

ENTRE LES LIGNES

LE MENSUEL DES AGENTS DE LA RATP

mai 2004 - n° 139

SUR LE VIF

Journée Implication
et Qualité le 17 juin

DANS LA VILLE

En Roue libre
vers le printemps

DOSSIER

L'ECOUTE DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

tramway
vice escaliers
essibilités
s animations

RATP

p.4

ON EN PARLE

LES SUJETS D'ACTUALITÉ

Du 16 au 19 juin prochain, se tiendra le premier salon européen de la mobilité, « Transports publics 2004 » à la porte de Versailles. La RATP pilote le projet de recherche européen, en quoi consiste-t-il ?

Le 8 avril une menace d'attaque terroriste dans le RER A interrompait le trafic.



DOSSIER

À L'ÉCOUTE DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

En 1996 la RATP a signé un protocole de concertation avec dix-sept associations de consommateurs. Présentation d'une démarche fondée sur le dialogue et la confiance.



p.12 DOSSIER

p.6

REPÈRES

IMAGINE R : LAURIERS DE CAMPAGNE

Résultats de la nouvelle campagne « Vivez 13 ans de bonheur ».

p.20

ARRÊT SUR IMAGES

APPUIS BÉTON POUR LE PONT DE CHARENTON



Le pont de Charenton s'est offert des appareils d'appui tout neufs.

p.22

DANS LA VILLE



ROULER VERS LE PRINTEMPS

Roue libre, le service vélo de la RATP propose des balades thématiques.

p.24

RESSOURCES

LES CLÉS DE LA NOUVELLE NUMÉROTATION

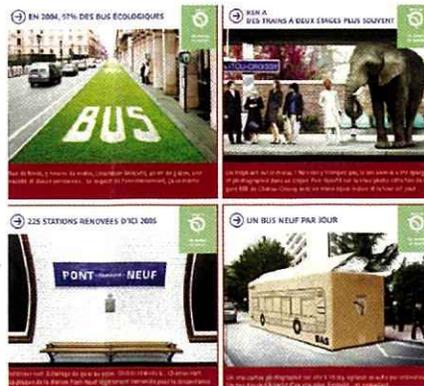
Une numérotation téléphonique menée par les départements Patrimoine et SIT se met en place progressivement dans l'entreprise.

p.25

PANORAMIQUES

LA PREUVE PAR QUATRE

Quatre visuels, quatre preuves développées par la RATP pour un service plus fiable, plus facile, plus attentionné.



p.7

SUR LE VIF DES AGENTS TRÈS IMPLIQUÉS

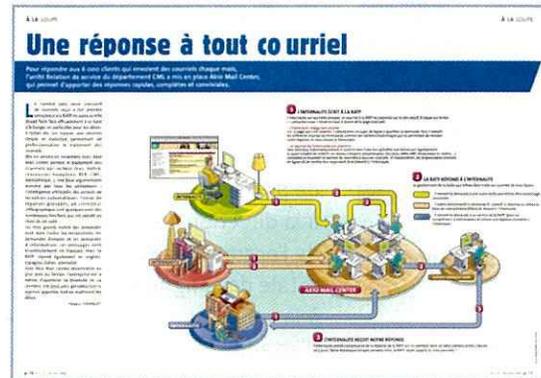
Le 17 juin prochain, dans le cadre de la Journée Implication et Qualité, onze équipes présenteront leurs « bonnes pratiques ».



p.10

À LA LOUPE UNE RÉPONSE À TOUT COURRIEL

La RATP répond à tous les courriels qu'elle reçoit, jusqu'à 10 000 par mois. Grâce à Akio Mail Center, outil de traitement décentralisé.



SOMMAIRE

p.30

PASSIONNÉMENT PATRICE PELLÉ EN PROIE À LA PASSION

Voilà la passion qui le dévore : le faucon. Un loisir devenu fascination. Il prend quand même le temps de le faire partager à ses collègues et organise des journées « portes ouvertes » dans son centre Bus.



p.31



AVANT-APRÈS POINT-DU-JOUR FÊTE SES 143 ANS

Pour l'anniversaire du centre bus Point-du-Jour, Boulonnais et Parisiens ont pu se balader à bord des bus à plate-forme.

Entre Les Lignes : LAC A 85, 54, quai de la Rapée, 75599 Paris Cedex 12. Département de la communication-RATP. Tél. : 01 44 68 36 51/36 44/36 68. Directeur de la publication : Gilles Alligner. Directeur de la rédaction : Francis Deschamps. Rédactrice en chef : Simone Feignier. Rédaction : Michel Garret, Nadine Guérin, Jean-Pierre Joubert, Laurent Montier, Yan Rodriguez, Franck Stefanoff. Photographies : COM-AP Couverture : ETHANE. Conception et réalisation graphique : NTEXTUEL. Chef de projet : Véronique Deldicque. Directrice artistique : Danielle Guigui. Maquettiste : Hélène De Carvalho. Secrétaire de rédaction : Frédérique Disant. Réviseurs : Bertrand Chavardes et Dominique Joubert. Photogravure : Question d'Édition. Imprimerie : Imprimerie Vincent. N° ADEP 1791. Membre de l'Union des journaux et journalistes d'entreprise de France, UJEF. Retraités de la RATP : vos changements d'adresse sont à transmettre par écrit au bureau des Pensionnés, 30, rue Championnet, 75889 Paris Cedex 18.

MENACE D'ATTENTAT SUR LE RER A



BERTRAND CHABROL/COM-AP

JACQUES FLAHAUT,
directeur du département
RER.

Le 8 avril, une menace d'attentat transmise à la Direction de surveillance du territoire (DST) conduisait en fin de journée à l'évacuation

des gares du RER A, tandis que le trafic était interrompu sur la totalité de la ligne. Une décision exceptionnelle et une mise en œuvre exemplaire.

« A 19 h 45, la préfecture de police de Paris demandait à la direction générale de l'entreprise la fermeture totale de la ligne A du RER, à la suite d'une menace d'attaque terroriste interceptée par la CIA dans un courrier électronique en provenance de Madrid. Les agents des gares en place, aidés par les agents du GPSR, ont aussitôt procédé à l'information,

à la canalisation et à l'évacuation des voyageurs. Ainsi, près de 40 000 personnes ont été évacuées, sans provoquer de situation de panique, entre 20 h et 20 h 15, des gares du tronçon central – Nation, Gare-de-Lyon, Châtelet-Les-Halles, Auber et Charles-de-Gaulle – et La Défense. À 20 h 30, toutes les gares de la ligne A étaient évacuées. La préfecture de police a dépêché des renforts et sollicité les commissariats territorialement compétents pour effectuer des fouilles minutieuses et les vérifications nécessaires. Tous les trains en circulation sur la ligne ont regagné leur terminus, les rames de métro ou de RER

SNCF ne marquaient plus l'arrêt dans les stations de correspondance avec la ligne A. La permanence générale mettait en place des services de remplacement par autobus vers Saint-Germain-en-Laye, Marne-la-Vallée et Boissy-Saint-Léger. Grâce à la mobilisation des équipes Bus, 75 véhicules ont ainsi transporté plus de 3 000 personnes. L'alerte était levée à 21 h 45, les trains ont progressivement repris leur circulation, le trafic est redevenu normal à 22 h 30. L'évacuation de toute une ligne est une première, et c'est une satisfaction de constater que toutes les phases se sont déroulées dans le calme. »

UN PROJET DE RECHERCHE EUROPÉEN



BRUNO MARGUERITE/COM-AP

JEAN-PAUL RICHARD,
chargé de mission, Délégation
générale à la Recherche
et à l'Innovation.

La RATP pilote le projet de recherche européen UGTMS (Urban Guided Transport Management)

System) « systèmes de gestion du trafic pour les transports urbains guidés », en quoi consiste-t-il ?

« Notre projet s'inscrit dans une démarche globale de la RATP visant à articuler dans ce domaine la recherche, la normalisation et la réglementation. Il se situe au cœur des orientations du Plan d'entreprise et de la politique de développement durable. Ce projet est financé à 50 % par la Commission européenne, il regroupe dix-sept



partenaires dont quatre autres exploitants européens : Berlin, Lisbonne, Londres et Madrid, ainsi que des

industriels, des centres de recherche et des universités. Notre objectif principal est de développer ●●●

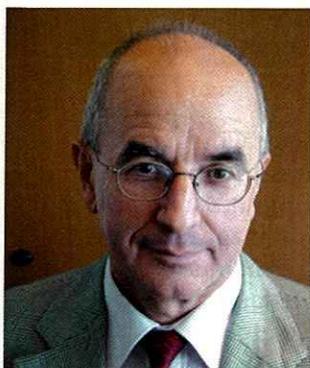
●●● l'interchangeabilité et l'interopérabilité des équipements, assurant la sécurité et la gestion du mouvement des trains (signalisation, pilotage automatique, commande centralisée, etc.) tout en maintenant le haut niveau de sécurité déjà atteint.

Les enjeux sont technologiques et économiques. Pour nous, il s'agit d'augmenter les performances et l'efficacité des systèmes de transport ferroviaires, mais aussi de mener une politique industrielle qui favorise la concurrence et permette une maîtrise des coûts

d'investissement. Les premiers rapports présentant une définition d'UGTMS sont déjà disponibles sur le site web du centre de recherche de la Commission européenne : ugtms.jrc.cec.eu.int et les résultats du projet seront présentés lors d'une

conférence internationale à Paris, le 8 juin 2004 au siège de la RATP. Les actions futures du projet UGTMS ont déjà été définies et tous les partenaires ont confirmé leur intention de mener une seconde phase dès 2005. »

PROMOUVOIR LES TRANSPORTS PUBLICS



DR

CLAUDE MASSON,
délégué général à
la Stratégie institutionnelle
(vice-président
du GIE Développons
le transport public).

« Premier dans son ampleur, le salon « Transports publics 2004 » est également dans sa forme. Si l'idée de promouvoir les transports publics s'est déjà concrétisée par des salons ou expositions, pour la première fois c'est l'organisation même qui a été confiée à un collectif, et un groupement d'intérêt économique a été constitué. La RATP, avec notamment l'UTP et le Gart, est donc coorganisatrice. L'ensemble des acteurs du transport public – collectivités, autorités organisatrices et entreprises de transport – a été associé très en amont tant sur le plan de la conception que sur le contenu des débats qui seront abordés. Objectifs : montrer l'attrait, la modernité, la performance des transports publics et échanger sur la place de ces

quelles nouveautés dans le transport;
une alternative à la voiture individuelle ;
Les réponses au salon "Transports publics"



transport et que l'événement se passe à Paris nous confère une responsabilité particulière. C'est pourquoi, si le succès doit être collectif, notre implication est forte sur l'ensemble de l'organisation. La RATP sera présente dans toutes

les composantes du salon : stands, débats, espace maquettes, Forum de l'innovation, circuit design... Elle apportera sa contribution et son expérience au fonds d'intérêt commun qui est de développer le transport au bénéfice du plus grand nombre, les valeurs du « voyager solidaire », et sera attentive au concept émergent « d'altéromobiliste », autrement dit d'alternative à la voiture.

