

<https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/greve-du-5-decembre-comment-la-ratp-et-la-sncf-affrontent-la-crise-sur-les-reseaux-sociaux-20191203>

Accueil > Tech & Web

Grève du 5 décembre: comment la RATP et la SNCF affrontent la crise sur les réseaux sociaux

La RATP et la SNCF s'apprêtent à affronter le déluge de messages sur leurs réseaux sociaux en vue de la grève interprofessionnelle du 5 décembre.

Par Clara Galtier

Publié le 3 décembre 2019 à 18:04, mis à jour le 4 décembre 2019 à 22:41



Le grand mouvement de grève interprofessionnel va fortement perturber le trafic RATP et SNCF. Les deux entreprises vont devoir gérer cette crise à travers leurs canaux numériques. *Pxhere*

Ils sont déjà sur le pied de guerre. Les community managers de la RATP et la SNCF, qui pianotent avec agilité sur leur clavier pour répondre aux interpellations en tous genres sur les réseaux sociaux, ont préparé leur plan de bataille pour la grève, reconductible et illimitée. Côté RATP, c'est déjà le branle-bas de combat. Le plan de communication est peaufiné depuis quelques jours et les premières prévisions de trafic [ont été officiellement publiées ce soir](#).

Avec une trentaine de comptes Twitter à gérer, un compte Facebook et Instagram, les équipes de la RATP vont être sérieusement sollicitées par une communauté globale d'environ 715 000 «followers». L'entreprise n'a qu'une seule priorité: «donner l'information la plus fiable et précise à nos voyageurs», indique Yan Rodriguez, responsable des médias digitaux à la RATP. Des informations essentielles comme l'état et les prévisions du trafic, les itinéraires de substitution pour les usagers désorientés, mais aussi des réponses à des questions comme «ma station est-elle ouverte?», «ma ligne fonctionne-t-elle?».

Une équipe renforcée et délocalisée

Une équipe «renforcée» et exceptionnelle de quinze community managers sera affectée à l'information voyageurs. Le personnel dédié, en période normale, à l'éditorial, y sera affecté et «les efforts seront principalement concentrés sur Twitter», précise Yan Rodriguez. Dès le 4 décembre, la «Social Room» de la RATP - fief des community managers - sera décentralisée à côté de la permanence générale des réseaux, près de la Gare de Lyon, dans le même bâtiment que le poste de commandement.

Les ordinateurs et écrans de surveillance de ce quartier général, sont les yeux et les oreilles de la RATP. Ce déménagement éphémère est une opération stratégique visant à être «au plus près de l'info», précise le patron du numérique. Soit, le plus proche du terrain, afin de faciliter les remontées d'information du personnel en gare, aux personnels derrière les écrans et vice-versa. Synchroniser les informations sera aussi un challenge pour la SNCF.

«C'est là que va se tester la résistance de l'accompagnement numérique. La question est aussi de savoir comment les cadres, ces personnels que l'on réassigne en situation de crise, vont être accompagnés avec la bonne descente numérique d'information» indique Emmanuel Richard, directeur général du cabinet de conseil Extens Consulting, qui a effectué des missions pour la SNCF. «Si les voyageurs sont mieux informés sur leur application que le personnel en gare, il peut y avoir un problème.»

Dispositif robuste

La SNCF est l'entreprise française la plus médiatisée avec, en moyenne, près de 5000 mentions par jour sur les réseaux sociaux. Un chiffre qui peut grimper jusqu'à 25 000 en période de grève, et qui est déjà passé en moyenne à 8000 la semaine dernière, indique la SNCF. *«Nous avons l'habitude de faire face à beaucoup de messages, c'est notre quotidien»*, relativise Michaël Fleurbaey, responsable éditorial des réseaux sociaux.

À lire aussi : Grève du 5 décembre: «Les gens ont ressorti les vélos de papi et mamie»

La SNCF a également renforcé son équipe. En temps normal, sur les comptes Twitter et Facebook, un community manager et huit opérateurs s'occupent de l'info trafic et des relations clients. À partir de mercredi matin, *«il y aura trois community managers et au minimum 15 opérateurs, sachant que ce nombre peut augmenter assez facilement en basculant des opérateurs formés sur d'autres centres de relations clients»*, détaille Ophélie Zeugmann, attachée de presse du Groupe SNCF.

Et comment faire le tri parmi la déferlante de messages? Comment prioriser les demandes et gérer les flux? *«Nous avons fait le choix de l'humain pour avoir une catégorisation fine des messages. Chaque catégorie tombe dans une équipe»*. L'info trafic est concentrée au centre national des opérations ferroviaires à Paris Est et la relation client dans un centre spécialisé à Vannes. Les opérateurs à Paris Est et Vannes traitent les messages un par un. Ils sont ensuite redirigés, via un logiciel automatique, à chaque opérateur.

C'est un jeudi noir qui s'annonce pour les usagers des transports en commun. Selon la SNCF, seulement 10% des TGV et Transilien circuleront, tandis que le trafic sur les lignes RER sera partiellement assuré aux heures de pointe. 3% des TER circuleront sur le territoire. Onze lignes de métro seront interrompues (les lignes 2, 3, 3bis, 5, 6, 7bis, 8, 10, 11, 12 et 13), et le trafic sera *«normal avec risque de saturation»* sur les lignes 1 et 14 et *«très fortement perturbé»* sur les lignes 4, 7 et 9 aux heures de pointes. Un tiers des tramways fonctionnera.
