

DOSSIER DE PRESSE

jeudi 15 septembre 2011

La RATP lance une campagne contre les incivilités dans les transports

La RATP lance une campagne de communication signée « Restons civils sur toute la ligne » destinée à sensibiliser les voyageurs sur le thème des incivilités dans les transports en commun



1. Les incivilités : une réalité clairement définie

Des enquêtes d'opinion menées au premier semestre 2011 en externe* et interne** montrent que les voyageurs, comme les agents RATP, dénoncent une situation de tension forte dans les transports en matière d'incivilités. Ce phénomène est clairement identifié comme une problématique sociétale dont les transports sont un révélateur.

Le terme « incivilités » est appréhendé par les voyageurs et les agents comme le non-respect de l'ensemble des règles du savoir-voyager ensemble. Cinq types d'incivilité sont ainsi identifiés :

- le manque de propreté
- les nuisances sonores
- les bousculades
- l'absence de courtoisie
- la fraude.

Pour les agents RATP, les incivilités touchent au non-respect des règles, du personnel et des matériels.

2. La RATP, une entreprise mobilisée sur ce sujet

Avec plus de 10 millions de voyageurs qui empruntent chaque jour ses réseaux, les incivilités et leur gestion sont un sujet majeur pour la RATP. Cette problématique des incivilités dans les transports publics est en permanence au cœur de ses préoccupations et une priorité pour l'entreprise.

Depuis 1997, la RATP a régulièrement déployé des campagnes de communication comportementale sur le thème des incivilités et sur la problématique du respect mutuel : les campagnes « Respect » (1997), « Violence, indifférence, en parler c'est agir » (1998), « Les ateliers d'initiatives » (2000-2001) et « Les idées circulent, l'indifférence recule » (2002-2003).

L'entreprise a ensuite repris la parole de manière plus institutionnelle en 2006 avec la campagne « Objectif Respect » et plus récemment encore avec « Partageons plus, partageons le bus », en mars 2011.

Aujourd'hui, avec cette nouvelle campagne de communication autour du slogan « **Restons civils sur toute la ligne** », la RATP poursuit son engagement et reprend la parole dans sa lutte contre les incivilités dans les transports en commun.

3. Une prise de parole légitime... sur un ton décalé et humoristique

Les différentes études confirment la légitimité de la RATP à mener des actions pour lutter contre les incivilités. En effet :

- 83 % des Franciliens estiment qu'elle est dans son rôle en incitant les voyageurs à bien se comporter*
- 90 % des Franciliens sont favorables au déploiement d'une campagne de communication comportementale sur l'ensemble des réseaux de la RATP*.

Afin de faire émerger une prise de conscience individuelle et collective et contribuer à faire évoluer les comportements de tous, la RATP, qui s'est toujours positionnée comme un acteur responsable sur le sujet, reprend la parole dès septembre 2011.

Le ton choisi pour cette campagne est volontairement décalé et humoristique, autour des slogans formulés sur le mode de maximes. Cette communication veut souligner l'absurdité du comportement de celles et ceux qui commettent des incivilités dans les transports. Elle met ainsi en avant l'idée que derrière tout acte d'incivilité se cache une logique absurde qui ne nuit pas seulement à la collectivité mais également à l'individu qui le commet.

4. Les enjeux de la campagne

Le dispositif répond à trois enjeux :

1. Sensibiliser l'opinion

Un dispositif digital interactif, chervoindetransport.fr, mis en place depuis juin 2011 a

amorcé la campagne. Ce site temporaire, dédié aux débats sur les incivilités, invite les voyageurs à s'exprimer de manière décalée et humoristique sur des situations vécues (depuis son lancement, le site a enregistré 729 493 pages vues).

2. Faire prendre conscience des incivilités

Depuis le 15 septembre, une campagne publicitaire en affichage et en presse reprend les cinq thématiques majeures : la propreté, les nuisances sonores, la fraude, la bousculade (empêcher de descendre/monter), l'utilisation du strapontin aux heures d'affluence.

En simultanément, une campagne d'adhésivage « in situ » dans les bus et les tramways, les rames et quais du métro et du RER incitera, sous forme de maximes, à la courtoisie, à la validation du titre de transport, au bon usage des places prioritaires, des strapontins...

3. Créer l'échange et le débat

- Les 20, 21 et 22 septembre, des rencontres agents/voyageurs seront organisées sur les réseaux pour favoriser le dialogue et l'échange sur le thème des incivilités. L'opération se déroulera pendant trois jours à raison de neuf gares et stations par jour dans les réseaux mais également à l'extérieur grâce à son Villebus (bus exposition).
- Le 28 septembre, un forum institutionnel se tiendra au siège de la RATP. A cette occasion, des échanges mobiliseront différentes parties prenantes (élus, transporteurs dans d'autres villes ou d'autres pays, sociologues, journalistes...) dans l'optique d'élargir la thématique des incivilités et de débattre sur l'état des lieux actuel et les solutions à mettre en place, en s'inspirant des expériences menées ailleurs.

