	Boisgongne - Les Segrais
	22	Point de St-Cloud	43	Boisgongne - Hippodrome de Longchamp
	26	Gare Saint-Lazare	65	Mairie de St-Chem
	27	Gare St-Lazare	80	Porte de Vincennes
	28	Gare de Cligny	94	Porte de Louvols
	29	Gare St-Lazare / Place des Vosges	95	Porte de Vincennes - Place Simonet
				Point de Montmartre

### BUS DE NUIT

	N01	Circulaire intérieure	N160	Gare St-Lazare
	N02	Circulaire extérieure		Cour de Rome
	N15	Nogent - Les Andelys	N162	Gare St-Lazare
	N16	Point de Louvols		Cour de Rome
	N51	Gare St-Lazare	N154	Gare St-Lazare
	N52	Gare St-Lazare		Montmartre - Montmartre
	N53	Gare St-Lazare		Montmartre - Montmartre

### LOCATION DE VOITURES

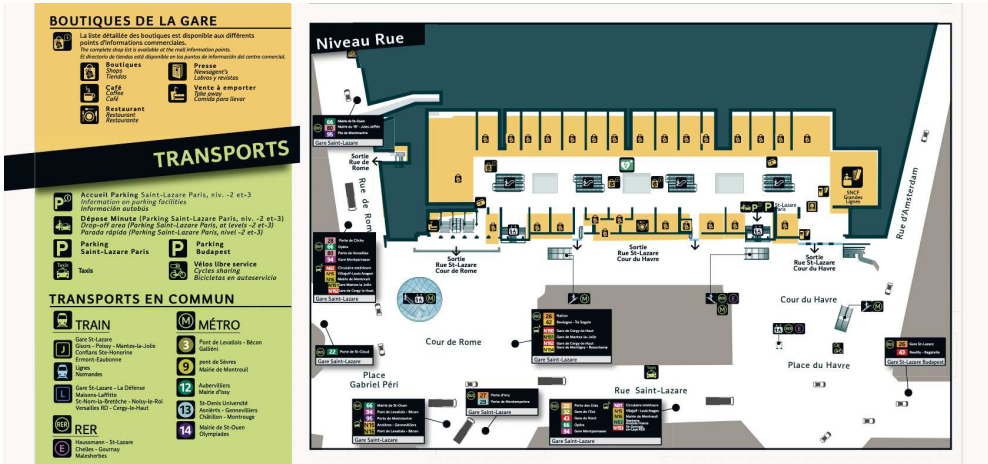
Europcar / Sixt

### Niveau Métro

**INFO+**

Pour retrouver toutes les informations de la gare sur les lignes de connexion, rendez-vous sur le site : [www.garesetconnexions.sncf.fr](https://www.garesetconnexions.sncf.fr)

93



## Annexe 2 : Baromètre des scores UBM des entreprises françaises (2021)

Classement des entreprises françaises par Unités de Bruit Médiatique (UBM) sur l'année 2021, document interne SNCF

### BAROMÈTRE DES ENTREPRISES (CUMUL 2021)



L'UBM est un indicateur qui intègre l'espace médiatique consacré à SNCF et le nombre d'individus de 15 ans et plus exposés à cette information, sur un panel de 118 supports leaders en terme d'audience. Sur les médias sociaux, les posts sont retenus lorsqu'ils disposent d'un minimum de 140 contacts exposés à une information. Avec 100 UBM, tout se passe comme si chaque Français avait été potentiellement exposé une fois à 1 message sur SNCF.

