

LIVRET DE CAMPAGNE

NOUVELLE LIGNE TGV
BORDEAUX - MARSEILLE



SNCF



NOUVELLE LIGNE TGV DEPUIS BORDEAUX, C'EST MARSEILLE BÉBÉ

SOMMAIRE

INTRODUCTION	03
ANALYSE DE LA PROBLÉMATIQUE	04
JUSTIFICATION DE LA STRATÉGIE	05
PRÉSENTATION DES MESSAGES	06
FORMATS	07
RÉFÉRENCEMENT	08
BIBLIOGRAPHIE	09
CONCLUSION	10



Dans un contexte où la mobilité est essentielle, la ligne TGV Bordeaux-Marseille représente une opportunité pour des déplacements rapides et durables. Son succès repose sur une communication efficace visant à informer et attirer les voyageurs. La SNCF ambitionne ainsi de faire de cette liaison une référence en matière de transport rapide, confortable et écologique.

LA PROBLÉMATIQUE

La mise en place d'une nouvelle ligne TGV entre Bordeaux et Marseille représente une opportunité stratégique pour améliorer la mobilité entre ces deux grandes villes. Cependant, il est crucial de mettre en place une communication efficace pour informer les voyageurs potentiels, valoriser les atouts de cette ligne et optimiser son taux d'occupation dès son lancement.

LE COMMANDITAIRE

La SNCF est le commanditaire principal de ce projet. En tant qu'acteur majeur du transport ferroviaire en France, la SNCF cherche à promouvoir ses nouvelles offres pour maximiser leur visibilité et leur adoption par les usagers. L'entreprise vise également à renforcer son engagement écologique en proposant une alternative au transport aérien ou routier.

ANALYSE DE LA PROBLÉMATIQUE

LE QOCCP

Les usagers de la
snCF, jeunes, familles
et touristes

Ouverture d'une
nouvelle ligne TGV

Entre Bordeaux
Marseille

En septembre 2025

Un trajet rapide,
confortable et
écologique

Pour voyager plus
rapidement entre
bordeaux et
Marseille

ANALYSE

La SNCF lance une campagne de communication pour promouvoir l'ouverture de la ligne TGV Bordeaux-Marseille en septembre 2025. L'objectif est d'informer les voyageurs et d'inciter à la réservation en mettant en avant la rapidité, le confort et l'aspect écologique du trajet. La cible comprend les usagers réguliers (professionnels, étudiants) et occasionnels (touristes, familles) sensibles à ces critères. La communication se déploiera principalement en Nouvelle-Aquitaine et Provence-Alpes-Côte d'Azur, mais aussi à l'échelle nationale. Le message clé, porté par le slogan "Nouvelle ligne TGV depuis Bordeaux : c'est Marseille bébé", sera relayé via affiches, vidéos, publicités digitales, réseaux sociaux et médias traditionnels.

MOTS - CLÉS

TGV Bordeaux-Marseille, mobilité durable, rapidité, confort, écologie, SNCF, réservation, communication digitale, publicité transport, Nouvelle-Aquitaine, PACA, marketing territorial.



STRATEGIE DE COMMUNICATION

VISIBILITÉ DIGITALE ACCRUE

. Le SEO optimisera la visibilité sur les recherches liées aux trajets Bordeaux-Marseille. Des campagnes de SEA cibleront les voyageurs potentiels via Google et les réseaux sociaux. Sur Instagram, Facebook, Twitter et LinkedIn, des contenus engageants mettront en avant les avantages de la nouvelle ligne, appuyés par des collaborations avec des influenceurs voyage et mobilité.

CAMPAGNES DE SENSIBILISATION

Pour convaincre les usagers, des comparatifs illustreront les atouts du TGV face à l'avion et la voiture en termes de temps, coût et impact écologique. Des témoignages et vidéos immersives renforceront l'attractivité du trajet. La presse spécialisée et généraliste diffusera des articles pour asseoir la légitimité de cette offre.

EXPÉRIENCE CLIENT

L'accent sera mis sur le confort et les services à bord : Wi-Fi, espaces de travail, sièges ergonomiques et restauration. Des vidéos et visites virtuelles permettront aux futurs voyageurs de découvrir l'expérience TGV. L'engagement écologique de la SNCF sera aussi valorisé à travers des communications sur son impact environnemental réduit.

OFFRES PROMOTIONNELLES

Pour encourager les premières réservations, la SNCF proposera des tarifs réduits et des offres exclusives. Des formules groupées pour les familles et professionnels seront mises en place. Enfin, des jeux concours sur les réseaux sociaux permettront de gagner des billets et d'inciter au partage autour de la nouvelle ligne.

MESSAGES ET FORMATS

MESSAGES CLÉS

- **"Voyagez rapidement entre Bordeaux et Marseille avec le nouveau TGV."**

- Met en avant la rapidité et la facilité du trajet.
- S'adresse aux voyageurs cherchant une alternative rapide aux autres moyens de transport.

#TGV #VoyageRapide #TransportDirect #MobilitéFacile #TrainExpress

- **"Un trajet direct, rapide et éco-responsable."**

- Insiste sur l'efficacité du trajet sans correspondance.
- Souligne l'impact écologique réduit du train par rapport à l'avion ou à la voiture.

#MobilitéDurable #TransportÉcologique #VoyageResponsable #TGVVert
#AlternatifÀLAérien

- **"Découvrez la nouvelle alternative au transport aérien."**

- Positionne le TGV comme un choix moderne et durable face aux vols intérieurs.
- Cible les voyageurs sensibles aux questions environnementales et aux restrictions sur le transport aérien.