? Du 16 au 19 juin prochain, va se dérouler, à la porte de Versailles, « Transports publics 2004 », premier salon européen de la mobilité qui se tiendra chaque année avec une alternance Paris-province. En quoi ce salon est-il novateur et quel est le rôle de la RATP ?

transport et que l'événement se passe à Paris nous confère une responsabilité particulière. C'est pourquoi, si le succès doit être collectif, notre implication est forte sur l'ensemble de l'organisation. La RATP sera présente dans toutes les composantes du salon : stands, débats, espace maquettes, Forum de l'innovation, circuit design... Elle apportera sa contribution et son expérience au fonds d'intérêt commun qui est de développer le transport au bénéfice du plus grand nombre, les valeurs du « voyager solidaire », et sera attentive au concept émergent « d'altéromobiliste », autrement dit d'alternative à la voiture.

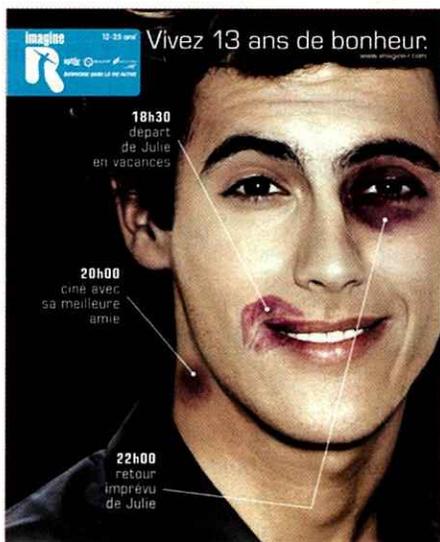


Imagine R : lauriers de campagne

Avec ses trois visuels et son accroche "Vivez 13 ans de bonheur", la nouvelle campagne Imagine R a été testée auprès de la population concernée : les 12-25 ans. Résultats.

4X3 = 12/25

Trois visuels ont composé cette campagne. L'esthétique, le ton, la forme et même le fond du message ont radicalement changé par rapport à la précédente. C'est un portrait de l'adolescence de 12 à 25 ans qui est dressé. Sans complaisance ni moquerie, ce reflet d'eux-mêmes est particulièrement bien perçu car il sonne juste et parle vrai.



CAMPAGNE PERCUTANTE

70 % des jeunes ont vu la nouvelle campagne Imagine R alors que la précédente avait été découverte par moins de 50 % d'entre eux. Son efficacité est donc indéniable. Néanmoins, le lien entre les visuels et la marque Imagine R semble fragile. La campagne n'évoque pas pour autant une autre marque, elle laisse perplexe quant à son émetteur : 44 % des jeunes n'ont pas su citer de marque susceptible de communiquer ainsi et seuls 20 % d'entre eux ont reconnu Imagine R derrière ces visuels.

INSTALLER LA MARQUE IMAGINE R

68 % considèrent que la campagne ne correspond pas à l'image qu'ils avaient d'Imagine R mais, loin de gêner les 12-25 ans, elle crée de la connivence avec la cible et dispose d'atouts majeurs pour installer un territoire de marque spécifique à Imagine R. La campagne revêt des aspects déroutants car elle adopte une forme et un discours novateurs. Deux grandes composantes de la campagne contribuent à la création de ce territoire de marque : l'utilisation d'un message ironique à décoder et l'évocation réussie de l'adolescence.



SANS DÉCODEUR

« 13 ans de bonheur ». L'accroche est parfaitement comprise par les 12-25 ans, comme les treize ans pendant lesquels ils ont droit à Imagine R correspondant aux années pendant lesquelles la vie est particulièrement intense.

LES PRO AUSSI...

L'hebdomadaire de communication *Stratégies* a décerné au titre le deuxième Trophée Stratégies du marketing des jeunes. Un prix qui récompense le GIE Comutitres (RATP, Transilien-SNCF et Optile) et son agence Young & Rubicam pour leur travail visant à donner à ce titre de transport le statut de « marque badge ».



YAN RODRIGUEZ

ÉTUDE RÉALISÉE EN DÉCEMBRE 2003 PAR LA SORGEM

DES AGENTS TRÈS IMPLIQUÉS



PHOTOS DE BRUNO MARGUERITE/COM-AP

Le 17 juin prochain, dans le cadre de la Journée Implication et Qualité, onze équipes présenteront leurs « bonnes pratiques » mises au service des performances de l'entreprise.

1. (MTS/L6) Réalisation d'une campagne d'information par des conducteurs pour réduire le nombre d'incidents de portes.
2. (GIS-BUS/CSB) Action de réduction des agressions des contrôleurs.
3. (M2E/MEL Barbès) Partenariat de sous-traitance avec un Centre d'aide par le travail.
4. (HAL/LEM) Amélioration de la lisibilité des tableaux de bord.

Point d'orgue des démarches d'amélioration, la Journée Implication et Qualité se veut un révélateur des initiatives sources de progrès pour l'entreprise et les agents. Regroupée depuis l'an passé sous un même label, cette journée,

auparavant scindée en deux parties, fait donc à présent cause commune. Finie la différenciation entre l'implication d'un côté et la qualité de l'autre, dans un contexte où les critères de sélection tendaient à devenir de plus en plus proches. Cette fusion



► sous le terme de « bonnes pratiques » (voir encadré ci-contre), alors que la qualité est devenue un des axes stratégiques de la RATP, intégrée d'ailleurs dans le Plan d'entreprise 2004-2007, prend aujourd'hui tout son sens, car elle permet la complémentarité des points de vue. Pour schématiser, on pourrait dire : d'une part, la méthode, la technique, la mesure et, d'autre part, les agents, l'implication, avec en commun le management et l'esprit client. Si la journée du 17 juin est l'occasion de mettre en lumière les agents, les équipes qui innovent, de faire connaître les « bonnes pratiques », le processus de sélection est quant à lui engagé

plusieurs mois en amont. « Vous développez une démarche ou une action qui accroît l'efficacité de l'entreprise et améliore sa performance ? Votre démarche repose sur l'implication, la coopération entre les métiers, l'écoute client, l'innovation ? » : tels sont les premiers termes qui officialisent l'appel à candidatures.

Copilotée par le département de la Communication (COM) et la délégation générale à la Qualité (DGQ), qui échangent avec les équipes et les conseillent tout au long du processus, cette opération se déroule en plusieurs étapes. D'abord, une prise de contact avec le délégué Qualité du département à qui le projet est pro-

posé, puis la validation par le directeur de département concerné. En moyenne, un an est nécessaire pour qu'une idée arrive à maturité et puisse être portée lors de la Journée Implication et Qualité.

Onze projets, mais surtout onze équipes

En 2004, vingt projets ont été présentés aux organisateurs, onze retenus après étude du dossier et entretien. Mais, au regard de la qualité croissante des dossiers, des équipes non présentes sur scène figureront malgré tout dans le guide des « bonnes pratiques ». Représen-

Petit guide pratique de la « bonne pratique »

Peut être considérée comme « bonne pratique » toute action d'amélioration de la performance...

- qui s'appuie sur un des axes suivants : prise en compte du client, management implication, coopération entre les métiers, objectifs et résultats ;
- dont la mise en œuvre est effective ;
- qui est mesurable ;
- qui propose une solution novatrice ;
- dont la transposition vers une autre activité de l'entreprise est possible.

5. (RER/Gares B-Nord) Mise en place d'un nouveau point d'accueil de proximité.

6. (MzE/MLI) Action de sensibilisation sur la réduction des accidents du travail.

7. (BUS/MSQ) Informatisation du système de mesure de la qualité.



PHOTOS DE BRUNO MARQUERITE/COM-AP

tatives des grandes familles de métiers de la RATP, elles voient émerger, cette année, les thèmes de la sécurité au travail et de l'environnement. Autres tendances fortes, l'intégration de la performance économique qui, sans être systématique, devient plus prégnante, et des projets qui s'appuient sur la coopération entre métiers et sur la transversalité. Onze projets donc, mais surtout onze équipes, car le parti pris de la Journée Implication et Qualité est résolument «le collectif».

Valorisation des hommes et des femmes, présence des équipes sélectionnées l'an passé, partages d'expériences et consultation par le jury des participants de cette année. Ce jury, composé d'une dizaine de membres, dont une personnalité extérieure, s'appuie sur quatre critères – efficacité, esprit client, innovation et implication –, les mêmes que ceux pris en compte par l'Adefipe (Association pour le développement de l'efficacité par l'implication des personnes dans l'entreprise), car l'objectif est également de sélectionner l'équipe qui représentera la RATP les 6, 7 et 8 octobre aux Journées de l'Adefipe.

En attendant de savoir qui succédera à «Couleurs de Flandres», les équipes présenteront leurs «bonnes pratiques», initiatives qui développent la performance de l'entreprise et qui, se multipliant, tendront à devenir une seconde nature.

MICHEL GARRET



Didier Dupuy/PI

8. (MES) Visons la propreté.

9. (EST) Audits croisés.

10. (SIT-M2E-EST) Mise en place d'une charte de câblage.

11. (PIL/Renouveau du métro) Un chantier vert pour préserver l'environnement.



DR



DR



Une réponse à tout ça

Pour répondre aux 6 000 clients qui envoient des courriels chaque mois, l'unité Relation de service du département CML a mis en place Akio Mail Center, qui permet d'apporter des réponses rapides, complètes et conviviales.

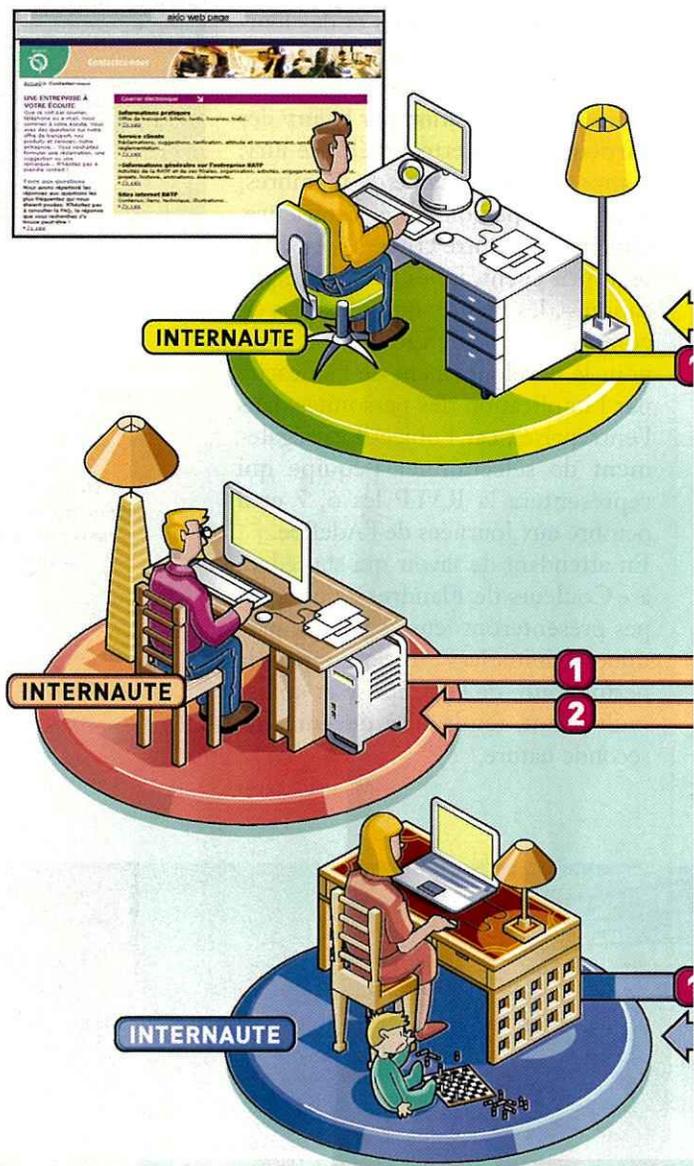
Le nombre sans cesse croissant de courriels reçus a fait prendre conscience à la RATP en 2000 qu'elle devait faire face efficacement à ce type d'échange, en particulier pour les délais. Il fallait dès lors trouver une solution simple et évolutive, permettant de professionnaliser le traitement des courriels.

