

SAVOIR *faire*

COMMERCIAL
LES CONTRATS
DE SERVICES

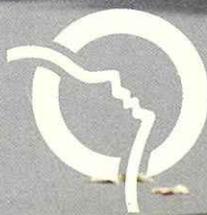
INFO VOYAGEURS
BORNES INTERNET,
UNE PREMIERE

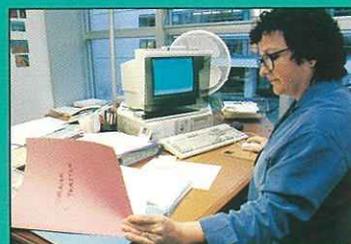
COMMERCIAL
L'AMÉLIORATION
DU TRAITEMENT
DES RECLAMATIONS

RECHERCHE
LA RATP ET
LA RECHERCHE

ÉCOLOGIE URBAINE
LA POLITIQUE VÉLO
DE LA RATP

RATP





2 COMMERCIAL LES CONTRATS DE SERVICES

SALES: Service contracts

KAUFMÄNNISCHES WESEN: Serviceverträge

COMERCIAL: Los contratos de servicios

8 INFO VOYAGEURS BORNES INTERNET, UNE PREMIÈRE

PASSENGER INFORMATION: Internet terminals, a first

FAHRGASTINFO: Premiere: Internet-Säulen im Netz

INFO VIAJEROS: Terminales Internet, una primicia

14 ÉCOLOGIE URBAINE LA POLITIQUE VÉLO DE LA RATP

URBAN ECOLOGY: RATP policy for bicycles

UMWELTSCHUTZ IN DER STADT: Die RATP setzt aufs Fahrrad

ECOLOGÍA URBANA: La política de bicicletas de la RATP

22 RECHERCHE LA RATP ET LA RECHERCHE

RESEARCH: The RATP and research

FORSCHUNG: Die RATP und die Forschung

INVESTIGACIÓN: La RATP y la investigación

29 COMMERCIAL L'AMÉLIORATION DU TRAITEMENT DES RÉCLAMATIONS

SALES: Better treatment of complaints

KAUFMÄNNISCHES WESEN: Verbesserung Der Bearbeitung von Beschwerden

COMERCIAL: La mejora del tratamiento de las reclamaciones

34 FRANCE : Montpellier, mise en service du tramway, Valenciennes, Saint-Nazaire... ETRANGER : Berlin, du nouveau pour le RER et les tramways, Izmir, Rotterdam BIBLIOGRAPHIE : Récentes parutions consultables à la médiathèque FICHE TECHNIQUE : Création d'un pôle d'échanges à Noisy-Champs (RER A)

Savoir-Faire

REVUE TRIMESTRIELLE EDITEE PAR
LA REGIE AUTONOME DES TRANSPORTS PARISIENS
54, QUAI DE LA RAPEE - LAC A85
75599 PARIS CEDEX 12
ISSN : 1168-3392

Directeur de la publication

Vincent Relave,
Délégation Générale à la Communication (DGC)

Directeur de la rédaction

Jean-Paul Perrin,
Conseiller scientifique et technique
au Département Stratégie, Recherche, Partenariats

Responsable de la rédaction

Yvonne Kappès-Grangé,
DGC - Communication interne
Tél. : 01 44 68 36 62
Fax : 01 44 68 38 01
Email : yvonne.kappes-grange@ratp.fr

Secrétaire de rédaction, abonnements

Marc Vandoorsselaere,
DGC - Communication interne
Tél. : 01 44 68 30 16
Fax : 01 44 68 38 01
Email : marc.vandoor@ratp.fr

Comité de rédaction

Joëlle Assimon, Michel Barbier, Pierre Beuchard,
Jacques Bongenaar, Alain Chesnoy,
Georges Gonzaga, Yvonne Kappès-Grangé,
Christian Maitte, Marie-Françoise de Pembroke,
Jean-Paul Perrin, Vincent Relave, Sylvie Réneateau
SYSTRA, William Seiler, Danielle Tessot, Jean Tricoire.