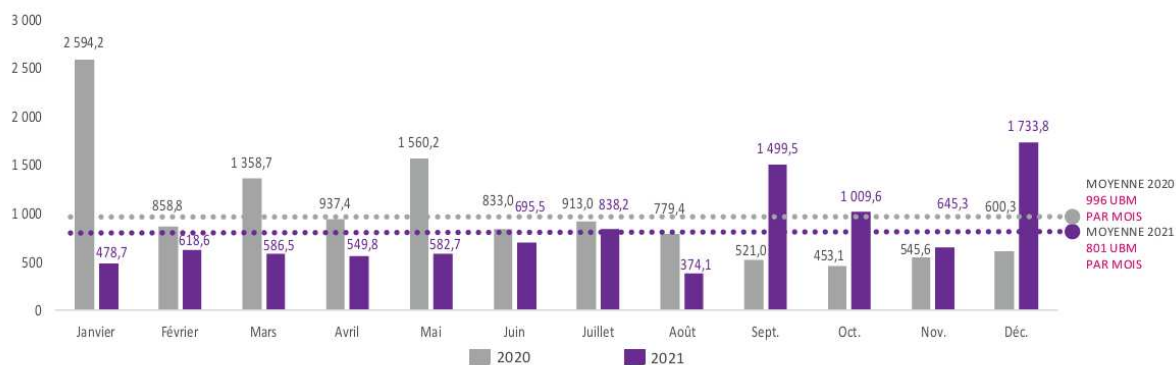


## Annexe 3 : Tonalité des retombées médiatiques de SNCF (2021)

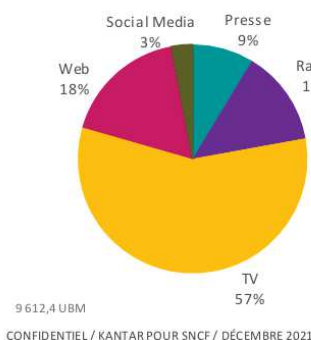
Analyse des UBM de SNCF sur l'année 2021, document interne SNCF

### ÉVOLUTION SUR L'ANNÉE 2021

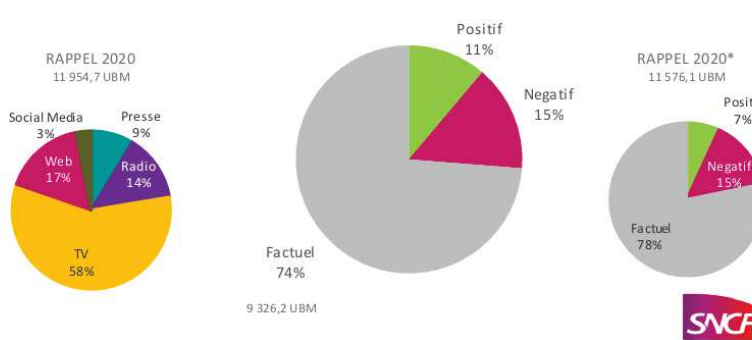
\* La tonalité n'est pas appliquée sur les medias sociaux.



### UBM PAR TYPE DE MEDIA (CUMUL 2021)



### UBM PAR TONALITÉ\* (CUMUL 2021)



## Annexe 4 : 1ère observation de terrain en gare Saint-Lazare

Cette observation a eu lieu en Gare de Saint-Lazare le 02/05/2022, de 18h00 à 19h00. Elle avait pour objectif d'effectuer un premier recensement des phénomènes communicationnels observables dans cette gare. Ci-dessous se trouve une liste des formes de communication qui ont pu être relevées :

### Dans les souterrains :

- Affiches publicitaires, dont numérique
- Information Voyageurs (heures des trains, directions, où trouver les lignes, les sorties, mode d'emploi RATP...)
- Cartes du réseau ferré francilien
- Cartes des environs

- Noms des stations
- Infos travaux, très explicatives



- Guichet RATP/SNCF : “Vente, i service, renseignements” inscrit sur la façade du guichet
- Automate, informations tarifs

Sur le parvis de la gare :

- Statue d'horloges au centre du parvis
- Travaux camouflé par une exposition “love songs, photographe de l'intime”. Une personne s'intéresse à l'exposition en fumant sa cigarette avant d'entrer dans la gare. Est inscrit sur les barrières camouflant les travaux “ici nous modernisons votre gare”
- Stationnement interdit

A l'entrée de la gare :

- Signalétique COVID, Rappel des gestes barrières



- Logo SNCF, Nom de la gare en gros
- Panneau : “Bienvenue en gare”

- Borne d'offre d'emploi : "postulez sans CV en 2min"



- Écrans d'affichages des départs et arrivées des trains. Départs bleus, arrivées vertes.
- Mur orné d'une grande affiche permanente mettant en avant le dispositif de surveillance de la gare : "Vigi360 Vous êtes dans un espace vidéo protégé". Affiche récurrente dans la gare.

