

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

jeudi 19 août 2010

La RATP ouvre un nouveau volet de sa campagne de communication sur les services offerts aux voyageurs, « Des comptoirs pour tout savoir »

La RATP lance le 30 août prochain le troisième volet de sa campagne services, qui portera sur les comptoirs d'information. Construit autour de l'accroche « Des comptoirs pour tout savoir », ce troisième chapitre de la campagne mettra en avant le rôle des agents présents dans les quelque 200 comptoirs d'information du réseau, et qui ont pour mission de répondre aux questions des clients sur les sujets les plus divers (titres de transport et tarification, trafic et horaires, itinéraires...).

Ce message sera relayé à la fois :

- **En affichage** dans les kiosques de Paris et de la région parisienne, et sur le réseau RATP
- **Dans la presse** avec une opération spéciale dans 20 Minutes, ainsi que dans les parutions suivantes : Le Parisien, Direct Matin, A Nous Paris et Le Figaro.
- **Sur internet**, où un contenu spécifique (y compris vidéo) sur cette thématique va être développé sur le site ratp.fr



Sur le réseau RATP, les comptoirs d'information seront mis en avant par un système de bulles stickers posées sur les parois, qui rappelleront l'ensemble des questions que les clients peuvent poser. D'autre part, les agents seront invités à distribuer un mini plan aux couleurs de la campagne, détaillant les services apportés aux voyageurs.

Dans son ensemble, la nouvelle campagne de communication sur les services offerts aux voyageurs se base sur des preuves concrètes. Chaque mois, celle-ci présente un service que la RATP met en place pour ses clients et les bénéficiaires que cela leur apporte : la rénovation des stations du métro (juin), l'accueil et l'orientation des touristes (juillet et août), les comptoirs d'information (septembre), l'information numérique pour les voyageurs (octobre), la vie dans les espaces RATP (novembre) et la mobilisation des agents de l'entreprise, en particulier pendant les fêtes (décembre).

Les messages sont volontairement courts et facilement mémorisables pour avoir un impact plus fort : « Du renouveau dans le métro », « Des comptoirs pour tout savoir », « Le numérique c'est pratique ! »... A travers ce choix d'illustration, la RATP souhaite adopter un ton simple et dynamique pour parler de ses services.

« Nous voulons montrer les efforts réalisés jour après jour par la RATP et ses agents pour améliorer le quotidien des voyageurs. Le service est ainsi au cœur de notre communication » explique Isabelle Ockrent, Directeur de la communication et de la marque.

Afin de renforcer la proximité et l'empathie avec son public, la campagne est traitée dans un style joyeux et original. Elle se veut chaleureuse avec des couleurs acidulées. Cet **univers graphique léger et coloré** est signé par l'artiste russe Yulia Brodskaya.

Forte de sa notoriété et bénéficiant d'une solide image institutionnelle, la RATP, avec cette nouvelle campagne de communication, joue la proximité avec son public.

SERVICE DE PRESSE RATP

T.01 58 78 37 37

www.ratp.fr – servicedepresse@ratp.fr
