

PERCEVOIR ET CONSTRUIRE L'IDENTITE D'ENTREPRISE : LE CAS SNCF

OFFRES DE STAGE ET/OU THESES CIFRE

LUNDI 24 JUILLET 2017

DIFFUSION LIMITEE

Reproduction limitée. Ce document ne doit être communiqué qu'aux personnes définies par le rédacteur.

CONTEXTE

Dans le cadre de ses réflexions sur l'avenir du ferroviaire et des pratiques de mobilité, SNCF Innovation & Recherche a décidé de constituer, à partir de la rentrée 2017 et au sein du Groupe Conception et Technologies pour le Voyageur, un programme de recherche multidisciplinaire appelé « Mobilités, Cognitions, Conforts ».

L'objectif premier de ce programme sera d'explorer, par le biais des multiples facettes des sciences s'intéressant à la dimension cognitive humaine (anthropologie, design, neurosciences, psychologie, sémiotique, etc.), le vécu des voyageurs, clients et collaborateurs du Groupe SNCF. Cela afin d'apporter un regard renouvelé sur leurs différentes interactions et promouvoir ainsi :

- Une meilleure connaissance des impacts des changements en cours dans le domaine des mobilités
- Une meilleure adaptation aux demandes et aux besoins et attentes des clients
- Des pistes pour de nouveaux services, produits ou pratiques
- Une productivité accrue et une amélioration des conditions de travail

L'offre ayant pour titre « **Percevoir et construire l'identité d'entreprise : le cas SNCF** » vise à intégrer dans ce cadre plus vaste une réflexion originale et spécifique permettant d'étudier la manière dont l'identité SNCF est perçue par ses clients par le biais d'une double approche sémiotique et cognitive permettant d'analyser la cohérence de l'identité d'entreprise et d'identifier et proposer des pistes d'amélioration.

Il s'agira donc de dépasser les discours, les souhaits et les pratiques émis et véhiculés par les experts (agences et conseillers en communication, directions marketing etc.) du domaine pour mener une analyse empirique de l'identité SNCF telle que perçue par ses clients, tant dans sa dimension objectale (Zinna, 2002 et 2004) et physique (dimension graphique des outils et des supports de communication; aménagement d'espaces et des différents types de matériel roulant ; interfaces et logiques d'interaction avec les outils numériques, etc.) que dans sa dimension « textuelle » (Floch, 1990 et 1995 ;) plus classique (communication externe ; communication publicitaire ; prises de parole officielles, etc.).

Par le choix d'un travail préalable de co-construction avec les équipes SNCF et par une sélection restreinte de terrains d'enquête cohérents, il sera alors question pour les stagiaires et/ou les doctorants pressentis, d'analyser la présence ou l'absence des régularités internes (Eco, 1979 ; Fontanille, 2008 ; Gibson, 1979 ; Paolucci, 2010) aidant le développement de parcours sémiocognitifs cohérents. Ce travail devra être effectué au niveau du support choisi, mais devra également être intégré avec les autres supports existants ou déjà analysés (Carron, 2016) et contribuer ainsi à la définition précise et à une conscience accrue de l'identité globale de l'entreprise.

Ces travaux contribueront à encadrer la définition et les perspectives des produits futurs par une progressive intégration en phase de conception des contraintes et régularités identifiées et orientant la perception et l'action (Morgagni, 2011 ; Rastier, 1987 et 1991) ainsi que des lignes d'émergence (Visetti & Cadiot, 2001 et 2006) rendant compte du développement de l'interaction entre les clients et les différents acteurs (agents, espaces, interfaces numériques, produits, matériaux, etc.) SNCF.

SNCF Innovation & Recherche souhaite ainsi favoriser une meilleure connaissance dans ce domaine permettant de stabiliser et donner à l'entreprise les clefs pour maintenir dans le temps une série « d'habitudes » cognitives (Peirce, 1931-58 ; Paolucci, 2007) destinées à simplifier et améliorer les relations entre SNCF et ses clients par la présence régulière d'éléments qui, tout en

pouvant apparaître « intuitifs » (Norman, 1988, 1998 2004), ne sont en réalité que le résultat de processus de diagrammatisation (Stjernfelt, 2007 et 2014) plus ou moins latents, plus ou moins différenciés, capables de négocier le maintien d'une cohérence globale de l'interaction entre l'identité du Groupe Public Ferroviaire et ses clients.

OBJECTIFS DU STAGE ET/OU LA THESE

Le travail de stage ou de thèse consistera à contribuer aux phases successives du projet en s'appuyant sur le cadre classique d'un travail de recherche s'intégrant également dans le champ plus vaste des activités du laboratoire retenu ainsi que des activités d'Innovation & Recherche SNCF.

Il sera donc question de :

- Réaliser une revue de la littérature dans les domaines concernés ;
- Construire une problématique de recherche par la définition d'un périmètre, d'une approche et d'une méthodologie originale ;
- Mettre en œuvre une méthodologie de recherche spécifique construite selon les domaines scientifiques d'origine et visant à développer le recueil de données pertinentes pour l'étude et à la problématique de recherche poursuivie ;
- Traiter et analyser les données (qualitatives et quantitatives) recueillies ;
- Proposer des axes d'amélioration et des guidelines pour le périmètre étudié.

Il sera également question de jouer un rôle dans la conduite opérationnelle du projet, les réunions, échanges et la production des livrables du projet tout en valorisant le travail réalisé en communiquant tant dans un cadre d'entreprise que dans celui de congrès ou revues scientifiques.

INFORMATIONS PRATIQUES

Profils recherchés

Stagiaires M2 en vue d'une possible suite en thèse CIFRE ou doctorants CIFRE

Maîtrise des connaissances théoriques en sémiotique et/ou sciences cognitives avec un goût prononcé pour l'interdisciplinarité. SNCF reste toutefois ouverte à d'autres profils permettant de traiter de manière cohérente le contexte décrit.

Encadrement

Académique : à définir selon profil

Entreprise : SNCF – Innovation et Recherche / Conception & Technologies pour le Voyageur

Conditions du recrutement

Intérêt de la proposition de recherche transmise

Démonstration de la capacité d'intégration dans le contexte décrit

Sélection sur dossier et entretien

Lieu

SNCF, Direction Innovation et Recherche et laboratoire de recherche partenaire

Déplacements à prévoir en France

Statut et durée

Stagiaire (6 mois) et/ou doctorant salarié SNCF sous contrat CIFRE (3 ans)

Qualités requises

- Curiosité intellectuelle et rigueur méthodologique
- Capacité à conceptualiser, à rédiger un état de l'art et à développer des protocoles d'investigation en situation réelle de travail et de formation professionnelle
- Goût pour la pluridisciplinarité et le travail de groupe
- Capacité de construire des liens forts entre le monde académique et celui de l'entreprise
- Maîtrise de l'anglais (certification souhaitée)

Livrables

- Livrables en lien avec l'avancée du projet co-construit entre le laboratoire de recherche, SNCF - Innovation & Recherche et les autres Branches et Directions SNCF concernées ;
- Communications dans des congrès et articles dans des revues scientifiques ;
- Thèse de doctorat, mémoire de recherche, publications.

Envoi des candidatures

Au plus tard le 22/09/2017 avec CV + relevés des notes de M1 et/ou M2 + lettre de motivation par e-mail à : simone.morgagni@sncf.fr

Information complémentaires

Par e-mail à : simone.morgagni@sncf.fr