



Moving towards
a better city

DIFFUSION À PARTIR DU 15 OCTOBRE

Une nouvelle stratégie de marque pour le groupe RATP

En 70 ans, la RATP est devenue un groupe mondial qui compte parmi les leaders sur son marché des transports publics urbains. Présent dans 14 pays, sur 4 continents avec 8 modes de transports au quotidien, le groupe RATP cumule 16 millions de voyages par jour. Si le groupe s'est affirmé comme un expert de la mobilité en France comme à l'international, il a su également développer, de façon complémentaire, d'autres expertises au service des villes en matière d'ingénierie, de gestion d'infrastructures ou de services urbains comme l'immobilier, l'exploitation de surfaces commerciales ou l'offre de solutions de billettique innovantes. Il lui fallait donc une marque forte pour exprimer l'ensemble de ses savoir-faire et incarner sa mission, celle de transformer durablement la ville et la vie de ses habitants.

C'est chose faite avec le déploiement d'une nouvelle stratégie de marque RATP Group, qui devient le pivot et l'ombrelle des différentes marques filiales, rebrandées à cette occasion. Le nouveau territoire graphique d'expression, constitué du bleu et vert jade historiques de la marque, exprime quant à lui la ville et le mouvement. Le tout est ponctué d'une nouvelle signature : Moving towards a better city (adaptée en français par « La ville a de l'avenir »).

C'est un travail global de positionnement stratégique, d'architecture de marque, de design et de déploiement qui a été mené en collaboration avec l'agence Havas Paris. Cette nouvelle plateforme de marque du Groupe Ratp sera révélée par une campagne BtoB presse et digitale diffusée à partir du 15 octobre.

« Alors que le marché de la mobilité devient de plus en plus concurrentiel et que de nombreux défis s'imposent à nous, il était important de repenser notre marque Groupe pour mieux exprimer notre leadership et donner à voir notre dynamique de développement et d'innovation. La marque RATP Group ainsi renouvelée a vocation à rendre plus lisible l'ensemble de nos expertises et notre mission de contribuer à transformer durablement la ville et la vie de ses habitants ». explique Anaïs Lançon, Directrice de la communication et de la marque du groupe RATP.

UN NOUVEAU TERRITOIRE D'EXPRESSION

Autour de RATP Group, la nouvelle architecture de marque donne à voir les différentes expertises du groupe en uniformisant les marques filiales grâce à un système cohérent de nommage (RATP Dev, RATP Travel Retail, RATP Real Estate, RATP Smart System, RATP Capital Innovation...). Le logo RATP Group a été également retravaillé en capitalisant sur l'attribut historique de la marque, son visage, placé au cœur du nouveau logo.

LE MOUVEMENT : UNE INSPIRATION

Évidemment au cœur du territoire, il y a le mouvement. Mariage du bleu et du vert jade, couleurs historiques de la marque, le nouveau territoire graphique se compose de trames inspirées des motifs urbains, tracés techniques, signalétiques, ondes... et des formes géométriques simples du logo.

MOVING TOWARDS A BETTER CITY, UNE NOUVELLE SIGNATURE

Moving towards a better city (« La ville a de l'avenir » en Français) évoque à la fois le cœur de métier du groupe, la mobilité, et valorise sa dynamique de transformation au service de ses clients. Elle positionne le groupe RATP comme le partenaire privilégié des territoires urbains au service d'une ville plus humaine.

La nouvelle identité du groupe RATP sera révélée par une campagne presse et sociale (#bettercity) diffusée à partir du 15 octobre. Elle sera relayée sur les réseaux sociaux RATP Group par un dispositif de contenus et de partenariats média.

La communication du groupe RATP et Havas Paris proposent également pour l'occasion un site événementiel qui devient la clé d'entrée dans l'écosystème digital du groupe RATP (ratpgroup.com), en ligne le 15 octobre.

À PROPOS DU GROUPE RATP...

Avec 16 millions de voyages chaque jour dans le monde, le groupe RATP compte parmi les leaders mondiaux du transport urbain. Implanté dans 14 pays et sur 4 continents à travers sa filiale RATP DEV, le Groupe exploite au quotidien 8 modes de transport (métro, bus urbains et interurbains, tramway, ferroviaire, sight-seeing, câble, navette maritime, transport à la demande). Il est par ailleurs présent sur toute la chaîne des nouvelles mobilités avec 4 autres modes en partenariat (scooter électrique, auto-partage, covoiturage et navette autonome). Expert de renom en gestion d'infrastructures comme en ingénierie, le groupe propose également à travers ses filiales une large palette de services urbains en matière de gestion et d'ingénierie immobilière, d'exploitation de surfaces commerciales, de fibre optique, d'information voyageur sur mesure ou de solutions de billettique innovantes. En Île-de-France, la RATP exploite depuis plus de 70 ans l'un des réseaux multimodal les plus denses au monde.

À travers ses 61 000 collaborateurs, le groupe RATP conçoit, met en œuvre et fait vivre au quotidien des solutions de mobilité et des services innovants pour une ville durable et plus humaine.

Contact presse Havas Paris

Yaël Dorfner

+33 1 58 47 95 26

yael.dorfner@havas.com

Contact presse groupe RATP

Service de presse

+33 1 58 78 37 37

servicedepresse@ratp.fr