Rédaction Rubrique Actualité

Jean Tricoire, PAT - Médiathèque,
Michel Hay (Bibliographie), PAT - Médiathèque

Coordinateur des traductions

Odile Hallaire, PAT - Traductions

Iconographie

DGC - Agence audiovisuelle

Abonnements

54, quai de la Rapée - LAC A85
75599 PARIS CEDEX 12

Vente

Uniquement par abonnement.
Prix pour 4 numéros : 200 F
(France et étranger)

Conception, réalisation

TOTEM,
27, rue de La Rochefoucauld - 75009 Paris

Imprimerie

Frazier - Paris

Dépôt légal

n° 06 09 00

Tirage

13 100 exemplaires

Photo de couverture : B. Marguerite RATP-DGC

E _ D _ I _ T _ O _ R _ I _ A _ L

Année 2000 : la RATP se prépare à entrer dans le XXI^e siècle. Une époque importante s'ouvre pour l'entreprise. La reconnaissance du rôle essentiel joué par les transports publics dans la ville de demain et dans la vie de ses habitants est l'espoir d'un véritable développement traduit dans ce sommaire de Savoir-Faire. Il présente de nouveaux services, clés de nos futurs engagements. Ainsi, les contrats de services personnalisent une relation individuelle avec chacun de nos clients, en conjuguant service collectif et besoin personnel.

Nous nous engageons comme véritable acteur de la ville à travers notre politique d'écologie urbaine, notamment par une politique vélo dynamique et innovante.

Enfin, nous continuons d'innover en tirant parti des nouvelles technologies pour amplifier notre rôle, notre positionnement dans tout ce qui facilite la vie de nos voyageurs au quotidien et leur permet de mieux profiter de la ville et de ses services.

Henry Schwebel
Directeur général adjoint
Pôle Service aux voyageurs



COMMERCIAL :
LES CONTRATS DE SERVICES

Les contrats de services reposent sur une trilogie hiérarchisée : le titre de transport spécifique, plus les services liés aux transports, plus les services associés. Conçus pour être adaptés à chacune des quatre cibles de clientèle : visiteurs non franciliens, juniors (- 26 ans), majors (26-55 ans) et seniors (+ de 55 ans), ils participent au défi actuel des transports collectifs et des services publics : conjuguer service collectif et demande individuelle. Leur objectif est de fidéliser le plus grand nombre possible de clients sur les contrats les plus longs afin de conjuguer mobilité, satisfaction et accroissement de recettes. Les résultats obtenus prouvent tout l'intérêt du développement de cette approche lorsqu'on en respecte les règles de base.

SALES:
SERVICE CONTRACTS

Service contracts are based on a threefold hierarchy: the specific ticket, plus the services connected to transport, plus connected services. Designed to be adapted to the four customer targets - non-Ile de France visitors, juniors (- 26), majors (26 - 55) and seniors (over 55) - they meet today's challenge for public transport and public services: to combine public service and individual demand. Their aim is to make as many loyal customers as possible by means of subscription to the longest contracts in order to combine mobility, satisfaction and increased receipts. The results so far show that the development of this approach yields benefits when the basic rules are respected.

KAUFMANNISCHES WESEN:
SERVICEVERTRÄGE

Die Serviceverträge beruhen auf einem hierarchisch aufgebauten Dreigespann: die spezifische Fahrkarte plus Service im Zusammenhang mit den Verkehrsmitteln plus weitere Dienste. Die Serviceverträge wurden speziell für jede der vier Kundenzielgruppen ausgelegt - Besucher von auswärts, Juniors (- 26 Jahre), Majors (26 - 55 Jahre) und Seniors (+ 55 Jahre) - und sind Bestandteil der derzeitigen Bemühungen des ÖPNV und der öffentlichen Unternehmen kollektive Dienstleistungen mit individuellen Bedürfnissen zu vereinbaren. Zielstellung der Serviceverträge ist eine langfristige Bindung möglichst vieler Kundengruppen um Mobilität, Zufriedenheit und Einnahmesteigerung zu vereinbaren.

