



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Lundi 5 octobre 2020

LA RATP DÉVOILE SA TOUTE NOUVELLE PLATEFORME DE MARQUE

Depuis plus de 70 ans, la RATP accompagne les Franciliens dans leurs déplacements. La marque fait ainsi partie intégrante de la vie de chacune et chacun d'entre eux. C'est cette relation forte, durable et cette proximité indéfectible que l'entreprise valorise aujourd'hui à travers sa toute nouvelle plateforme de marque signée « à demain ». Révélée au grand public ce lundi 5 octobre, elle place les voyageurs de la RATP au cœur de ses préoccupations quotidiennes. Réalisée en collaboration avec Havas Paris, elle se décline en affichage, en presse et en digital.

IL Y A DU CHANGEMENT PAR ICI !

La communication de la RATP se développe aujourd'hui autour de deux marques :

→ d'un côté le **groupe RATP**, en tant que partenaire des villes durables et intelligentes. Il s'agit de la marque pivot et ombrelle des différentes expertises du Groupe conduites notamment par 6 marques filiales : RATP Connect, RATP Dev, RATP Habitat, RATP Real Estate, RATP Smart Systems, RATP Travel Retail. En savoir plus, [ici](#) ;

→ de l'autre la **RATP**, en tant qu'opérateur historique de mobilités en Île-de-France avec son autorité organisatrice, Île-de-France Mobilités.



La RATP en Île-de-France, c'est un des réseaux les plus denses au monde avec 12 millions de voyages par jour, 2 lignes de RER, 14 lignes de métro, 7 lignes de tramway et 350 lignes de bus. Mais c'est aussi, et surtout, une entreprise de 45 000 salariés au service de ses clients au quotidien.

Dans cette période marquée par une crise sanitaire sans précédent, la RATP a plus que jamais fait la preuve de son engagement au service des voyageurs et de l'intérêt général.

UNE DÉCLARATION D'AMOUR À NOS VOYAGEURS...

Cette nouvelle plateforme de marque met au cœur de sa communication la valeur fondamentale de l'entreprise qui consiste à **mettre l'humain au centre de toutes ses préoccupations**.

C'est tout le sens de sa nouvelle signature de marque « à demain » qui invite à mieux se retrouver chaque jour avec la promesse de s'améliorer continuellement.

À l'instar de toutes les grandes marques de service, la marque RATP se base sur 3 piliers essentiels :

→ **Montrer aux clients qu'ils sont au cœur des préoccupations de l'entreprise et de ses salariés**, à travers la conception de nouveaux services, bien sûr, mais aussi dans la relation instaurée au fil du temps.

→ **Montrer que la RATP travaille à améliorer en permanence l'expérience-client**. Avec 12 millions de voyages par jour, la satisfaction client est un engagement fort qui suppose de la responsabilité, de la persévérance et de l'humilité. C'est une promesse de faire mieux chaque jour et de prendre en compte les évolutions naturelles des attentes de ses clients.

→ **Donner aux voyageurs qui empruntent le réseau des preuves d'attention quotidiennes qui révèlent le supplément d'âme de la RATP**. C'est en particulier ce que l'entreprise propose avec son programme culturel qui vise à créer des surprises positives lors des trajets sur le réseau.

... UNE CAMPAGNE POUR LEUR DIRE QU'ILS COMPTENT POUR NOUS

À partir du 5 octobre, la RATP va déployer une campagne mettant en scène des moments de vie de ses voyageurs sur le réseau. Cette campagne est le reflet de la vie quotidienne et de la richesse tirée de la diversité des voyageurs. Les transports en commun peuvent en effet revendiquer de créer non seulement du lien entre les territoires mais aussi entre les individus.

Une campagne résolument bienveillante qui prend le pari d'un ton direct et populaire et d'une vision réaliste du transport urbain. C'est dans cet esprit de parler vrai que la direction de la communication de la RATP a choisi de représenter le port du masque devenu indissociable des bons gestes sur le réseau.