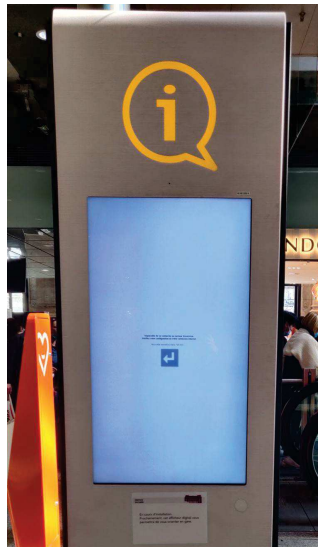


Dans l'espace commercial de la gare :

- Distributeurs automatiques de tickets SNCF IDF et grandes lignes



- Boutique SNCF Voyages avec longue file d'attente. Sur la vitrine : incitation à faire les démarches sur internet ou par téléphone.
- Présence de boutiques avec vitrines (Publicité sur le lieu de vente)
- Espaces cubiques avec des sièges en bois pour se reposer, s'installer, attendre.
- Panneau "afficheur digital" pour s'orienter en gare, pas encore fonctionnel, annoncé bientôt disponible



- Marques au sol rappelant l'importance du port du masque ainsi que les sens de circulation. Héritage du COVID-19.
- Chariot Nicollin - SNCF propreté. Les sous traitants de SNCF assument leur identité indépendante, tout en gardant un uniforme SNCF.
- Poubelles colorées avec indications dessinées sur le type de déchets qu'elles accueillent.
- Plan du centre commercial sur 3 étages



- Certaines vitrines s'adaptent au contexte de la gare (imaginaire du voyage...)



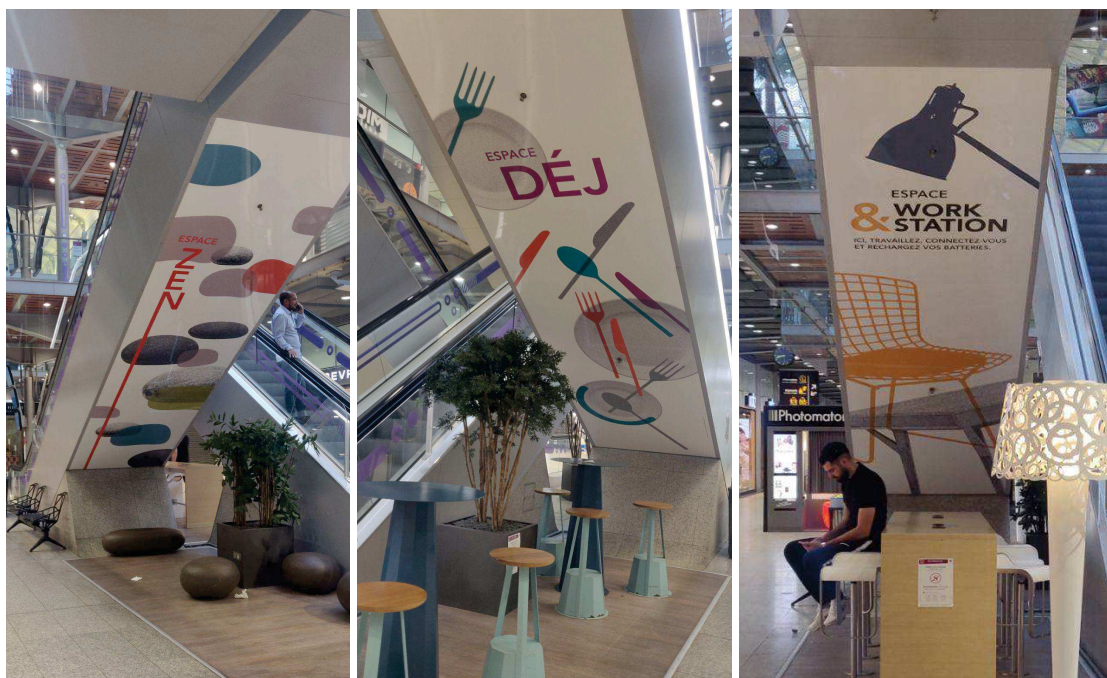
- Observations auditives : musique de piano, et bruit des passants. Musiques des boutiques quand on passe assez près d'elles.
- Plan et consignes de sécurité incendie, borne d'appel d'urgence
- Espace en travaux : "votre espace de vente fait peau neuve" , "on ne manque pas de services pour vous rendre service"
- Décorations de la gare : mosaïques, arbres, sol en bois passerelle, les étages communiquent entre eux.

- Piano disposé sur la passerelle supérieure. Quelqu'un joue, et bien, l'ambiance semble régie par la musique. Piano étiqueté Gares & Connexions sur lequel on peut lire "À vous de jouer". Son ami se met à chanter sur la musique. Des gens s'approchent et s'intéressent au musicien. Bref échange. Le monde amène le monde.