COMERCIAL:
LOS CONTRATOS DE SERVICIOS

Los contratos de servicios se basan en una trilogía jerárquica: el título de transporte específico, más los servicios relacionados con los transportes, más los servicios asociados. Están diseñados para adaptarse específicamente a cada uno de los cuatro tipos de clientela siguientes: visitantes de fuera de Ile-de-France, jóvenes (- 26 años), adultos (26-55 años) y personas mayores (+ de 55 años), y forman parte del desafío actual de los transportes colectivos y de los servicios públicos: conjugar el servicio colectivo y la demanda individual. Su objetivo es fidelizar el mayor número de clientes. Los resultados obtenidos confirman el interés del desarrollo de este planteamiento cuando se respetan las reglas básicas.

COMMERCIAL

Les contrats de services



Ligne 5, le viaduc d'Austerlitz.

RATP - DGC - B. Chabre

par Patrick Vautier,
département Commercial,
responsable unité Marketing

Aujourd'hui, 79 % des Franciliens sont clients des transports collectifs et une forte majorité d'entre eux utilisent la RATP. Ces clients sont réguliers, plutôt fidèles et, dans l'ensemble, globalement satisfaits de ce que nous leur proposons.

Pourquoi investir dans de nouvelles relations contractuelles alors que de nombreuses entreprises de services pourraient se contenter de ce résultat ?

Nos clients sont satisfaits parce qu'ils ne s'attendent pas à rêver avec la RATP. En dehors de "leur vie avec la RATP", ces mêmes personnes sont de plus en plus exigeantes et critiques en matière de services. Comme elles ne vivent pas dans des mondes étanches, elles nous réclament, légitime-



RATP - DGC - B. Marguerite

Ligne 6, intérieur de rame.

ment, ce qu'elles rencontrent ailleurs. Bref, lorsque nous leur parlons "service", elles nous répondent "chiche" et placent la barre haute. En tant qu'opérateur de transport collectif, l'une de nos priorités est bien l'amélioration permanente de la qualité de notre prestation pour tous. C'est le champ de notre politique en matière de qualité et de certification.

Désormais, chacun désire être pris en compte à titre personnel, être reconnu comme une personne individuelle et pas seulement comme un élément du corps social. Satisfaire cette attente, c'est donc conjuguer le collectif et le personnel. Les contrats de services sont un des volets de cette personnalisation.

UNE FORTE CROISSANCE DES CONTRATS

Le contrat utilise trois éléments : un titre de transport, des services directement liés à la RATP, des services connexes associés à la mobilité urbaine et à l'accessibilité.

La Carte Intégrale, la carte Imagine'R et Paris Visite sont des contrats de services évolués. Par rapport à un type de clientèle, identifié dans ses attentes et ses usages, chaque contrat respecte la hiérarchie des demandes de nos clients : le service de base, celui du transport, puis des services associés. La forte croissance de ces contrats, supérieure à 20 % par an, la satisfaction des utilisateurs et leur fidélité montrent que cette voie emporte l'adhé-

"Améliorer en permanence la qualité de notre prestation pour tous."

sion de plus en plus de clients. Ce résultat est très intéressant et sécurisant au moment de notre prise de responsabilité en matière financière à travers la contractualisation. Les dépenses moyennes effectuées par les clients avec ces contrats montrent que la mise en avant du service permet de sortir, avec succès, de la spirale "titre long égale titre peu cher".

Avec 480 000 abonnés Imagine'R, 150 000 adhérents à la Carte Intégrale et 2 millions d'utilisateurs annuels de Paris Visite, nous sommes, aujourd'hui, en possession de résultats chiffrés qui permettent de passer à la généralisation des contrats de services.

DES CLIENTS SATISFAITS

En 2000, près de huit millions de Franciliens utilisent la RATP. La moitié d'entre eux le font de manière fréquente. Tous les jours, la Régie transporte plus de trois millions de personnes différentes habitant l'agglomération parisienne, désormais la première d'Europe.



RATP - DGC - D. Sullon

L'attente et la réponse aux attentes.

À cette clientèle locale s'ajoutent chaque jour plusieurs centaines de milliers de visiteurs français et étrangers qui viennent à Paris et dans la région pour leurs loisirs ou leurs affaires.