Mis en service en novembre 2001, Akio Mail Center permet le traitement des courriels par secteur (bus, métro, ressources humaines, RER, CML, médiathèque...). Une base argumentaire enrichie par tous les utilisateurs : l'intelligence artificielle, des accusés de réception automatiques, l'envoi de réponses groupées, un correcteur orthographique sont quelques-unes des nombreuses fonctions qui ont présidé au choix de cet outil.

Les trois grands motifs des demandes sont, dans l'ordre, les réclamations, les demandes d'emploi et les demandes d'information. Les messages sont essentiellement en français, mais la RATP répond également en anglais, espagnol, italien, allemand...

Avec Akio Mail Center, décentralisé au plus près du terrain, l'entreprise est à même d'apprécier la diversité de sa clientèle. Elle peut ainsi personnaliser la réponse apportée, tout en maîtrisant les délais.

FRANCK STEFANOFF



urriel

1 L'INTERNAUTE ÉCRIT À LA RATP

L'internaute qui souhaite envoyer un courriel à la RATP se connecte sur le site ratp.fr. Il clique sur le lien « Contactez-nous » situé en haut à droite de la page d'accueil.

• **L'internaute rédige son courriel**

Sur la page qui s'est ouverte, il sélectionne un sujet, de façon à qualifier sa demande. Puis il remplit les différents champs du formulaire, comme son adresse électronique qui lui permettra de recevoir notre réponse, et nous envoie le formulaire.

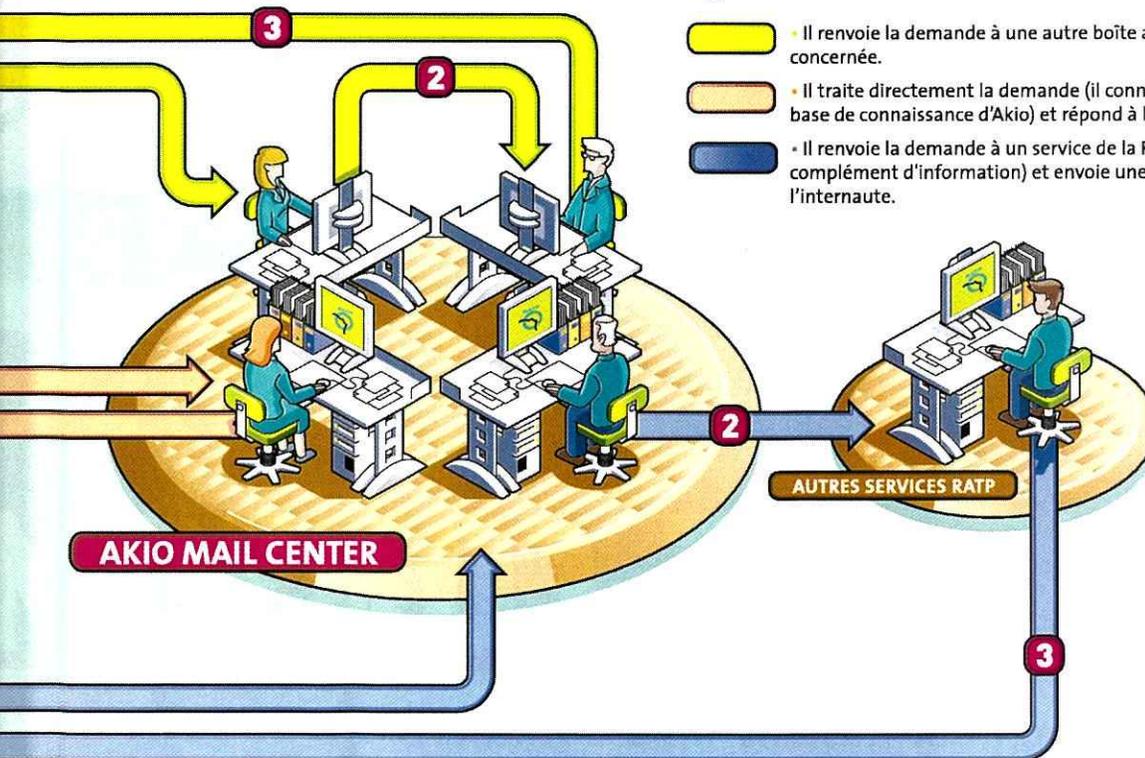
• **Le courriel de l'internaute est distribué**

Akio distribue automatiquement le courriel vers l'une des 23 boîtes aux lettres qui représentent la quasi-totalité de la RATP. Un réseau d'experts (maintenance des lieux, MRB, MRF, Renouveau du métro, ...) complète ce dispositif et permet de répondre à tous les courriels. À l'exploitation, les responsables clientèle de lignes et de centres bus répondent directement à l'internaute.

2 LA RATP RÉPOND À L'INTERNAUTE

Le gestionnaire de la boîte aux lettres Akio traite ses courriels de trois façons.

-  • Il renvoie la demande à une autre boîte aux lettres Akio davantage concernée.
-  • Il traite directement la demande (il connaît la réponse ou utilise la base de connaissance d'Akio) et répond à l'internaute.
-  • Il renvoie la demande à un service de la RATP (pour un complément d'information) et envoie une réponse d'attente à l'internaute.



3 L'INTERNAUTE REÇOIT NOTRE RÉPONSE

L'internaute prend connaissance de la réponse de la RATP, qui lui parvient dans un délai compris entre 2 heures et 5 jours. Tâche titanesque lorsque, certains mois, la RATP reçoit jusqu'à 10 000 courriels !



À L'ÉCOUTE DES ASS DE CONSOM

Précieux relais d'informations, les associations de consommateurs font l'objet d'une réelle attention de la part de la RATP qui a signé, en 1996, un protocole de concertation avec dix-sept d'entre elles. Présentation d'une démarche fondée sur le dialogue et la confiance.



OCIATIONS MATEURS

Dossier

RÉALISÉ PAR SIMONE FEIGNIER,
NADINE GUÉRIN, MICHEL GARRET,
JEAN-PIERRE JOUBERT.

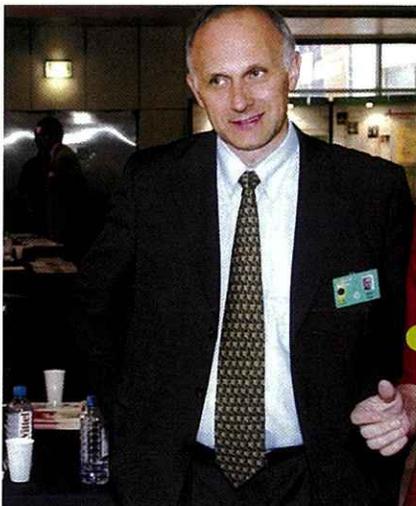
p.14 Un climat de confiance s'est instauré entre la RATP et les associations. Rencontre annuelle avec la présidente.

p.16 Entretiens avec Nadège Lacroix de la RATP et Janine Argudo de l'association Léo-Lagrange.

p.18 Entretien avec Simone Bigorgne, représentante de la Fnaut. Du côté de la SNCF.

Une relation de conf

La concertation permet à la RATP d'expliquer sa politique, mais aussi d'anticiper les attentes des voyageurs. Un patient travail d'écoute et d'information dont chacun ressort gagnant.



Francis Vincent, chargé des relations avec les associations de consommateurs et de la mission Définition de l'offre de service, pôle COS.

Les associations représentent un poids en termes de relais d'informations.



«**D**epuis 1996, date de la signature du protocole de concertation entre la RATP et dix-sept associations de consommateurs agréées par le ministère des Finances membres du Conseil national de la consommation, nous poursuivons une politique riche en termes d'échanges, allant dans le sens d'une même coproduction de notre service», explique Francis Vincent, chargé des relations avec les associations de consommateurs. Une des deux facettes de sa fonction, puisqu'il est également chargé de la Définition de l'offre de service (interface entre le Stif, les attentes clientèle et les exploitations de la RATP). «Vecteurs d'informations et de courants d'opinion de la population d'Ile-de-France, ces associations nous permettent de mieux cibler les nouvelles demandes ou réticences de nos voyageurs. Faire connaître et faire partager nos nouveaux projets de service, nos avancées dans nos grands projets d'entreprise, mais également réfléchir ensemble, anticiper les questions et répondre à leurs attentes sont autant d'objectifs de cette concertation. En effet, ajoute Francis Vincent, faire accepter certaines décisions nécessite de donner un certain nombre d'informations à nos partenaires (notamment, les résultats de nos études marketing), afin qu'ils soient en mesure de comprendre ce qui a soutenu telle ou telle décision. Faire preuve envers eux de considération en leur faisant partager nos problématiques, nos contraintes budgétaires, permet d'établir à terme un climat de confiance et assure

ainsi une relation gagnant-gagnant.» Il s'agit de décliner dans nos relations de travail avec les associations le «Fiable, Facile et Attentionné». La «Fiabilité» doit nous être reconnue par les associations et créer un réel climat de confiance qui rend nos relations constructives en effectuant sans faille le travail prévu pour l'année en cours. Le «Facile» doit être une conséquence d'une bonne organisation de nos réunions, tant sur la tenue des thèmes abordés que des comptes rendus qui sont rédigés où chacun doit pouvoir se reconnaître. L'«Attentionné» doit se concrétiser dans notre attitude constante envers eux, par la disponibilité et la réactivité lorsqu'un problème se pose à eux. Les associations ne sont certes pas des panels représentatifs de la population d'Ile-de-France, mais elles représentent un poids important en termes de forces d'opinion vis-à-vis des médias et de relais d'informations vers nos organismes de tutelle.

«A chaque rencontre, je m'attache à présenter un tour d'actualité au cours duquel sont délivrés les décisions et messages importants de la vie de l'entreprise. De



iance

même, en introduction à chacun des thèmes, je fais présenter – si le thème s'y prête – les principaux résultats d'une étude marketing afin de combattre les éventuels préjugés ou idées reçues.» Le meilleur exemple récent en est l'étude sur les seniors présentée dans la perspective d'un thème 2004 sur une proposition tarifaire à leur destination, et dans laquelle les partenaires de la RATP ont été fort surpris d'apprendre que cette population pouvait se découper en huit catégories bien distinctes, dont les patriarches, les altruistes, les Golden Pappy's...

Par ailleurs, afin de faire évoluer les relations avec les associations de consommateurs, nous nous rapprochons actuellement de l'association France qualité publique pour échanger nos pratiques de concertation avec d'autres grandes entreprises de service public (SNCF, EDF, La Poste...). En matière de qualité de la relation avec nos représentants, il est difficile d'atteindre l'excellence, mais il est important de s'y attacher tout au long du chemin que nous parcourons ensemble.



Anne-Marie Idrac reçoit les

« ambassadeurs »

Lors de la réunion annuelle, en mars dernier, Anne-Marie Idrac se félicitait de la coopération entre la RATP et les associations.