- Une nouvelle personne s'y essaie sous les yeux du précédent musicien qui lui a laissé sa place. Mobilisation plus timide, show plus timide.
- Juste à côté, un distributeur d'histoires courtes "A vous de lire". J'ai eu *Si par un soir d'été* de Stéphane Olivier. Le texte parle de la gare. Ce dispositif reprend les codes de Gares & Connexions utilisés pour les pianos "À vous de jouer".

- Terrasse/espace de confort au croisement entre les franchises Starbuck et Burger king, offerte par la Gare Saint Lazare "pour votre confort". Réappropriation du lieu par la gare en réponse au fait que l'on puisse penser que cette terrasse appartienne à Burger King.
- 2 agents de sécurité SNCF, interpellent un individu seul avec un sac et repartent en 10 secondes après avoir eu la réponse à leur question.
- Pilier SNCF connect
- Distributeur vide de journaux 20 minutes
- Sous les escalators, des espaces aménagés avec des sièges, bancs et citations de lettres Ces espaces sont renommés "Espaces zen" "Espace work & station" ou encore "Espace dej"

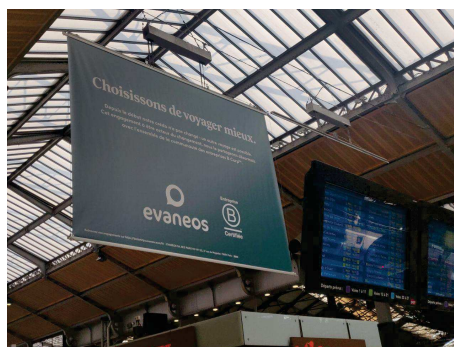


### Côté trains :

- Passage de la galerie commerciale au côté trains, le son change en passant du piano aux voix des annonces en gare
- Nouveau dispositif anti bagages oubliés : une personne équipée d'une tenue et d'un drapeau fluo très visible sur lequel nous pouvons distinguer une menace d'amende en cas d'oubli de bagage, se place sur le quai d'arrivée d'un train et crie à répétition dans un mégaphone "Bonjour mesdames et messieurs bienvenue à Paris Saint Lazare merci de vérifier que vous n'oubliez rien à bord".



- Publicités géantes suspendues au plafond



- Voyageurs dans l'attente d'informations face aux panneaux signalant les départs et arrivées des trains, communication très verticale.
- Annonce de trafic perturbé par un bagage abandonné : l'agent SNCF précise que "cette annonce arrive trop souvent", pour éveiller les consciences sur ce phénomène trop régulier, et inviter chacun à faire plus attention à ses affaires. La SNCF se met en position de plaignante, prenant de cours les usagers qui auraient pu vouloir faire de même.
- Présence d'un poste de police

## Annexe 5 : 2ème observation de terrain en gare Saint-Lazare

Cette seconde observation de terrain a eu lieu en Gare de Saint-Lazare le 01/07/2022, de 18h00 à 19h00. Elle s'est faite dans l'objectif d'observer avec plus d'attention les comportements en gare ainsi que les autres phénomènes

communicationnels que nous souhaitons creuser. De plus, la date était particulière car elle représentait à la fois les 10 ans de l'opération "Piano en Gare", et le premier weekend de grands départs de l'été 2022. Nous dresserons ici un résumé des phénomènes observés.

### Prévention en amont de la grève

En prévision du mouvement de grève national du 6 juillet 2022, nous avons pu constater que SNCF se servait de la gare pour diffuser des messages de prévention vis-à-vis de cette grève, invitant les voyageurs à éviter le plus possible de prendre le train, et sinon à prévoir leurs trajets à l'avance en cette journée exceptionnelle. Les canaux utilisés sont les annonces en gare et les panneaux numériques.

### Autonomie de la foule

Alors qu'une masse de personnes était concentrée face aux panneaux d'affichage des départs de trains, attendant que soit indiqué le quai du leur, le passage s'est retrouvé bouché. Mais au fur et à mesure des passages de personnes à travers cette foule s'est créé un couloir de passage en son cœur. Au moment de l'arrivée d'un train, ce couloir a fini par être clairement dessiné entre la galerie marchande et les quais de grandes lignes. Les individus ont collectivement accepté ce couloir comme nécessaire et acquis à la circulation. Nul ne s'est avisé de gêner de quelque manière les passages dans ce couloir.

