



Parce qu'on sait tous que la vraie vie ce n'est pas comme dans la publicité, la RATP lance une nouvelle campagne au ton résolument décalé pour encourager les usagers à mieux se comporter dans les transports franciliens.

Qui n'est pas fasciné par l'ingéniosité avec laquelle les usagers utilisent leur trottinette dépliée pour s'assurer plus d'espace dans une rame de RER ?  
Qui n'est pas reconnaissant de pouvoir reposer sa tête sur le sac à dos de sa voisine de métro après une longue journée ?  
Qui n'apprécie pas la beauté graphique des traces laissées par des semelles de chaussures sur les sièges ou encore l'ambiance vibrante d'une musique ou d'une conversation en haut-parleur dans le bus ou le tramway ?  
Qui ?  
Et bien personne...  
Parce que ***Dans la vraie vie, les incivilités ça ne plaît à personne.***



**« Dans la vraie vie, ça ne plaît pas à tout le monde »**

Un concept qui met en lumière avec humour le caractère dérangeant de comportements quotidiens d'usagers en créant des situations d'incivilités dans le réseau auxquelles les voyageurs réagissent avec bonheur et enthousiasme. Ce traitement par l'absurde crée une dissonance entre la réalité et notre représentation, une dissonance résolue par un bouclage qui rappelle la gêne et les bons comportements à adopter dans les transports en commun.

**Avec un second degré assertif inspiré par les incivilités quotidiennes, la RATP et Havas Paris invitent les usagers à se rassembler autour d'un comportement plus civilisé !**

Dans la lignée de sa plateforme de marque « À demain », la RATP continue de mettre ses voyageurs au cœur de ses préoccupations quotidiennes. C'est pourquoi, face à des incivilités qui se généralisent et qui nuisent directement aux conditions de voyage des usagers des métros, tramways, bus et RER, la RATP prend de nouveau la parole dans l'objectif d'accompagner un changement d'attitude et ainsi continuer à œuvrer pour l'amélioration permanente de l'expérience de ses clients.

**L'humour au service de la prise de conscience collective !**

Avec sa nouvelle campagne « *Dans la vraie vie, ça ne plaît pas à tout le monde* », la RATP a choisi l'humour pour parler avec connivence et empathie à ses usagers qu'elle connaît si bien et retrouve quotidiennement. Dans le prolongement direct de son programme de communication « On voyage ensemble », la campagne rappelle que l'on voyage tous un peu mieux si tout le monde fait un petit effort pour ses voisins. En ce sens, elle a pour objectif de transformer les comportements des usagers en les encourageant à passer du « chacun pour soi » au « collectif » !

**« On voyage ensemble »**

Véritable pacte entre les usagers et la RATP, le label lancé en 2022 par la régie a pour but d'inviter chacun et chacune à agir pour un mieux voyager ensemble. Fondé sur les principes de la co-responsabilité et de la pédagogie, « On voyage ensemble » aborde tous les sujets qui peuvent impacter la fluidité du trafic et le confort des voyageurs tels que les bagages oubliés, les comportements à risque, les malaises voyageurs et bien sûr les incivilités en rappelant que chacun à son rôle à jouer. Le programme de communication prend vie dans des campagnes, mais aussi à travers des actions sur le terrain par le relai des agents.

### Un dispositif multi-canal déployé du 26 février au 9 avril 2024 :

#### Une campagne sur le réseau...

Une campagne impactante avec des formats événementiels pour être visible sur le trajet des usagers, là où les incivilités ont lieu :

- ⇒ Affichage sur le réseau OOH (4x3, 3m<sup>2</sup>, fonds de rames)
- ⇒ DOOH
- ⇒ Portes palières

#### Une campagne sur les réseaux...

Parce que les usagers ont l'habitude de partager sur leurs réseaux les incivilités dont ils sont témoins ou victimes, la RATP vient les interpeller sur ce terrain pour rappeler que si certains de ces comportements peuvent faire sourire sur les écrans, dans la vraie vie, ils sont dérangeants pour les usagers :

- ⇒ Campagne sociale X et Meta
- ⇒ Dispositif participatif sur Instagram
- ⇒ Partenariat avec le compte @LesGensDansleMétro. Florilège des comportements les plus insolites des transports en commun, @LesGensDansleMétro partage sur ses comptes Instagram et TikTok des situations réelles capturées par ses abonnés. La RATP a créé avec lui une série de photos et vidéos, publiées sur leurs comptes respectifs, pour mettre en lumière le caractère incivil de ces comportements.



Dans la vraie vie,  
niveau altruisme c'est un échec... ♀



Dans la vraie vie,  
se trouver dans cette rame  
c'est vraiment manque de pot 🌿



Dans la vraie vie,  
c'est un angle de vue qu'on préfère éviter  
👁️



Dans la vraie vie,  
on fait du rameur avec des rames, pas dans  
les rames 🚶

### CRÉDITS

- Annonceur : RATP
- Responsable Annonceur : Mariah de Staal, Laetitia Dupin de Beyssat, Caroline Desroches, Pauline Cacciaguerra
- Agence : Havas Paris
- Responsable Agence : Nathalie Delaeter Viaud, Jessica Joli, Darina Olivier
- Planneur stratégique : Romain Roux
- Directeur de création : Florian Roussel  
(Directeur Artistique : Didier Richarth ; Concepteur-Rédacteur : Constantin de la Borde)
- Photographe : Shelby Duncan
- Dates de la campagne : Du 27 février au 9 avril 2024

### À propos d'Havas Paris

Havas Paris est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. Pour de plus amples informations : [www.havasparis.com](http://www.havasparis.com)

---

Contact Presse Havas Paris  
Sophie Liebermann  
M : [sophie.liebermann@havas.com](mailto:sophie.liebermann@havas.com)  
T : 06 16 55 80 29

**HAVAS**  
Paris

---