Le mardi 23 mars, Anne-Marie Idrac, recevant les représentants des associations de consommateurs qualifiés d'« ambassadeurs », dans le cadre de la réunion annuelle de bilan de l'année 2003 et des perspectives 2004, se félicitait du travail accompli et souhaitait la poursuite de cette coopération fructueuse. Prenant pour exemple les rencontres « voyageurs-associations » de Gare-de-Lyon au cours de l'année 2003, elle insistait sur la légitimité et « l'ampleur méritée » de ce type d'événement, souhaitant par ailleurs un succès équivalent pour les prochaines « éditions ». Commentant les différents points du bilan 2003 présenté par Francis Vincent, Anne-Marie Idrac rappelait les succès enregistrés, sans omettre les difficultés rencontrées par l'entreprise. À une remarque sur l'accessibilité, la présidente reconnaissait le manque de courage de l'entreprise en la matière et posait ce thème comme priorité 2004. Deux

débats marqueraient également l'année : la continuité du service et la décentralisation avec la nouvelle définition du Stif. En termes de continuité de service, force est de constater l'exemplarité reconnue du dialogue social à la RATP et le modèle qu'il inspire dans la discussion actuelle.

Quant au changement de statut du Stif et son rattachement à la région Ile-de-France, il devait être considéré comme une opportunité heureuse de meilleure adaptation de l'offre à la demande, à l'exemple des TER SNCF, aujourd'hui du ressort des régions. Le parallèle avec les différentes opérations en cours concernant le prolongement ou la création de lignes de tramway pouvait être fait. À titre de conclusion, le souhait était formulé de voir les associations de consommateurs jouer en 2004, par le biais de leurs représentants, le rôle de force de proposition et de relais auprès du Stif.



Les réunions avec les responsables d'associations de consommateurs permettent de « réfléchir ensemble ».

PHOTOS DE JEAN-FRANÇOIS MAUBOUSSIN/GÉRARD DUMAX/COM-AP



« UNE ÉQUIPE FORTE EN THÈMES »

Convocations, réunions, visites, information... Les relations avec les associations nécessitent une solide organisation, clé d'une concertation efficace aux retombées concrètes.

Contrat Stif-RATP, relation de service, Style métro, publicité à la RATP, automatisation de la ligne 1 du métro... Les thèmes de travail retenus pour 2004 entre les associations et la RATP, au nombre d'une vingtaine, ont été approuvés et annoncés par la présidente lors de la rencontre annuelle avec les associations du 23 mars.

« À la suite de cette rencontre, explique Nadège Lacroix, mission Définition de l'offre de service, pôle Commercial, notre équipe prépare les réunions sur les différents thèmes. Nous contactons le(s) intervenant(s) RATP sur chaque sujet et étudions ensemble la meilleure façon de présenter le thème retenu. C'est un travail important mené en amont. »

Vient le moment des convocations envoyées à chacune des dix-sept associations. Selon le thème, les réunions ont lieu en salle – communication voyageurs et information riverains lors des travaux Renouveau du métro – ou des visites sont prévues sur le terrain : usine de construction du MF2000 (Alstom à Crespin, près de Valenciennes), centre bus de Belliard, ateliers MRF de Fontenay ou présen-

tation d'un bus aux couleurs de la Bus attitude dans la gare routière de la gare de Lyon. « Ces relations ne sont pas de pure forme, insiste Nadège Lacroix, et les associations nous font part de leurs remarques et suggestions dont nous sommes soucieux de tenir compte. Elles sont même parfois à l'origine de changements de politique de l'entreprise. Il en fut ainsi de la suppression des sièges sur les quais de station, décidée pour éviter la présence de nombreux SDF. Face au mécontentement et aux demandes insistantes des associations, les quais du métro ont aujourd'hui retrouvé leurs sièges ! »

Conception d'une plaquette

En plus des contacts réguliers, l'équipe édite depuis onze ans *La Lettre aux associations*. Support d'information trimestriel, elle leur donne une information régulière sur les projets mis en œuvre au bénéfice des voyageurs. « Et, cette année, pour la première fois, précise Nadège Lacroix, nous avons conçu une plaquette présentant le bilan de nos activités en 2003, qui matérialise le travail effectué au cours de l'année et fait mieux connaître en interne notre activité. » En 2003, cette concertation s'est renfor-

cée avec l'organisation d'une première journée de rencontre entre associations et voyageurs. Permettant des contacts directs, elle a été très appréciée et sera reconduite en septembre à Auber. « Les relations avec les associations de consommateurs constituent un travail quotidien à mener avec leurs représentants, conclut Nadège Lacroix. Un travail fondé sur une confiance et une estime réciproques. À nous de conserver ces échanges positifs en restant ouverts au dialogue et réactifs face aux demandes des associations de consommateurs. »



Nadège Lacroix, mission Définition de l'offre de service.

JEAN-FRANÇOIS MAUBOUSSIN/COM-AP

► ENTRETIEN AVEC JANINE ARGUDO

« LA RATP M'A ÉPATÉE »

Représentante de l'association Léo-Lagrange, Janine Argudo revient avec enthousiasme sur douze années de travail en commun.

Janine Argudo représente l'association Léo-Lagrange pour la défense des consommateurs depuis la signature de la charte de concertation avec les associations en 1991. À ce titre, elle peut porter un regard sur douze années de travail en commun. Après une première remarque sur les équipes chargées des relations avec les associations qui, « *au fil du temps, ont toujours fait preuve d'ouverture d'esprit, d'attention et de réactivité* », Janine Argudo avoue apprécier cette entreprise, son dynamisme. « *Je suis étonnée de constater à quel point la RATP a évolué et fait d'énormes progrès en termes de qualité des prestations fournies, de sensibilisation de son personnel à l'accueil et de modernisation de ses installations... On peut parler de véritable révolution. Ce n'est plus l'entreprise que j'ai connue au début, elle a su s'adapter à l'évolution de l'environnement, être très réactive et attentive aux besoins exprimés par ses clients.* »

Aucune fausse note

Parmi les nombreux dossiers traités, Janine Argudo évoque la certification où la RATP a été pionnière en Europe. « *Elle m'a étonnée, car c'est un domaine exigeant qui demande une grande mobilisation du personnel et de l'encadrement.* » Autre dossier « *sur lequel nous avons des craintes, l'euro. Nous avons été associés dès le début et régulièrement informés. Il n'y a eu aucune fausse note alors que le nombre de points de vente de l'entreprise pouvait laisser craindre le pire.* » Si la sécurité fait aussi partie des thèmes étudiés de façon positive, subsiste un point de désaccord avec la plupart des associations. Il porte sur la prise en compte par le médiateur de la RATP des conséquences des conflits sociaux pour les voyageurs :

« *Nous aurions souhaité que l'entreprise prenne ses responsabilités dans ce domaine. Cela n'a pas été le cas et nous le regrettons. Espérons que la question pourra être à nouveau rapidement évoquée!* »



DR

De l'ADEIC à l'UNAF

NOM	COORDONNÉES
■ ADEIC	► 3, rue de La Rochefoucauld, 75009 Paris Tél. : 01 44 53 73 93
■ AFOC	► 141, avenue du Maine, 75014 Paris Tél. : 01 40 52 85 85
■ ALLDC	► 153, avenue Jean-Lolive, 93695 Pantin Cedex Tél. : 01 48 10 65 65
■ ASSECO-CFDT	► 4, bd de la Villette, 75955 Paris Cedex 19 Tél. : 01 42 03 83 50
■ CGL	► 6-8, villa Gagliardini, 75020 Paris Tél. : 01 40 31 90 22
■ CLCV	► 13, rue Niépce, 75014 Paris Tél. : 01 56 54 32 10
■ CNAFAL	► 108, avenue Ledru-Rollin, 75011 Paris Tél. : 01 47 00 03 80
■ CNAFC	► 28, place Saint-Georges, 75009 Paris Tél. : 01 48 78 81 61
■ CNL	► 8, rue Mériel, 93104 Montreuil Cedex Tél. : 01 48 57 04 64
■ CSF	► 53, rue Riquet, 75019 Paris Tél. : 01 44 89 86 80
■ FAM. DE FRANCE	► 28, place Saint-Georges, 75009 Paris Tél. : 01 44 53 45 90
■ FAM. RURALES	► 7, cité d'Antin, 75009 Paris Tél. : 01 44 91 88 88
■ FNAUT	► 32, rue Raymond-Losserand, 75014 Paris Tél. : 01 43 35 02 83
■ INDECOSA-CGT	► 263, rue de Paris, 93516 Montreuil Cedex Tél. : 01 48 18 84 26
■ ORGECO	► 16, avenue du Château, 94300 Vincennes Tél. : 01 49 57 93 00
■ UFCS	► 6, rue Béranger, 75003 Paris Tél. : 01 44 54 50 54
■ UNAF	► 28, place Saint-Georges, 75009 Paris Tél. : 01 49 95 36 00

► ENTRETIEN AVEC SIMONE BIGORGNE

La Fnaut, priorité aux transports en commun

Désireuse de privilégier le développement des transports en commun, la Fnaut a toujours entretenu de bonnes relations avec la RATP.

Créée en 1978 afin de regrouper des associations et fédérations qui militaient pour une priorité des transports en commun, la Fnaut (Fédération nationale des associations d'usagers des transports) compte aujourd'hui environ cent cinquante associations adhérentes au

niveau national, dont une vingtaine en Ile-de-France. Dès 1974, mais sous un autre nom, cette organisation s'était fait connaître pour ce qui reste son fait d'armes : la lutte durant quatre ans contre la radiale Vercingétorix, ce prolongement de l'A10 qui devait aboutir à... Montparnasse. « C'est un peu notre acte fondateur », concède Simone Bigorgne, secrétaire générale de la Fnaut. Depuis, cette fédération poursuit son travail de lobbying auprès des instances représentatives, autorités organisatrices, presse. Les objectifs sont d'« inverser les priorités », d'augmenter les crédits en faveur du développement des transports en commun, de favoriser le rail plutôt que la route, « ce qu'on appelle aujourd'hui le développement durable », confie-t-elle. Sans oublier le travail au quotidien avec les entreprises directement concernées, SNCF ou RATP, avec un thème de prédilection : la qualité de service.

« Nous avons toujours eu de bonnes relations avec la RATP, une bonne écoute », précise Simone Bigorgne. Au-delà des réunions mensuelles, la Fnaut Ile-de-France a, depuis 1988, un de ses membres représentant des usagers au conseil d'administration de la RATP.

Des échanges positifs

En ce qui concerne l'actualité, les grands chantiers sont le tramway des Maréchaux ou le Mobilien. Sans oublier le dossier « témoins RATP » qui, depuis quatre ans, permet à de nombreux adhérents de transmettre à la RATP, via la Fnaut Ile-de-France, des expériences vécues sur le temps de transport. Ces échanges sont pour la RATP une occasion supplémentaire de garder le contact avec ses clients et d'améliorer son service. Des relations régulières qui contribuent concrètement à la compréhension et au respect mutuels.



JEAN-FRANÇOIS MAUBOUSSIN/COM-AP

Premier rendez-vous avec les voyageurs



CÉCILE DUMAX/COM-AP

18 septembre 2003, Semaine européenne de la mobilité et du transport public : pour la première fois, la RATP organise une rencontre entre ses voyageurs et les dix-sept associations de consommateurs signataires du protocole de concertation, dans la salle d'échanges du RER-Gare-de-Lyon. Les stands d'information mis à leur disposition ont permis aux associations de se faire connaître et les échanges ont porté, au-delà du domaine du transport, sur de multiples aspects de la vie quotidienne. Une rencontre appréciée de tous et qui se renouvellera en septembre 2004, toujours à l'occasion de la Semaine européenne de la mobilité et des transports, dans la salle d'échanges de la gare Auber du RER.