Nous sommes donc dans une activité de masse. Nos clients expriment parfaitement cette dimension dans leurs attentes et l'expression de leur satisfaction vis-à-vis des services de la RATP. Ils sont plutôt satisfaits de prestations qu'ils considèrent comme pouvant être encore améliorées. En d'autres termes, nous ne les faisons pas rêver.

En quinze jours, plus de 80 % d'entre eux rencontrent "un problème" à la RATP (retard, manque d'information...) et ils sont aussi plus de 80 % à se déclarer satisfaits de notre prestation ! En comparaison, 60 % des Franciliens qui utilisent leur voiture, rencontrent un problème (retard, amendes...), c'est-à-dire 25 % de moins que pour les transports collectifs. Leur degré de satisfaction est au même niveau que celui des transports collectifs. Le degré d'exigence est donc largement plus fort pour la voiture que pour les transports



RATP - DGC - B. Marguerite

L'opération "Demandez-nous la Ville" à La Défense.

collectifs, alors que la fonction remplie est *a priori* la même. Une lecture rapide et optimiste de ces indicateurs pourrait nous inciter à nous contenter de la situation actuelle qui satisferait de nombreuses sociétés de services. Imaginez : 80 % de votre cible déjà cliente, dont la moitié de manière fréquente, 26 % de part de marché sur les déplacements mécanisés en Ile-de-France, 57 % dans Paris Ville, 88 % des clients se déclarant satisfaits, 3 % seulement se déclarant réellement insatisfaits.

DE NOUVELLES RELATIONS CONTRACTUELLES

Nous sommes, en fait, dans une situation paradoxale. Si nos clients sont satisfaits, c'est qu'ils ne sont pas vraiment exigeants avec nous. Pourtant, chacun d'entre nous vérifie chaque jour que nos concitoyens deviennent de plus en plus critiques et exigeants et, par là même, chacun de nous aussi. Le citoyen d'aujourd'hui, usager et client des transports publics et de la RATP, est une personne qui veut être satisfaite et respectée. Elle réclame aussi l'initiative et le choix. C'est une personne qui évolue dans un univers complexe, et veut pouvoir se repérer dans cette complexité. Elle cherche des référents, des valeurs, une proposition d'offre clairement définie et exprimée. Elle est prête à s'investir dans une relation fidélisante à condition de la choisir et de pouvoir s'en libérer lorsqu'elle le souhaite. C'est une personne qui a besoin de stimulations, qui attend une diversité d'offres capable de l'étonner et de rompre avec la routine.

Désormais, le nomadisme est une tendance forte du fonctionnement de la société urbaine. Les temps de déplacements ne sont plus subis, ils

“Le nomadisme est une tendance forte du fonctionnement de la société urbaine.”



RATP - DGC - B. Marguerite

Station Corvisart, encore et toujours joignable.

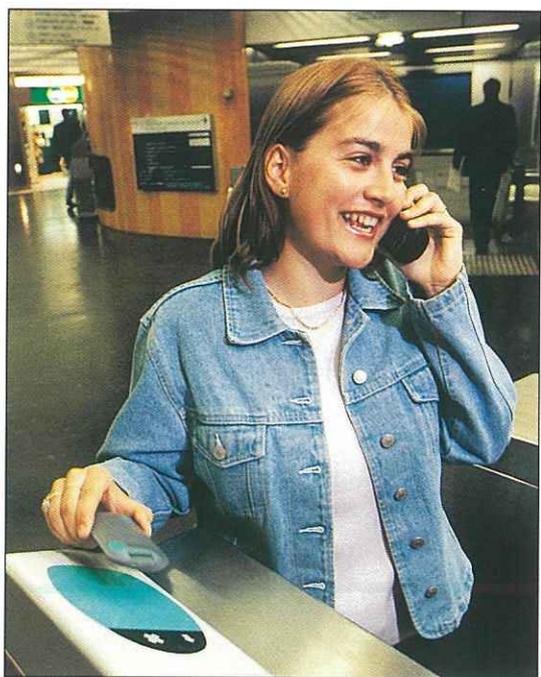
deviennent de véritables moments de vie. L'urbain de l'an 2000 est une personne mobile, dans une ville devenue un véritable "terrain de jeu" personnel. La mobilité, c'est la connexion permanente, tant physique que virtuelle. Le nouveau nomade est largement équipé d'objets personnels qui lui assurent confort, communication, autonomie : téléphones, pagers, ordinateurs, baladeurs, agendas électroniques, bureaux déportés...