### Absence de communications interpersonnelles.

Nous avons pu observer que malgré le grand nombre de personnes présentes, les interactions sont rares. Les arpenteurs de la gare avancent sans se parler entre eux, et évitent de se regarder. Croiser le regard d'un autre usager de la gare ne semble pas naturel. Les gens ne se parlent pas s'ils ne se connaissent pas au préalable, même s'ils partagent un espace de repos.

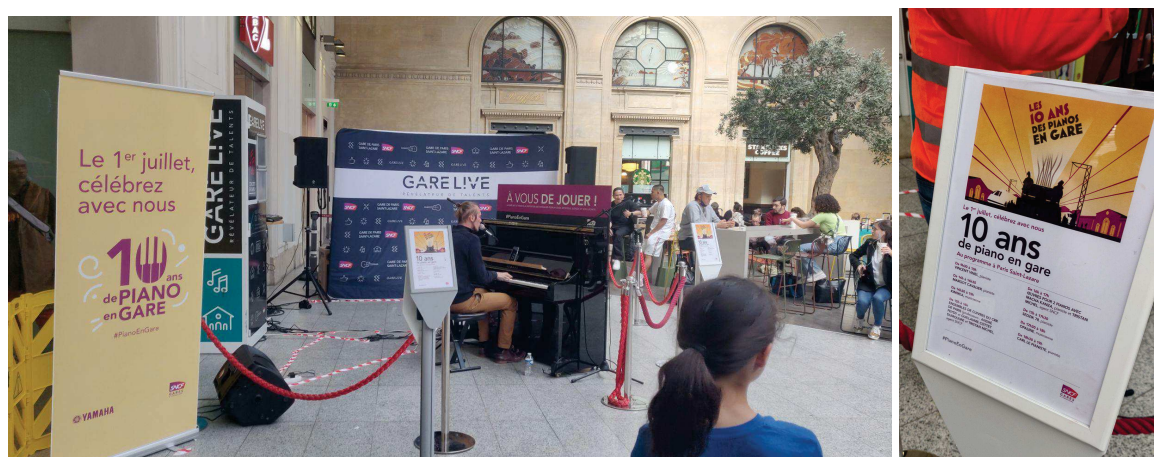
### Sûreté

Nous remarquons la présence de sentinelles militaires arpentant la gare. La police ferroviaire est également présente, mais chaque entité patrouille indépendamment.



## Piano en Gare

A l'occasion des 10 ans du dispositif, SNCF a fait appel à des artistes pour animer la journée. Le piano a été déplacé pour l'occasion, beaucoup d'efforts décoratifs ont été déployés. L'ambiance est plus festive que lors de la première observation. Il s'agit là d'un vrai show. Les spectateurs se laissent aller, une fillette se met même à danser.