Dans les coulisses de la SNCF

Deux fois par an, la SNCF rencontre les associations autour des thèmes les plus variés. Mais c'est toute l'année qu'elle s'attache à les informer.

Transilien, TER, fret, grandes lignes, tous les sujets relatifs à la stratégie de la SNCF intéressent les associations nationales de consommateurs. Depuis 1990, un protocole, réactualisé en 2001, fixe les modalités de la concertation avec les dix-sept associations signataires. Leur rencontre deux fois par an, au sein d'un conseil consultatif placé sous la présidence de Louis Gallois permet d'étudier le bilan de l'année écoulée, les travaux de groupe ou encore le rapport du médiateur. Hormis ces réunions « institutionnel-

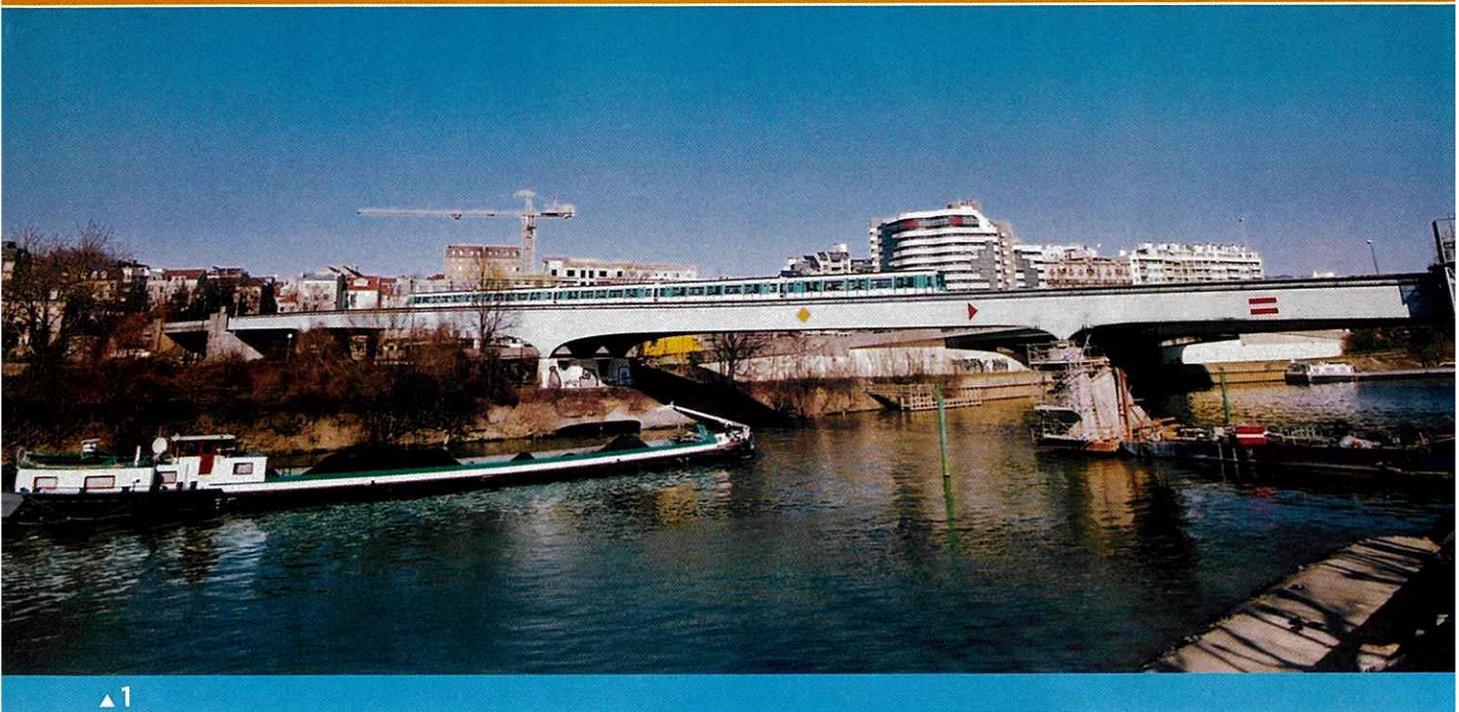
les », un calendrier semestriel est élaboré en commun, précisant dates, lieux et thèmes des groupes de travail. Information en situation perturbée, évolution des services clientèle ou engagement horaire garanti, figurent parmi ceux récemment abordés. Des déplacements sur le terrain – les vingt-trois régions couvertes par le réseau ferré – sont également prévus et organisés en concertation avec le directeur délégué voyageurs régional et les correspondants des associations. « Nos relations ne se limitent pas à ces rendez-vous formels, explique Brigitte

Rigaud, chargée de mission à la SNCF, elles sont constantes (traitement de dossiers d'après-vente, réponse à des questions ponctuelles). Nous leur adressons aussi bien notre presse interne, Les Infos, Temps réel, que les communiqués de presse ou les documents commerciaux à l'usage du public auxquels elles ont pu apporter leur contribution. Elles apprécient ainsi de connaître les "coulisses de l'entreprise". »

Qu'il s'agisse du projet du TGV Est, du fret, du développement du transport combiné rail-route ou de la mise en œuvre du droit des voyageurs au niveau européen, c'est de l'avenir de l'entreprise et de ses agents dont il est régulièrement question. Même si tous les dossiers ne se prêtent pas à la concertation.

Appuis bétons pour le pont de Charenton

Le pont de Charenton permet à la ligne 8 et à l'autoroute A4 de franchir la Marne. Pour ses 36 ans, il s'est offert des appareils d'appui tout neufs.



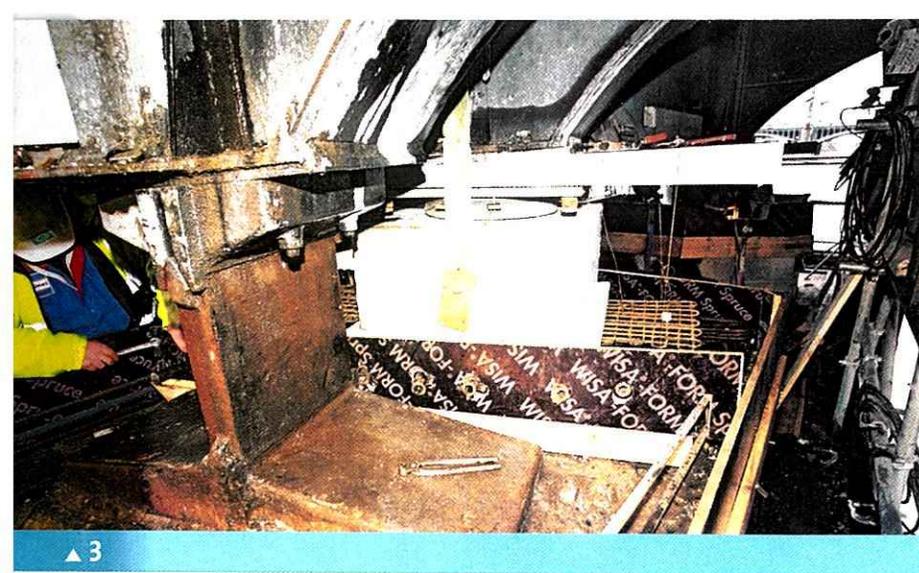
▲ 1

1 Les travaux ont porté sur les deux culées de pont (supportant l'extrémité d'un pont) et les deux piles (massif de maçonnerie soutenant les arches d'un pont) intermédiaires, un sur la Marne et un en milieu d'autoroute. Le pont étant composé de deux tabliers indépendants, les travaux ont été effectués séparément.



▲ 2

2 Mars 2003. Première intervention sur la pile située sur le terre-plein central de l'autoroute. Le pont soulevé (environ 6 mm) repose sur la palée provisoire (établiement lourd de 55 tonnes environ). Les travaux ont nécessité un accompagnement de la Direction départementale de l'équipement (DDE 94) pour la protection du chantier (déplacement des voies, construction d'une murette en béton armé, balisages etc.).

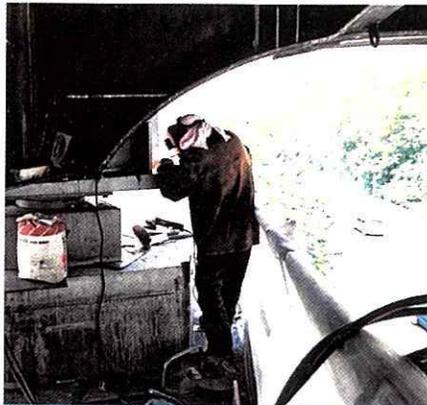


▲ 3

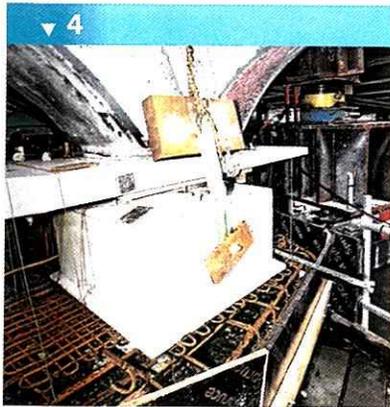
3 Au premier plan, l'ancien appareil d'appui à balancier. Une fois démonté et déposé, celui-ci est remplacé par le nouvel appui à pot à l'arrière-plan comportant une innovation importante : la platine biaise. Cette « planche » horizontale que l'on distingue entre l'appareil d'appui et le pont va permettre par sa mise en place d'éviter l'utilisation de l'étaieimement provisoire lourd (photo 2) lors de futurs vérinages.

4 Gros plan sur l'appareil d'appui et sur le ferrailage (armature dans le béton armé). En arrière-plan, le système de vérinage utilisé pour soulever le pont. À chaque passage de train, la partie supérieure de l'appareil d'appui se déplace de 8 mm environ dans le sens longitudinal.

5 Soudure des raidisseurs de la platine biaise.

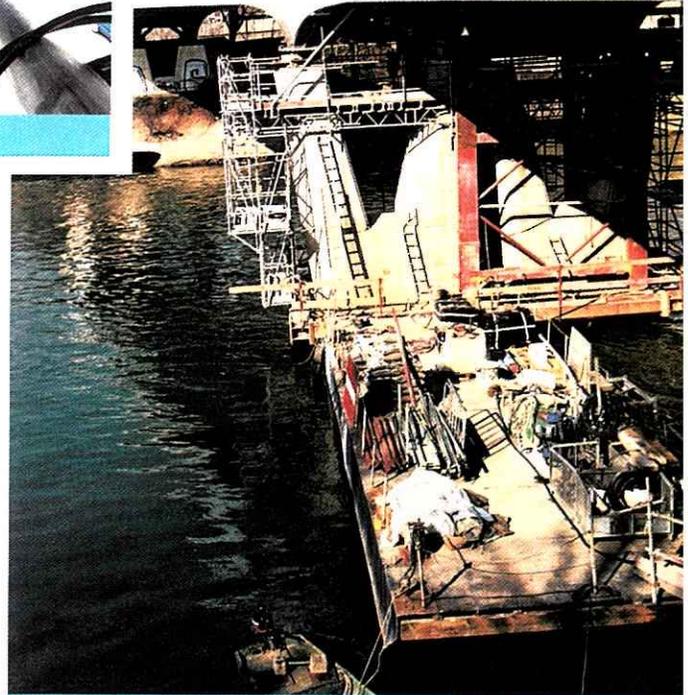


▲ 5



▼ 4

6 Travaux sur la pile sur Marne dont la semelle se trouve à 4 mètres sous le niveau d'eau normal. Une barge a été nécessaire pour accéder au chantier. L'intervention sur cette pile a été faite en collaboration avec le Service de la navigation de la Seine (SNS).