Le nomade est un client à l'aise dans la culture urbaine. Il est multimodal, c'est-à-dire qu'il combine les modes de transports à sa disposition pour organiser un déplacement, ou bien il alterne l'usage de ces modes au fil du temps. Chaque année, 60 % des Franciliens remettent en cause leurs choix en matière de déplacement : 29 % utilisent moins ou un peu moins les transports publics, 31 % les utilisent plus ou un peu plus (Louis Harris, UTP, octobre 98). La multimodalité est un besoin car aucun mode de transport ne regroupe tous les avantages attendus en termes de mobilité. Les usagers des transports collectifs sont presque tous aussi des utilisateurs de l'automobile. Avec le nomadisme apparaissent ainsi la multimodalité et, par certains côtés, l'infidélité.

En fonction de ses choix, le client organise ses achats de titres de transport et consomme "un panier" de titres. Il n'existe plus de liens entre les titres achetés et les profils d'usage. Il n'y a pas de lien strict entre un titre et un usage, entre un client et un titre.

Par exemple, un "abonné classique", soit le quart de nos clients, consomme sept mois et demi de Carte Orange mensuelle sur une période allant de septembre à juin, et, pendant un mois et demi, n'achètera aucun titre de transport. Un abonné "multititres" achètera sur la même période seulement cinq coupons de Carte Orange et, pendant trois mois et demi, il utilisera à la fois une Carte Orange et des billets.

Pour la RATP, limiter l'infidélité, c'est évoluer vers une réponse réellement diversifiée qui développe encore plus l'attractivité des transports publics. C'est aussi mixer transports collectifs et transports individuels et s'adapter ainsi à la diversité des territoires et des publics. En tant qu'opéra-



RATP - DGC - D. Dupuy

Mobile, mobilité et passe sans contact.

teur de transport collectif, l'une de nos priorités est bien d'améliorer en permanence la qualité de notre prestation pour tous. C'est tout le champ de notre politique de qualité et de certification. C'est d'abord sur ce champ que nos clients nous attendent. C'est notre service de base que nous avons sans cesse à faire progresser et sans lequel toute autre action visant à améliorer notre niveau de prestation ne serait pas crédible. Mais, en outre, chacun désire aussi être pris en compte à titre personnel, être reconnu comme un véritable interlocuteur. Les contrats de services sont un vecteur majeur pour aller vers cette personnalisation.

CONJUGUER LE COLLECTIF ET LE PERSONNEL

Trois composantes, un titre de transport, des services directement liés à la RATP, des services connexes associés à la mobilité urbaine et à l'accessibilité, sont réunies dans le contrat de services. Cette trilogie est conforme aux attentes et aux demandes de notre clientèle. Elle est hiérarchisée : d'abord le service de base, ensuite des services associés qui facilitent l'usage des transports collectifs, enfin, des offres connexes dans la sphère du nomadisme.

Le premier niveau de personnalisation consiste en une segmentation de notre clientèle. Nous n'en sommes pas encore à réaliser pour chacun de nos clients un contrat de services sur mesure. Cela ne serait d'ailleurs pas forcément pertinent.

La segmentation que nous avons adoptée en 1999 classe notre clientèle en quatre groupes :

- les juniors, environ 2,5 millions de personnes de 10 à 25 ans en Ile-de-France,
- les majors, 5 millions de personnes de 26 à 55 ans,
- les seniors, 2 millions de personnes de plus de 55 ans,
- les visiteurs, les non franciliens français et étrangers qui se rendent en Ile-de-France.

C'est en fonction de cette segmentation que nous construisons des contrats de services adaptés à chacune de ces catégories. Sans oublier, dans cette description, une cinquième gamme qui est celle des titres non ciblés.