DES CODES GRAPHIQUES TOUS NEUFS

- ▷ Une nouvelle signature, emblème du service "signé RATP"
- ▷ Un logo historique avec le visage de la Seine
- ▷ Une gamme de couleurs variée
- ▷ Un ton simple, direct, emphatique et populaire
- ▷ Une nouvelle typographie, comme dessinée du bout des doigts



Le nouveau bloc-marque



Les couleurs

PATATRA

L'écriture



Le cadre



L'image

« NOUS AUSSI ON VOUS AIME »

La tonalité



Les toppings

UN DISPOSITIF MÉDIA 360° DÉPLOYÉ EN ÎLE-DE-FRANCE PENDANT 2 SEMAINES

Et pour accompagner cette invitation à se retrouver chaque jour, la RATP dévoile sa nouvelle plateforme de marque sur l'ensemble des supports médiatiques que les voyageurs pourront croiser durant leurs déplacements :

- Sur les mobiliers urbains parisiens ;
- Dans les transports en commun avec un affichage sur les quais de métro, RER et tramway et via les écrans numériques ;
- Dans la presse papier francilienne ;
- Sur les réseaux sociaux Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn et YouTube avec des vidéos dédiées : [vidéo #1](#), [vidéo #2](#) et [vidéo #3](#).

La campagne d'affichage en chiffres
+ de 3000 faces et écrans sur 12 jours

dont

850

panneaux 2m² Clear Channel
dans Paris.

1030

écrans numériques DOOH
dans les transports en commun.

1980

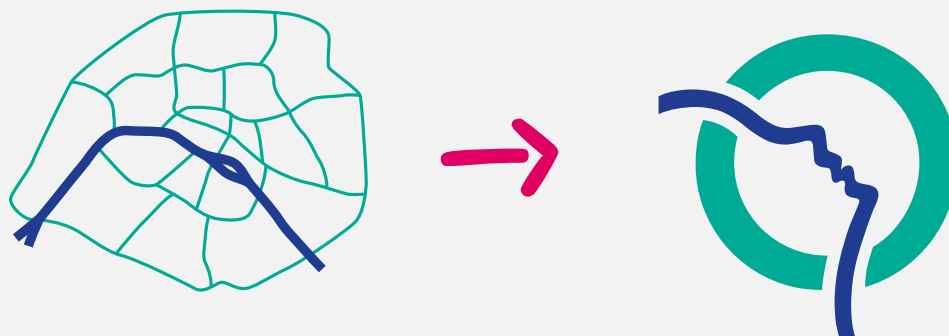
affichages sur les quais du métro
et tramway.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Le logo actuel de la RATP date de 1992. Il est constitué d'un cercle vert jade et d'une ligne bleue. De prime abord, un visage regardant vers le ciel est identifiable. Cette silhouette, bien réelle, rappelle le caractère humain des missions assurées par la RATP. La typographie oblique du logo RATP, synonyme de mouvement, dynamique, évoque quant à elle le cœur même des activités de l'entreprise : le transport.

En effectuant une rotation de 50° sur la gauche, les plus observateurs apercevront une simplification de la carte de Paris avec le périphérique en vert et la Seine en bleu.



« Après la crise sanitaire inédite que nous venons tous de vivre, cette campagne est une déclaration d'amour à nos voyageurs. Nous sommes heureux de les retrouver mais nous voulons aussi leur dire que nous avons plus que jamais conscience de notre responsabilité à les accompagner dans leur vie quotidienne. Cette nouvelle expression de la marque RATP est le reflet de notre engagement de mettre l'humain au cœur de nos préoccupations et d'améliorer chaque jour notre service. »

Anaïs Lançon

Directrice de la Communication et de la Marque du Groupe RATP

CONTACT PRESSE

Léa Commeau

01 58 78 37 37 – 06 49 60 72 23

Lea.commeau@ratp.fr