



« DEMANDEZ-NOUS LA VILLE »

**A L'OCCASION DE LA COP21, LA RATP DÉVOILE SES ENGAGEMENTS
EN FAVEUR D'UNE VILLE DURABLE**

**UNE NOUVELLE CAMPAGNE SIGNÉE HAVAS PARIS
QUI PRÉFIGURE LE NOUVEAU TERRITOIRE PUBLICITAIRE DE LA MARQUE
FONDÉ SUR DES ILLUSTRATIONS ONIRIQUES**

A compter du 1^{er} décembre

Portée par sa nouvelle signature « Demandez nous la ville » et à l'occasion de la COP 21, la RATP prend la parole avec Havas Paris à travers une nouvelle campagne, déclinée en affichage et en presse du 1^{er} au 16 décembre.

Cette campagne donne à voir une série de 8 annonces au traité illustratif qui ne manquera pas de surprendre les voyageurs. Chacun des visuels présente une preuve concrète de l'engagement de la RATP au service d'une ville plus intelligente et plus durable.

« DEMANDEZ-NOUS LA VILLE », UNE NOUVELLE POSTURE DE MARQUE

Cette nouvelle signature met l'accent sur la volonté de l'entreprise de mettre davantage le voyageur au centre de ses préoccupations, de développer une culture du service et de l'amélioration continue et de capitaliser sur l'innovation. Elle raconte enfin, une ville plus belle, plus agréable à vivre, plus intelligente et plus à l'écoute de ses citoyens.

LES 8 VISUELS

« *La vie durable arrive vite* » illustré par un immeuble urbain qui marche sur deux bus, « *Moins de CO2, ça vous branche ?* » sur fond de ville boisée, « *Cet hiver c'est vous qu'on réchauffe, pas le climat* » où une rame de métro sert d'écharpe, « *C'est beau toutes ces led* » sur fond de ciel étoilé...

Diffusée en presse et en affichage du 1^{er} au 16 décembre, la série comprend un visuel générique marquant l'ambition de ville durable et 7 preuves concrètes de l'engagement quotidien de la RATP : le programme Bus 2025, la promotion de l'éco-conduite, la récupération des eaux sous-terraines, la régulation du chauffage dans les RER, la généralisation de l'éclairage à LED sur le réseau, la réduction des nuisances sonores et l'expérimentation de la récupération de la chaleur des stations pour le chauffage résidentiel.

A ce dispositif s'ajoute un habillage événementiel à l'effigie de la campagne dans plusieurs stations (covering à Palais-Royal-Musée du Louvre et formats spéciaux à La Chapelle, Hôtel de Ville, Luxembourg) et des expositions dans les zones d'attentes réservées aux navettes COP 21 (Bourget et Fort d'Aubervilliers).

UN PARTI PRIS CREATIF : L'ILLUSTRATION ONIRIQUE ET COLORÉE

Le traité graphique est entièrement repensé lui aussi pour faire place aux illustrations, en phase avec la personnalité d'une marque de la rue. Signé Guillaume Fillon (Directeur Artistique chez Havas Paris), le graphisme est onirique et coloré.

« *Cette campagne fait appel à l'imaginaire* », souligne Christophe Coffre, Président en charge de la création d'Havas Paris. « *Le traité illustratif, coloré et empreint de poésie permet à chacun d'imaginer la ville qu'il souhaite pour faire écho à l'invitation proposée par la signature. Et puis, il renoue aussi avec la personnalité d'une marque de la rue, qui a souvent fait appel aux affichistes.* »

LE DISPOSITIF MEDIA EN ILE DE FRANCE

Campagne Développement durable du 30 novembre au 15 décembre 2015

- 8 Annonces
- Habillage événementiel dans 5 stations de métro
(Aubervilliers, Palais Royal, Luxembourg, Hôtel de Ville, La Chapelle)
- plan media affichage 4X3 et 2m²
- plan presse dans numéros spéciaux COP 21