▲ 6



7

7 Les travaux terminés, le pont est remis sur ses appuis définitifs et retrouve une seconde jeunesse, trente-six ans après sa construction.

LAURENT MONTIER



C'est le printemps, si on faisait du sport ? Roue libre – le service vélo de l'entreprise – propose aux Franciliens des balades thématiques, culturelles et musclées.

ROULER VERS LE PRINTEMPS

Les adeptes de la petite reine en Île-de-France ont désormais le choix du roi. En effet, Roue libre, le service de location de vélos de l'entreprise, propose un grand nombre de circuits culturels qui peuvent être programmés sur demande à partir de six personnes (au minimum). L'occasion de sortir en famille ou entre amis et de partir à la découverte du patrimoine naturel, culturel ou historique de la région. Les guides très calés livrent

les belles histoires des lieux et des anecdotes. Pour explorer le Paris romanesque, Roue libre propose la « Balade du Paris romantique ».

À la découverte d'un patrimoine incroyable

Un parcours imaginé autour des rues et des places portant le nom de personnages, de lieux ou d'auteurs de romans. Une visite de trois heures qui permet de poser

un autre regard sur l'île Saint-Louis, la place du Marché Sainte-Catherine ou encore le musée de la Vie romantique (rue Chaptal). Les férus d'architecture et de design se tourneront vers « Le Paris des grands architectes ». Ici, on traverse la Seine pour décrypter les trésors de la rive gauche. Une remontée dans le temps à travers l'architecture contemporaine avec la BNF (Bibliothèque Nationale de France), la place de la Catalogne (quartier Montparnasse),

Roue libre à l'école

Apprendre aux enfants les réflexes à adopter pour se déplacer en vélo sans risque dans la circulation ? Transmettre le plaisir de pratiquer ce sport en toute sécurité ? C'est l'objectif que s'est fixé Roue libre. Le service vélo de l'entreprise dispense des formations en établissements scolaires qui se composent de trois modules selon le niveau des élèves : apprentissage de base du déplacement à bicyclette (sur site protégé), initiation à la conduite du vélo dans la circulation (sortie pédagogique en groupe) et maîtrise du vélo dans la circulation (sortie en groupe réduit et exercices individuels).

Pour plus d'infos : contacter la Maison Roue libre des bords de Marne par mail rouelibre.marne@online.fr ou par fax au 01 48 15 28 87.

Roue libre offre des escapades champêtres sur les bords de Marne dans des endroits totalement sauvages et méconnus...

patrimoine naturel et culturel de la région : monuments historiques, jardins, parcs naturels, promenades au fil de l'eau... Les gens viennent en famille surtout le week-end», explique le responsable de la Maison Roue libre des Halles. De nombreux autres parcours culturels sont au programme. On citera notamment « Les places cachées », visites insolites et secrètes pour découvrir les places méconnues de Paris. La Maison Roue libre des bords de Marne propose également des promenades « longue durée » comme la balade « Chocolat » vers Noisiel. Des escapades champêtres de 18 km à 20 km qui passent dans des endroits sauvages sur les bords de Marne.

Des sorties accessibles à toutes les bourses

Au final, Roue libre offre un large choix de balades qui permettent de flâner dans des quartiers étonnants ou de suivre les traces de personnages illustres. Des sorties aussi ludiques que sportives qui restent accessibles à toutes les bourses. Comptez 25 € pour un adulte, et 15 € pour un enfant (moins de 12 ans). Les tarifs

comprennent la location du vélo, le guide, l'assurance et l'assistance. À chacun maintenant d'opter pour son tandem gagnant...

YAN RODRIGUEZ

Pour en savoir plus : www.rouelibre.fr /Maison Roue libre au 1, passage Mondétour (Forum des Halles) ouvert 7 jours/7, toute l'année de 9 heures à 19 heures. Renseignements par téléphone au 08 10 44 15 34.

l'École Militaire et bien d'autres monuments qui font de la Ville lumière une capitale architecturale reconnue dans le monde entier. Pour les oiseaux de nuit, « Paris nocturne » offre la visite des édifices illuminés de la capitale. « Nous proposons des balades guidées qui invitent les Franciliens à découvrir l'incroyable



PHOTOS DE BERTRAND CHABROL/COM-AP



Les clés de la nouvelle numérotation

Le changement de numérotation téléphonique, mené par les départements Patrimoine et SIT, se met en place progressivement et devrait être terminé fin 2004. De nouveaux numéros qui répondent à un découpage fonctionnel.

ABONNÉS POUVANT ÊTRE JOINTS PAR L'EXTÉRIEUR AVEC UN NUMÉRO À 10 CHIFFRES

■ **GRÂCE À LA NOUVELLE NUMÉROTATION**, les correspondants extérieurs pourront joindre la RATP, soit 30 000 abonnés, avec un numéro à l'indicatif unique **01 587** suivi de **6, 7** ou **8**, puis de deux chiffres attribués en fonction du site géographique.

- **EXEMPLES** : Toul **01 587 6 25 xx**
Jules Vallès **01 587 7 40 xx**
Stalingrad **01 587 8 53 xx**

■ CENTRES BUS :

Les numéros **01 587 6** ou **01 587 7** ou **01 587 8** attribués selon la même règle du secteur géographique, se terminent, selon la fonction, par :

- **00** pour le gardien du centre
- **01** pour le directeur du centre
- **02** pour le responsable maintenance
- **03** pour le responsable ressources humaines
- **04** pour l'assistant du directeur
- **05** fax directeur
- **06** feuilleliste
- **07** responsable transport

- **EXEMPLES** ➤ Centre bus de Charlebourg, directeur **01 58 78 43 01**
- Centre bus de Saint-Denis, gardien **01 58 76 11 00**

NUMÉROS INTERNES, À 5 CHIFFRES, NON ACCESSIBLES DE L'EXTÉRIEUR

■ La répartition fonctionnelle des nouveaux numéros facilite l'utilisation du téléphone par l'exploitation.

■ RER ET TRAMWAY :

Les numéros de téléphone internes commencent par **2**, auquel s'ajoutent deux chiffres : **2 15** pour la ligne B ou **2 16** pour la ligne A, suivis de deux chiffres représentant le numéro de la station.

- **EXEMPLES** : **2 15 12** bureau de vente de Bourg-la-Reine
2 16 06 bureau de vente de Rueil-Malmaison

■ MÉTRO :

Les numéros commencent par **3**, suivi de deux chiffres représentant le numéro de la ligne (de **01** pour la ligne 1 à **14** pour la ligne 14), suivis de deux chiffres en fonction du numéro de la station.

- **EXEMPLE** : **3 10 19** métro, ligne 10, recette de Maubert-Mutualité.

■ LES NUMÉROS D'URGENCE :

Pompiers, permanence sécurité : **PC 2000**, police, permanence générale des réseaux... commenceront par **1** suivi de deux chiffres.

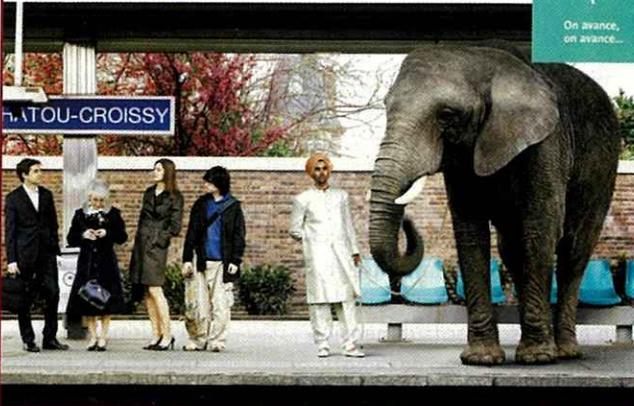
- **EXEMPLE** : **PC 2000** ➤ **1 05**

➔ EN 2004, 97% DES BUS ÉCOLOGIQUES



Rue de Rivoli, 5 heures du matin, circulation bloquée, 40 m² de gazon, une nacelle et douze personnes... Le respect de l'environnement, ça se mérite.

➔ RER A : DES TRAINS À DEUX ÉTAGES PLUS SOUVENT



Un éléphant sur le réseau ? Ne vous y trompez pas, le bel animal a été épargné et photographié dans un cirque. Puis rajouté sur la vraie photo cette fois de la gare RER de Chatou-Croissy avec un mannequin indien et le tour est joué.

➔ 225 STATIONS RÉNOVÉES D'ICI 2005



Intérieur nuit. Eclairage du quai au néon. Clichés réalisés à... Chemin-Vert. La plaque de la station Pont-Neuf légèrement remaniée pour la circonstance. Et, une fois n'est pas coutume, un Renouveau du métro virtuel.

➔ UN BUS NEUF PAR JOUR



Un vrai carton photographié sur site à Vélizy, agrandi ensuite par ordinateur. Un bus dessiné à partir d'un vrai plan. Emballé... et emballant.

LA PREUVE PAR QUATRE

Quatre visuels, quatre preuves d'actions développées par la RATP pour un service plus fiable, plus facile, plus attentionné. Avec cette campagne publicitaire, la RATP reprend la parole après avoir confié son budget de communication à l'agence FCB (en charge notamment des budgets Monoprix et Crédit agricole). Ce discours, qui s'inscrit dans

la nouvelle stratégie de communication, marque une rupture avec les précédentes campagnes. Un traité des images volontairement réaliste, des visuels qui illustrent très concrètement les bénéfices voyageurs. Respect de l'environnement, renouvellement du parc de bus, rénovation des stations, amélioration de l'offre de transport, autant de preuves qui ancrent cette première vague dans la réalité.

Nouveau discours mais également nouvelle signature « *On avance, on avance...* », qui exprime une posture humble, et démontre l'engagement de la RATP pour améliorer le quotidien de ses voyageurs. Cette campagne, lancée le 26 avril, a pu être réalisée grâce aux agents qui en ont facilité l'organisation. Elle est également déclinée en presse et en radio.

UN NOUVEAU LOGO POUR LA FONDATION D'ENTREPRISE RATP POUR LA CITOYENNETÉ

F comme Fondation... Une lettre et un lien graphique qui associent la RATP à la fondation. Cette création s'appuie sur un univers spécifique de couleurs : l'alliance du bleu moyen et de l'orange qui traduit bien les valeurs de la fondation en apportant du dynamisme sans agressivité, et une certaine chaleur bien en phase avec la dimension de solidarité. Le logo de la RATP

posé d'entrée illustre bien le fait que la fondation, bien qu'autonome sur les plans juridique et financier, est le prolongement de l'entreprise vers le monde associatif, et que son action est naturellement liée à la politique globale de prévention. Un logo qui devrait permettre à la fondation d'affirmer sa place et son rôle de partenaire des projets qu'elle soutient.



DR

POUR UNE BONNE TENUE DES CHANTIERS



BRUNO MARGUERITE/COM-AP

Pour la dixième année consécutive, la RATP a organisé, le 24 mars, à la Maison de la RATP, une cérémonie de remise des distinctions pour la « Bonne tenue des chantiers ». Ces distinctions « Chantiers pilotes RATP 2004 » récompensent les entreprises et les Unités de l'entreprise qui ont le mieux respecté ou fait respecter durant l'année 2003 le protocole pour la « Bonne tenue des chantiers » situés dans les espaces fréquentés par ses voyageurs. Cette année, 19 entreprises et sept unités de la RATP ont été récompensées, pour avoir exécuté leurs travaux avec le souci constant de l'environnement des voyageurs, conformément à un certain nombre de critères tels que la clôture des chantiers, la durée des emprises, le marquage et l'identification du matériel ou encore la propreté et la sécurité des lieux.