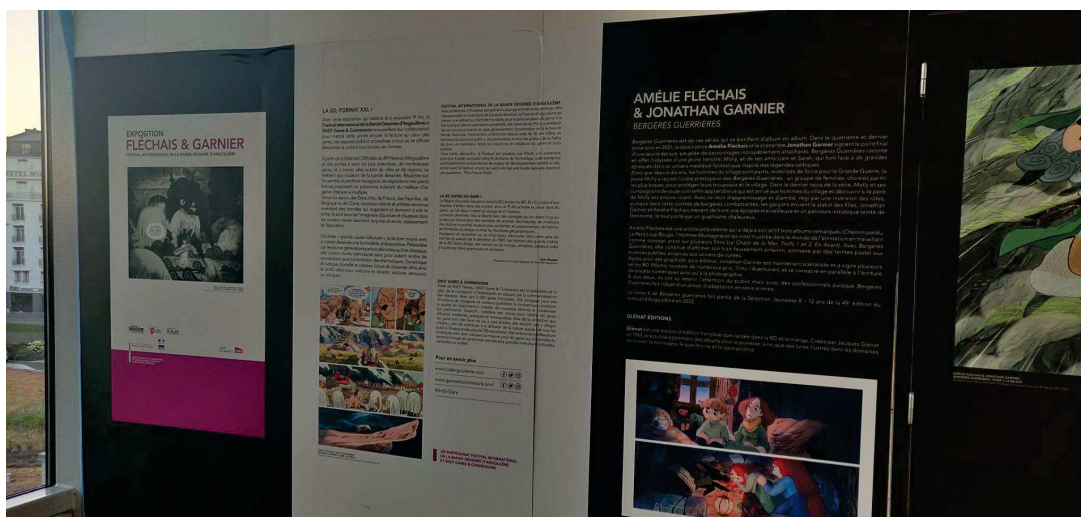


## Annonces en gare

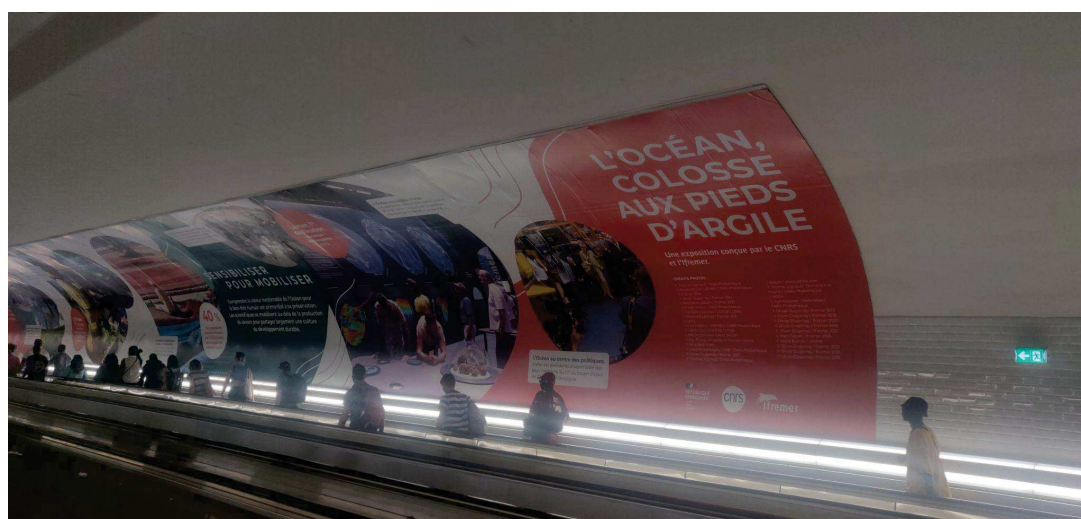
Le weekend marquant le début des vacances, la gare est pleine. La pollution sonore est conséquente, et les annonces sonores sont inaudibles. Une parvient à se faire entendre distinctement. Elle annonce le retard d'un train du fait d'un bagage abandonné, et précise que cela arrive trop souvent. Elle invite ainsi les voyageurs à bien faire attention à leurs bagages.

# Annexe 6 : Photos prises en gares, hors observations planifiées

## Gare de Nantes, 10/07/2022 :

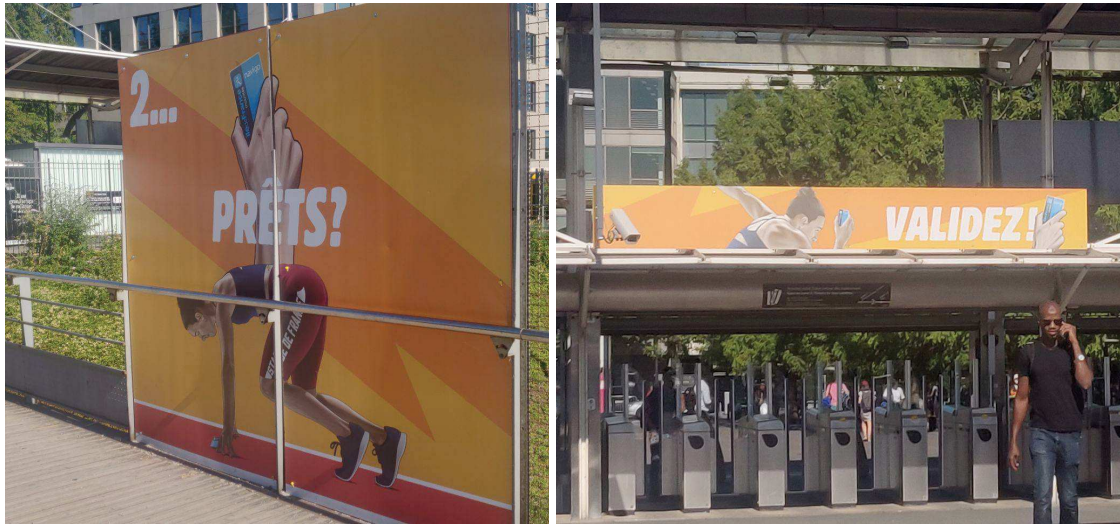


## Gare Montparnasse, 09/07/2022 :





Gare de Stade-de-France Saint-Denis, 15/07/2022 :



Gare de Nice-Ville, 29/07/2022 :