#TrainVsAvion #VoyagerAutrement #TransportDurable #TGVFrance
#AlternativeVerte

MESSAGES ET FORMATS

FORMATS UTILISÉS

- **Post promotionnelles pour les réseaux sociaux**
 - Post adaptées à Instagram, TikTok, et Facebook.
 - Mises en scène immersives du confort et de la rapidité du voyage.
 - Témoignages de passagers satisfaits pour humaniser l'expérience.
 - Call-to-action clair : "Réservez votre billet dès maintenant !"
- **Articles et blogs optimisés SEO**
 - Contenus détaillés sur les avantages du TGV par rapport à l'avion
 - Comparaisons chiffrées et témoignages pour convaincre les voyageurs.
 - Mots-clés stratégiques : "Bordeaux-Marseille TGV", "train rapide Bordeaux Marseille", "alternative avion Bordeaux Marseille".
- **Campagnes d'emailing avec des offres de lancement**
 - Segmentation des destinataires
 - Promotions exclusives sur les premiers billets réservés.
 - Mise en avant des services à bord
- **Publicités Google Ads ciblées**
 - Annonces sponsorisées apparaissant sur les recherches liées aux trajets Bordeaux-Marseille.
 - Mots-clés achetés : "billet TGV Bordeaux-Marseille", "train rapide sud de la France", "voyager en train plutôt qu'en avion".
 - Affichages dynamiques avec comparateurs de prix et liens directs vers la réservation.



RÉFÉRENCEMENT

OPTIMISATION DE LA VISIBILITÉ EN LIGNE

La communication digitale repose sur une stratégie SEO efficace pour assurer la visibilité de la nouvelle ligne TGV Bordeaux-Marseille. En optimisant le référencement naturel, la SNCF captera l'attention des voyageurs potentiels et encouragera les réservations.

CHOIX DES MOTS-CLÉS STRATÉGIQUES

Les mots-clés sélectionnés répondent aux recherches des usagers. Les principaux concernent la réservation et les horaires, tandis que les secondaires mettent en avant la rapidité, le coût et l'aspect écologique du trajet. Ce ciblage permet d'optimiser le trafic vers les pages pertinentes.

OPTIMISATION DES SUPPORTS DIGITAUX

Le site web SNCF intègre ces mots-clés dans ses titres, balises et pages de réservation. Sur les réseaux sociaux, des hashtags et contenus engageants renforcent la portée du message. L'emailing utilise des objets percutants et des appels à l'action attractifs pour inciter à la réservation.

RENFORCEMENT PAR LE RÉFÉRENCEMENT PAYANT

Les campagnes Google Ads ciblent les recherches spécifiques liées aux trajets Bordeaux-Marseille. Elles mettent en avant la simplicité et les avantages du TGV pour capter efficacement les voyageurs hésitants.

SUIVI ET AJUSTEMENT DE LA STRATÉGIE

Un suivi régulier des performances SEO permettra d'analyser l'impact des actions mises en place et d'ajuster la stratégie en fonction des tendances de recherche. Cette approche garantit une visibilité optimale et une augmentation progressive des réservations.

BIBLIOGRAPHIE

Liste des sources utilisées pour l'étude et la mise en place de la stratégie de communication :

Bus ou covoiturage ? Voyagez moins cher | BlaBlaCar, 2025 :
<https://www.blablacar.fr/>

Chiffres clés à l'international, 2024. Groupe SNCF
<https://www.groupe-sncf.com/fr/groupe/international/chiffres-cles>

L'Etat va financer l'achat de 22 trains pour la ligne Bordeaux-Marseille, 2024 <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/transport-logistique/l-etat-va-financer-l-achat-de-22-trains-pour-la-ligne-bordeaux-marseille-1014473.html?id=199498395238114>

Notre stratégie, 2024. Groupe SNCF <https://www.groupe-sncf.com/fr/groupe/strategie>

SNCF: l'État annonce du nouveau matériel pour les trains de nuit et pour Bordeaux-Marseille, 2024. BFM BUSINESS
https://www.bfmtv.com/economie/entreprises/transport/sncf-l-etat-annonce-du-nouveau-materiel-pour-les-trains-de-nuit-et-pour-bordeaux-marseille_AV-202411300372.html

Comparateur de vols et billets d'avion | KAYAK, 2025
<https://www.kayak.fr/flights?lang=fr&skipapp=true>

SNCF

NOUVELLE LIGNE BORDEAUX - MARSEILLE

CONCLUSION

Le lancement de la ligne TGV Bordeaux-Marseille représente une opportunité stratégique pour la SNCF afin de renforcer son offre de transport rapide, confortable et écologique. Pour assurer son succès, une communication efficace est essentielle afin d'informer, séduire et convertir les voyageurs potentiels.

Grâce à une stratégie de communication ciblée, combinant visibilité digitale, campagnes de sensibilisation, mise en avant de l'expérience client et offres promotionnelles, la SNCF maximise son impact. L'optimisation SEO, le référencement payant, les réseaux sociaux et les supports traditionnels permettent de toucher un large public et de favoriser les réservations dès l'ouverture de la ligne.

En valorisant les atouts du TGV face aux autres modes de transport, cette campagne renforce l'image d'innovation et d'efficacité de la SNCF. Un suivi des performances et des ajustements stratégiques garantiront la pérennité et la rentabilité de cette nouvelle liaison ferroviaire.

Suivez-nous

[sncf.com](https://www.sncf.com)