APPEL À CANDIDATURES

En partenariat avec l'Éducation nationale, l'unité Formation du département Environnement et Sécurité assure une formation en vue de la préparation du brevet professionnel d'agent technique de sécurité dans les transports. Cette formation s'adresse tant à des agents volontaires de la RATP qu'à des salariés d'autres entreprises en congé individuel de formation. Pour se présenter à l'examen, les candidats doivent totaliser :

- 5 ans d'expérience dans le secteur professionnel au moment de l'examen,

- 2 ans d'expérience pour les candidats titulaires d'un diplôme professionnel ou technologique de niveau 4, d'un CAP ou BP d'agent technique de prévention et de sécurité, ou du certificat d'agent cynophile de sécurité.

La prochaine session se déroulera entre novembre 2004 et mars 2005. Cette formation permet d'obtenir un diplôme de niveau 4 de l'Éducation nationale, soit un niveau équivalent au baccalauréat. Pour tous renseignements ou inscriptions, s'adresser à Béatrice Dupuy, coordinatrice du projet à

l'Éducation nationale, au 01 44 62 10 16
ou b.dupuy.mfc@wanadoo.fr



BERTRAND CHABROL/COM-AP



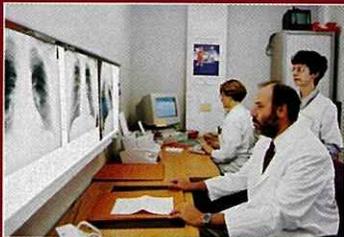
DENIS SUTTON/COM-AP

REGARDS CROISÉS SUR BARBÈS

Afin d'accompagner la remise en service de la station, le quartier Barbès s'offre aux regards de trois artistes photographes. Cette exposition, réalisée sur le principe de la multiethnicité du lieu et la complémentarité des regards, se concrétise par de grandes bâches suspendues sous le viaduc de la station. Premier regard, celui du Sénégalais Amadou Gaye avec 14 portraits de familles du quartier. Lui succèdent, en mai et juin, Cécile Paris, avec un travail sur les architectures, puis, durant l'été, Bruno Boudjelal, dont les clichés s'inspirent de situations urbaines.

LA MÉDECINE DE SOINS SE CERTIFIE

BERTRAND CHABROL/COM-AP

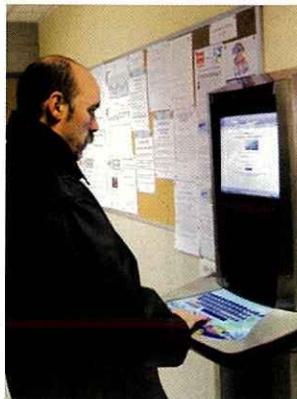


Depuis le 5 février 2004, le service d'imagerie médicale de la RATP (sites de Lachambeaudie et Championnet) est certifié selon la norme ISO 9001/2000. Cette certification couvre l'ensemble des activités du service : recueil des souhaits des patients et des médecins prescripteurs, accueil, prise en charge globale, compte

rendu et remise des résultats, réduction des délais de rendez-vous, adaptation des horaires de consultation. La démarche, animée par le responsable qualité, a permis à l'ensemble du personnel – radiologues, manipulateurs, secrétaires médicales, responsable ressources humaines, acheteur – de mettre en place un plan d'action qui concourt à améliorer le service global rendu au patient.

MALAKOFF : ÉCHANGES EN LIGNE

www.ratp-bus-malakoff.com : une adresse qui permet aux machinistes, depuis le début du mois d'avril, d'échanger leur service par la mise en relation sur le site internet du centre. Cette initiative locale a pour objectif principal de faciliter la mise en relation des agents. Pour être valide, l'échange doit être signé par les deux intéressés et transmis au gestionnaire du personnel pour vérification et enregistrement. Plus de 200 personnes en moyenne, du lundi au dimanche, consultent le site, avec pour principaux centres d'intérêt les comptes de temps et les services. Précurseur dans ce domaine, Malakoff sera sans nul doute suivi par ses pairs.



DR

PROJET DES HALLES

Le Forum-des-Halles et ses alentours seront profondément restructurés. Si le choix final de la commission d'appel d'offres de Paris est rendu public fin juin. Les quatre projets en compétition sont présentés, et soumis aux critiques ou suggestions des quelque 8000 riverains et des milliers de voyageurs avec l'expo « Paris : 4 projets pour le réaménagement du quartier des Halles ». En accès libre, jusqu'au 30 juin à l'ex-Maison des associations, dans la Grande Galerie du Forum-des-Halles, Niveau - 3, les mardi, jeudi et vendredi de 12 h à 19 h et les mercredi et samedi de 10 h à 19 h. Pour en savoir plus :

WWW.PROJETLESHALLES.COM

SYSTRA EN ARABIE SAOUDITE

Le 10 mars, le groupe Systra a été retenu par le ministère des Finances saoudien pour réaliser les études du « North-South Railway Project », projet de ligne ferroviaire qui permettra dans un premier temps de relier le nord de l'Arabie à Riyad, puis Damman à Ras Azur sur le golfe Persique. Le projet consiste principalement en la création de lignes nouvelles d'environ 1 800 km à connecter aux 430 km déjà en service, plus, en option, un prolongement de 275 km vers la Jordanie.

Brèves

BUS ATTITUDE SUR LE TERRAIN DU FOOT

L'esprit Bus attitude s'invite dans l'univers du foot, constatation ayant été faite que l'utilisation des transports en commun nécessite, comme le sport, de la civilité, de la discipline et de la convivialité. C'est ainsi que machinistes et contrôleurs de Bus s'intègrent à des séances d'entraînement de clubs de foot desservis par les lignes de leur centre. Pour inciter les jeunes à respecter leurs moyens de transport comme ils respectent les règles de leurs clubs, entraîneurs et arbitres. Le programme des rencontres : après Saint-Denis et Vitry, 12 mai, quais de Seine ; 19 mai, Pleyel ; 26 mai, Flandre et 9 juin, Charlebourg.

ÇA TOURNE

La RATP inspire encore le grand écran : pour son prochain film *Un long dimanche de fiançailles*, Jean-Pierre Jeunet a reconstitué une place de l'Opéra des années 20, sur laquelle circulent des bus H de 1916 et PN de 1927. Un décor qu'a pu admirer Audrey Tautou, de nouveau associée au réalisateur d'Amélie Poulain. Sortie prévue fin 2004.



DR

DES BOUTIQUES EN RELAIS



JEAN-FRANÇOIS MAUBOUSSIN/COM-AP

La RATP et la société Relais H viennent de passer un accord permettant de vendre en province les carnets de métro plein tarif et demi-tarif dans les points de vente sous enseigne Relay. L'accord concerne, dans un premier temps, plus de 90 gares réparties dans toute la France auxquelles pourraient s'ajouter ultérieurement certains aéroports de province. La vente des titres de transport RATP sur les points de vente de province permet ainsi aux voyageurs de gagner du temps. Ces titres étaient autrefois vendus aux guichets de la SNCF.

L'AUDONNIENNE

Une nouvelle ligne de bus, le 537, inaugurée le 7 avril et baptisée « L'Audonienne », relie différents quartiers de Saint-Ouen au centre-ville ainsi qu'aux zones commerciales. Ce service urbain est assuré par trois minibus de type Mercedes Sprinter, d'une capacité de 23 places et fonctionne tous les jours, y compris le dimanche. Son financement est garanti par le Stif et la commune dont la contribution s'élève à 39,5 % du coût. « L'Audonienne » succède en fait au « Tuso », service urbain créé en 1983 qui ne correspondait plus à la demande des habitants de quartiers ayant beaucoup évolué en dix ans.



GILLES ALLIGON

OTHONIEL DANS LA VILLE ROSE



© MAX

Après avoir conquis les Parisiens en 2000 (à l'occasion du centenaire du métro parisien) avec son Kiosque des Noctambules, œuvre d'art bouche de métro à la station Palais-Royal-Musée-du-Louvre, l'artiste Jean-Michel Othoniel a été invité par les transports toulousains à réfléchir à un projet artistique dans le cadre du prolongement de la ligne A du métro de la Ville rose. C'est au terminus Balma-Gramont que les voyageurs toulousains peuvent désormais découvrir une œuvre faite de verre coloré. À noter également que deux autres artistes, Damlen Cabanes et Jacques Vieille, sont intervenus respectivement aux stations Roseraie et Argoulets.

ACCOMPAGNER LA BUS ATTITUDE



Rappeler les règles du « savoir voyager », expliquer la démarche de l'entreprise, en étant intégré au sein d'une équipe en ligne pour la durée d'un service, matin ou après-midi, c'est le nouvel appel lancé par l'équipe Projet aux agents des services centraux pour accompagner le déploiement de Bus attitude sur Paris et les quatre secteurs de banlieue. Lors du lancement de l'opération sur les premières lignes du secteur nord-ouest, cette présence avait été particulièrement appréciée des machinistes et des voyageurs. Les périodes à retenir sont : du 10 au 14 mai, du 31 mai au 4 juin, du 28 juin au 2 juillet. Pour plus de renseignements et inscriptions, contacter par mail Sylvie Brague-Landié, Patrick Hervouet ou Célia Guiot.

LA 8 IRA À CRÉTEIL PARC-DES-SPORTS

Le prolongement de la ligne 8 inscrit au contrat de plan État-Région prend forme. L'enquête préalable à la déclaration d'utilité publique a lieu du 3 mai au 5 juin à Créteil et Valenton. La ligne 8 sera prolongée de Créteil-Préfecture à Créteil-Parc-des-Sports.



L'ARRIVÉE DES NTIC DANS LA CERTIFICATION

Deux jours suffisent désormais, en lieu et place de semaines, pour faire remonter aux centres Bus les dysfonctionnements qualité repérés sur le terrain. En effet, **des assistants numériques personnels (type PDA)** légers, résistants au choc – de nombreuses prises de données se font dans les bus pendant la marche – et faciles à utiliser, même avec une seule main de libre, remplacent les fiches de relevés auparavant nécessaires. Selon François Clément, pilote du projet au pôle MSC Bus (Marché et Service aux clients), ces nouveaux outils donnent une image plus valorisante du travail de l'enquêteur qualité, mais surtout permettent d'avoir une plus grande réactivité.



Brèves

VIENT DE PARAÎTRE

• *Météor, les métamorphoses du métro*

Cet ouvrage d'Isaac Joseph montre que Météor n'est pas seulement un métro automatique, mais c'est aussi une nouvelle relation de service médiatisée par des espaces et des techniques. De plus, Météor offre une capacité de travail en équipe que l'on ne retrouve pas sur les autres lignes. Isaac Joseph, disparu subitement alors que son livre était sous presse, au début de cette année, était professeur de sociologie à Paris X -Nanterre, détaché auprès de la RATP en tant que chercheur associé. *Météor, les métamorphoses du métro*. Collection Études sociologiques - Economica.

• *Mobilités urbaines, éloge de la diversité et devoir d'invention*

Comment penser et organiser les transports dans des villes où les gens bougent de plus en plus ? Georges Amar, responsable de l'unité Prospective au département Développement et action territoriale, est allé voir comment, ailleurs, on pense les mobilités urbaines et comment on explore de nouvelles démarches. Exemples en Chine, Californie, Chili... *Mobilités urbaines*, éditions de l'Aube, diffusion Seuil.