A l'issue de l'opération, les contenus récoltés lors du forum institutionnel, des animations sur les réseaux et sur Internet seront analysés et publiés sous forme d'un livre blanc.

Cette nouvelle campagne « **Restons civils sur toute la ligne** » contribue à appuyer le positionnement de la RATP en tant qu'acteur majeur de la ville et contribue à expliciter la signature de marque « Aimer la ville ».

(*) Enquête externe :

Source : Etude qualitative sur les incivilités dans les transports Cabinet d'études TNS Sofres (mars 2011).

(**) Enquête interne :

Sources : Bus (2010) ; Discussion Agora Métro (mars 2011) ; questionnaires du département SEM (Synthèse de la première extraction, avril 2011).

DÉTAIL DU DISPOSITIF GLOBAL DE COMMUNICATION

Étape 1 : « chervoindetransport.fr » un dispositif digital interactif pour sensibiliser en ligne autour du thème des incivilités

Dans un premier temps, avec le lancement le 28 juin dernier du site participatif chervoindetransport.fr, la RATP a fait le choix de prendre la parole exclusivement *via* un dispositif digital pour capitaliser sur l'immédiateté et la spontanéité. Un territoire d'expression en ligne pour recueillir les opinions des voyageurs et permettre à chacun de s'exprimer de manière décalée et humoristique sur des situations vécues.



Ce site participatif, interactif et viral, invite les clients internautes à poster des actes d'incivilité ou de civilité rencontrés dans les réseaux de transport de la RATP (métro, RER, bus et tramway).

Il met en avant cinq comportements symptomatiques des principales incivilités rencontrées dans les transports en commun. Cinq pages viennent illustrer ces cinq situations clés. Chaque visuel s'accompagne d'un espace participatif sous forme de « bulle » où l'internaute est invité à légendiser les situations que l'image lui évoque, ou à consulter les témoignages déjà postés par d'autres internautes. Les cinq thématiques retenues sont :

- la propreté ou « chers déposers de déchets »
- la courtoisie ou « chers sans-gêne »
- le respect ou « chers bousculeurs »
- le bruit ou « chers gêneurs sonores »
- la politesse ou « chers impolis ».

Les contributions des internautes sont modérées *a priori* pour éviter tout message stigmatisant, agressif ou déplacé.

L'internaute peut :

- poster une contribution
- commenter les contributions des autres internautes
- partager sur Facebook
- partager sur Twitter
- accéder directement de son Smartphone
- voter : « Ça m'est arrivé aussi », « On voit ça trop souvent » ou « C'est quoi le problème ? ».

Le premier bilan est très positif, avec depuis son lancement le 29 juin dernier : 729 493 pages vues, 135 652 visiteurs uniques et 116 151 participations.

Dès le 15 septembre, une nouvelle version du site chervoindetransport.fr

Le 15 septembre, le site prend une nouvelle dimension et s'enrichit avec la création d'une Home Page présentant les visuels de la campagne d'affichage avec un espace de réactions dédié aux commentaires sur cette campagne et l'ajout d'une rubrique sur les civilités « Restons civils » afin de laisser la possibilité aux internautes de témoigner des actes de civilité vus dans les transports en commun.

Fin septembre, avec la clôture des participations, le site chervoindetransport.fr présentera une restitution des participations des internautes sous la forme d'un livre blanc en ligne.

Étape 2 : faire prendre conscience des incivilités avec la campagne publicitaire en affichage et en presse

Le temps fort du dispositif de communication global est le lancement de la campagne publicitaire en affichage et en presse dès le **15 septembre 2011**. Une campagne conçue avec une note humoristique pour sensibiliser mais aussi pour inciter les publics à réagir aux propos qu'elle soutient en les faisant reconsidérer le sujet différemment. Cette campagne sera déployée sur l'ensemble des réseaux de la RATP, en publicité dans la presse et « in situ » dans les bus et les tramways, les rames et quais du métro et du RER (affichettes, stickers sur les vitres et le sol...).

Avec un ton volontairement décalé et léger, la campagne veut marquer les esprits et interpeller les voyageurs. Elle met en avant les comportements incivils et fustige avec humour les situations d'incivilités, intentionnelles ou involontaires. Elle s'articule autour de cinq visuels correspondants aux principales problématiques retenues :

- la propreté
- les nuisances sonores
- la fraude
- la bousculade
- l'utilisation abusive du strapontin aux heures d'affluence.

Cinq visuels pour cinq situations inciviles autour de slogans formulés sur le mode de fables et de maximes pour souligner l'absurdité du comportement incivil qui nuit non seulement à la collectivité mais également à l'individu qui le commet. Autant de situations en opposition avec les souhaits de respect mutuel exprimés au quotidien par les voyageurs et les agents de la RATP.

Les cinq affiches sont toutes accompagnées de la signature « **Restons civils sur toute la ligne** » et portent chacune une série de visuels mettant en scène des animaux : un buffle qui bouscule, un paresseux qui se prélassé sur un strapontin dans une rame bondée, un lama qui crache son chewing-gum, une poule qui parle fort au téléphone et une grenouille qui saute au-dessus d'un tourniquet.