LE NOUVEAU MÉMENTO EST ARRIVÉ

La version 2004 du *Mémento du management de projet RATP* vient de paraître. Ce document constitue la première étape de la mise à jour du guide du même nom. Élaboré en concertation avec l'ensemble des Départements, il vise à clarifier la cohérence des modalités du management de projet. Ce *Mémento* sera distribué dans le courant du mois d'avril à tous les contributeurs des projets de la RATP, soit environ 3 000 personnes.



En proie à la passion

Rendez-vous est pris au domicile, « ce sera mieux », avait proposé Patrice Pellé, machiniste au centre bus de Créteil. Le cadre est personnalisé et l'accueil également : chien de chasse dès l'entrée, puis, dans la salle, deux furets – apprivoisés – et une chouette. Une des plus petites du monde, cent grammes et des courbettes en signe de reconnaissance à son maître. Au mur, lithographies, photos, diplômes, et saint Bavon, patron des fauconniers qui semble veiller sur la maison. Car, voilà le vrai sujet, la passion qui dévore : le faucon. Plus précisément l'autour des palombes, un rapace entre l'aigle et le faucon. Nom : Kelly. Mensurations : 1,30 mètre d'envergure pour 1,3 kg. Proies : lapins, faisans, poules d'eau, conservés pour la plupart au congélateur afin de nourrir l'animal. « C'est son butin », précise Patrice Pellé. Un prédateur de choix donc, un athlète de haut niveau qui doit suivre un entraînement très pointu – de trois à cinq heures par jour – et dont le poids est quotidiennement suivi en période de chasse. Car la fauconnerie, c'est avant tout la chasse, « la chasse sans arme », souligne Patrice Pellé, qui poursuit : « Ce n'est pas une mode, c'est un art. » Un art très réglementé (permis de chasse, assurance, autorisation de détention...) avec ses périodes d'ouverture – du 28 septembre au 28 février – comme pour la chasse au fusil. Mais la comparaison s'arrête là. Car pour les deux cents autoursiers (possesseurs d'un autour) recensés en France, ce qui prédomine, c'est l'animal, la prédation. Loin du bruit des fusils, Patrice Pellé revendique une différence cultivée depuis l'âge de 16 ans : la découverte de la nature, l'impression d'être dans un autre monde et une attirance pour ces prédateurs qui « chassent pour se nourrir ». La suite, c'est la cooptation – obligatoire pour posséder un rapace – et un loisir devenu fascination au point de rythmer la vie de famille et les vacances prises l'hiver... pour la chasse. Reste quand même, entre deux émissions de télévision, le temps de faire partager sa passion à ses collègues lors de parties de campagne ou d'expositions qu'il organise dans le cadre des « portes ouvertes » de son centre bus. Un temps qui, l'hiver venu, se fait plus rare, quand les furets, le chien, et Kelly qui attend patiemment dans sa volière, reprennent le chemin de la chasse.

Zazie s'écoute dans le métro

Les éditions Gallimard se lancent dans une nouvelle aventure : le livre audio. Avec sa collection « Écoutez lire », l'éditeur français fait la part belle aux grands classiques de la littérature mondiale. Parmi les titres proposés, on y trouve *Zazie dans le métro*, le chef-d'œuvre de Raymond Queneau. L'interprétation audio de Camille Donda, jeune comédienne de 12 ans, qui joue Zazie, est très réussie. Patrick Topaloff (l'oncle Gabriel) lui donne la réplique, faisant de cette écoute un moment dense et haletant. Une mise en scène sonore et musicale sur 4 CD qui nous entraîne dans l'univers du Paris des années 50.

Zazie dans le métro, en 4 CD audio, lu notamment par Camille Donda et Patrick Topaloff. Éditions Gallimard Jeunesse, collection « Écoutez lire ». Durée d'écoute : quatre heures. En vente en librairie : 26 €.

Toujours plus vite

Deuxième l'an passé, la RATP a relevé le défi en s'imposant cette année au challenge inter-entreprise du 28^e Marathon de Paris. Elle devance notamment les Pompiers de Paris, Azur et Gaz de France. Calculé sur les cinq premiers de chaque société, ce classement récompense la meilleure équipe parmi les 117 présentes au départ le 4 avril dernier. Ces cinq agents de la RATP terminent tous en moins de 2 h 45 et le premier, en 2 h 30 et une seconde, boucle le parcours à presque 17 km/h de moyenne et à la 61^e place du classement général !

Les 5 premiers de la RATP :

- Ralib BELAÏD : conducteur MTS ligne 9 ;
- Guy NOIRIEL : agent de manœuvre MTS/GMT ;
- Joao RODRIGUES DOS SANTOS : responsable d'atelier de reprographie PAT/Val-de-Fontenay ;
- Stéphane BOUDIER : ouvrier qualifié métiers de développement – MRF/AMT ligne 11 ;
- Rachid BENZEMRA : agent de maîtrise polyvalente MTS ligne 11.



À l'occasion du 143^e anniversaire du centre de Point-du-Jour, Boulonnais et Parisiens étaient invités à se balader à bord des bus à plate-forme des années 50, des TN6 et TN4.

Avant

Navettes de bus anciens, exposition photos ou encore concert de l'Harmonie ont célébré en mars dernier, à l'initiative des machinistes, la mise en service de Point-du-Jour qui daterait de 1861. Sans doute l'un des plus anciens dépôts de la RATP, la construction de Point-du-Jour en 1857, par la CGO (Compagnie générale des omnibus) devait remplacer un autre établissement édifié en 1853 par Loubat, père du tramway, pour ses essais. La CGO exploita à partir de cet attachement les lignes de tramways hippomobiles. Le dépôt fut transformé en 1934 pour le remisage mixte tram-omnibus. En 1935, l'exploitation tramway quitta définitivement les lieux.

Point-du-Jour fête ses 143 ans

Après

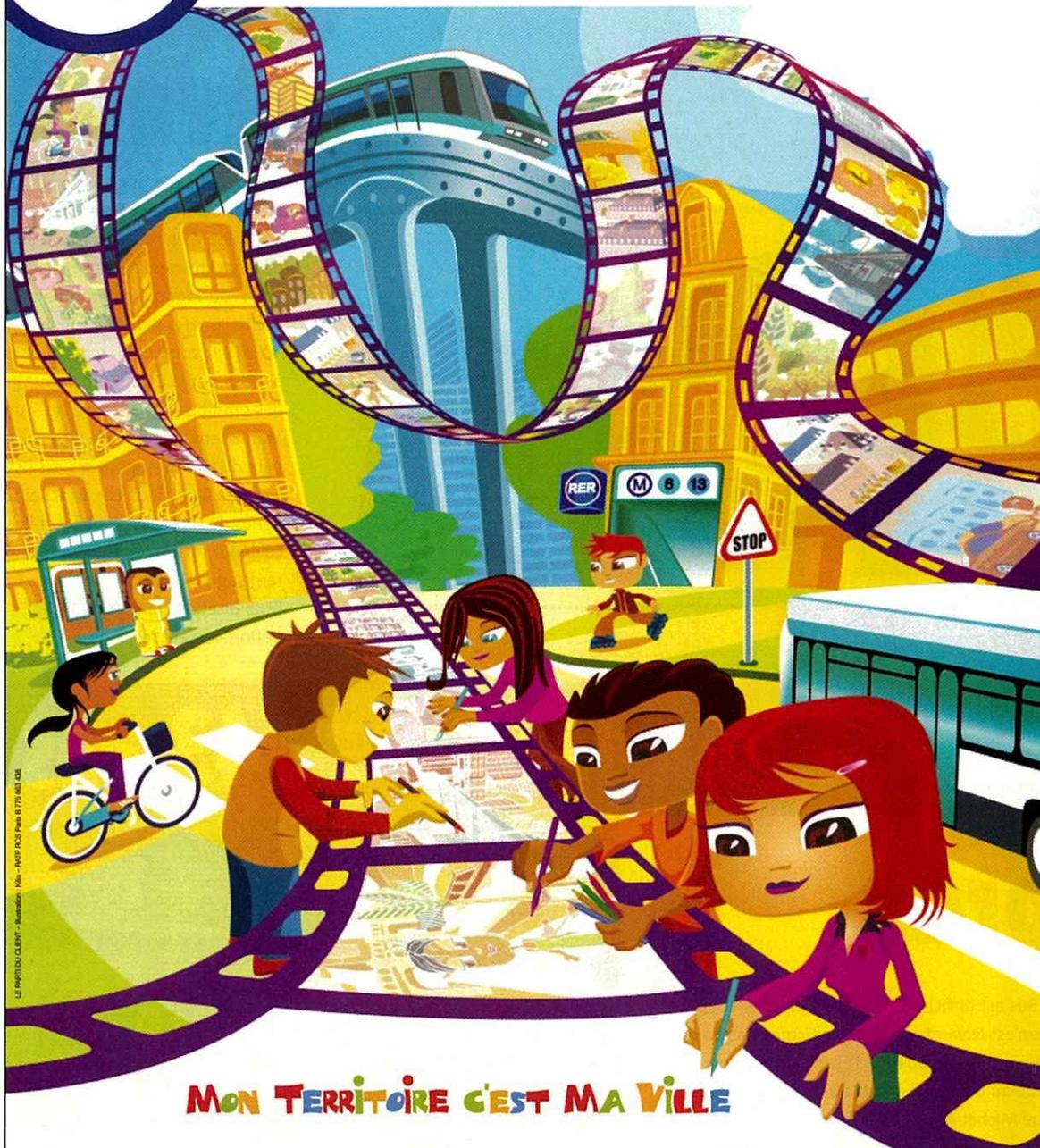
Le centre Bus est difficile à repérer du premier coup d'œil, si ce n'est le va-et-vient des véhicules à certaines heures. Les voitures accèdent à l'établissement par un porche situé au 6 bis, place de la Porte-de-Saint-Cloud, entre la rue Michel-Ange et l'avenue de Versailles (Paris 16^e). Fait unique, depuis les années 70, un immeuble d'habitation géré par Logis Transport surplombe la cour de ce centre, seule transformation spectaculaire depuis son origine. Le centre emploie 543 personnes dont 435 machinistes et 54 agents de maintenance. Ses 3 lignes de Paris (22, 52, 72), 2 lignes de banlieue (169, 171), 3 services urbains (544, 569, 571), sa ligne scolaire et son tramway T2 ont transporté l'an passé plus de 34 millions de voyageurs. Toujours dynamique, l'ancêtre !

NADINE GUÉRIN





LE CLIP OÙ LA VILLE A LE PREMIER RÔLE



MON TERRITOIRE C'EST MA VILLE

**Des centaines d'enfants ont mis la ville en scène... et en ont fait un clip.
La RATP est fière de vous le présenter en avant-première.**

A voir en ligne sur <http://www.ratp.fr/download/monterritoire/> à partir du 25 mai 2004.

A voir à la Maison de la RATP en diffusion permanente du 25 mai au 25 juin 2004 avec exposition des œuvres des enfants (54 quai de la rapée / 189 rue de Bercy Paris 12ème - Métro Gare de Lyon)

Depuis 1993, **MON TERRITOIRE C'EST MA VILLE** est le programme de prévention éducative de la RATP mené en partenariat avec l'Education Nationale. Il mobilise 450 agents volontaires de la RATP qui initient des milliers d'élèves au civisme et au respect de la vie en collectivité, à l'école, dans la ville et dans les transports en commun.

Cadbury France
et ses marques



GOUMBAR



**On avance,
on avance...**