La mécanique permet aux individus de prendre conscience de la problématique des incivilités sans se sentir agressés grâce à un effet de logique et de « bon sens » lié au registre des fables. Ce registre est utilisé pour souligner avec humour et tendresse l'absurdité du comportement de ceux qui commettent des incivilités dans les transports et lui donner un éclairage nouveau et différent pour le dénoncer sans stigmatiser l'individu qui en est l'auteur.

En simultané, **une campagne d'adhésivage « in situ »** : dans les bus, les tramways, les rames et sur les quais du métro et du RER incitera, sous forme de maximes, à la courtoisie, à la validation du titre de transport, au bon usage des places prioritaires, des strapontins... A chaque fois, une maxime rappelle avec humour et bienveillance les règles de savoir-vivre correspondant à chaque situation et à chaque mode de transport.



La campagne d'affichage sera visible en 4 x 3, sur les Num rflash et en presse.

 tape 3 : créer l'échange, ouvrir le débat et restituer les temps forts de la campagne

La troisième étape de ce dispositif de communication se matérialise par une phase d'échanges, de débat et de restitution avec des rencontres entre les agents de la RATP et les voyageurs et un forum institutionnel. Un bilan restituant ces échanges sera également réalisé.

  Créer l'échange avec des animations sur les réseaux métro, RER et bus entre le mardi 20 et le jeudi 22 septembre

Durant ces trois jours, la RATP organise des animations, dans les stations et les gares et à l'extérieur avec un bus exposition itinérant. Des animations sont mises en place pour favoriser l'échange et le dialogue entre les agents et les voyageurs et montrer que la RATP est soucieuse du bien-être de chacun et agit en conséquence.

Sur des stands aux couleurs de la campagne, les agents proposeront aux voyageurs de participer à un jeu sous la forme d'un quizz avec des questions sur ce qu'ils pensent de la campagne de communication et sur le savoir-vivre dans les transports en commun.

Cinq stations de métro et quatre gares RER :

Miromesnil (ligne 9)	Massy-Palaiseau (ligne B du RER)
Porte de Versailles (ligne 12)	Torcy (ligne A du RER)
Saint-Denis – Université (ligne 13)	Saint-Germain-en-Laye (ligne A du RER)
Saint-Lazare (ligne 14)	Denfert-Rochereau (ligne B du RER)
Montparnasse (ligne 4)	

Animation sur le réseau bus avec le Villebus « Bus de la Civilité » :

le 20 septembre à la gare de Noisy-Champs
le 21 septembre à la gare de Nation
le 22 septembre à la gare de Nanterre-Université

❖ Ouvrir le débat avec un forum institutionnel « La civilité ça change la ville »

L'entreprise organise un forum, **le mercredi 28 septembre à la Maison de la RATP**, autour des incivilités dans les transports publics. Ce forum réunira, autour de trois tables rondes, des élus, sociologues, journalistes, transporteurs d'autres villes...

Ce forum vise aussi à démontrer que la problématique des incivilités s'intègre dans un débat plus large et à rappeler que la RATP est mobilisée pour offrir des solutions opérationnelles qui favorisent le « mieux-vivre ensemble » dans les transports en commun.

Ce forum a pour but de favoriser le partage de bonnes pratiques, en s'inspirant notamment des exemples étrangers.

Table Ronde n°1 : État des lieux des incivilités : définition, impacts et conséquences humaines

Dominique Gillot, ancienne Ministre, Maire d'Eragny-sur-Oise, Vice-Présidente de l'association Ville et Banlieue

Sylvie Moisson, Procureur de la République de Bobigny

François de Singly, Sociologue

Hans Clausen, Responsable de la mission prévention/sécurité du réseau BUS RATP

Table Ronde n°2 : Mettre en place des actions pour lutter contre les incivilités.

Michel Vialay, Maire de Mantes-la-Jolie, conseiller général des Yvelines

Serge Rivayrand, sous-Directeur régional de la police des transports

Dominique Lasserre, Commissaire d'Asnières, Responsable de la BST de la boucle nord

Florence Rodet, Secrétaire générale de la Fondation du Groupe RATP

Faiza Guène, Ecrivain

Table Ronde n°3 : Quelles solutions ailleurs ? Quelles solutions pour demain ?

Karim Zéribi, Président de la RTM, Régie des Transports Marseillais

Alain-Gérard Slama, Journaliste, essayiste, historien

Carole Gayet-Viaud, Maître assistant associé, école Supérieure d'Architecture de Paris La Villette

Steve Burton, Directeur de la Sécurité de TFL, Transport For London

❖ La restitution de la campagne sous forme d'un livre blanc

A l'issue de cette campagne, le dispositif entrera dans une phase de restitution. Celle-ci se fera par le biais d'une restitution sur la participation des internautes au site chervoindetransport.fr, les opinions et les suggestions recueillies auprès des contributeurs, la campagne d'affichage, les animations sur les réseaux et un compte-rendu des moments forts du forum sur les incivilités.

Cette restitution sera mise en ligne sur le site www.ratp.fr/restonscivils.

Cette page restera pérenne au-delà de la campagne.