Nous avons fixé l'aboutissement de cette construction à la mise en place de la deuxième étape de la télébilletique, c'est-à-dire au moment où les millions de clients utilisateurs de la Carte Orange et des carnets de tickets seront concernés. Pour l'instant, chacune des quatre cibles se voit proposer un contrat de services. La Carte Intégrale, la carte Imagine'R, Paris Visite et Seniorcité sont des contrats de services évolués qui, chacun par rapport à un type de clientèle, donc d'attentes et d'usages, vont respecter la hiérarchie : le service de base, les services du transport, les services associés.



Chacun de ces contrats de services obtient des résultats qui confirment tout l'intérêt de cette approche liée aux règles fondamentales qu'il faut respecter pour réussir durablement cette politique de fidélisation.

CARTE INTEGRALE : VERS L'ABONNEMENT PERMANENT

Le contrat le plus ancien est la Carte Intégrale. Son contenu utilise bien les trois niveaux de services attendus par les clients : un titre de transport, que certains considèrent comme la "Carte Orange annuelle" ; des services associés au transport, avec en particulier un remplacement gratuit en cas de perte ou de vol, des possibilités de suspension temporaire du contrat ; des services associés : un magazine bimestriel, un service vie pratique et, désormais, des propositions de réductions sur certaines sorties.

Depuis son repositionnement, en 1997, la Carte Intégrale connaît une progression de plus de 25 % par an et son volume est, aujourd'hui, de plus de 150 000 abonnés. Ces dernières années, le rythme s'est encore accéléré et nous sommes sur une progression d'environ 50 000 clients nouveaux par an, avec un taux de résiliation inférieur à 1 % par mois, ou, pour le dire autrement, un taux de renouvellement annuel supérieur à 90 % qui est similaire, si ce n'est supérieur, à celui d'une société comme Canal +.

Quelles sont les raisons de ce succès ? Certains penseront que le prix, équivalent à environ 10,5 coupons mensuels de Carte Orange, facilite le transfert de la Carte Orange vers la Carte Intégrale. Il est vrai que l'essentiel de la clientèle "Intégrale" est salariée. Mais, à ses yeux, l'argument prix, s'il est important, n'est pas déterminant. Tous les possesseurs de ce contrat ne sont pas, loin s'en faut, des anciens acheteurs de onze ou douze coupons de Carte Orange. Ce qui compte le plus pour eux, c'est la tranquillité, "plus de queue à faire à la fin du mois", et l'assurance perte-vol qui sécurise la possession d'un coupon unique pendant une année.



Station Hôtel-de-Ville, stand proposant la Carte Intégrale.

Une étude récente auprès de cette clientèle nous apprend qu'elle se considère comme "co-actionnaire" de la RATP et, à ce titre, complètement impliquée dans une relation particulière. Ces clients ne se considèrent pas comme des "privilegiés", des "clients plus", mais comme des clients différents, en possession d'une clé de confort, de tranquillité, d'un élément de confiance réciproque. En matière de services associés, peu développés jusqu'à présent, la frange la plus urbaine de ces clients souhaite profiter du développement d'offres de sortie, de possibilités d'un usage couplé des transports collectifs et de l'automobile, avec une offre de locations par exemple.

Notre prochaine étape consistera à construire ces nouvelles offres qui viendront renforcer ce sentiment de confiance et permettront de développer notre recrutement sur un titre qui devient un véritable abonnement permanent.

PARIS VISITE : UNE VALEUR D'USAGE AU-DELA DU TRANSPORT

S'agit-il de fidéliser les touristes non-Franciliens ? Pas vraiment. Nous avons toutefois des fidèles de Paris Visite sur certaines niches : les liaisons aéroportuaires, en particulier Orlyval. De plus en plus d'utilisateurs lassés par l'usage de modes particuliers (voiture, taxi) préfèrent la "garantie temps" des transports collectifs et la souplesse de ce contrat.

Certains pourraient trouver préférable que ces visiteurs paient un aller-retour un peu plus onéreux. Mais, avec ce contrat, nous nous assurons à la fois d'un retour en transport collectif et, dans de nombreux cas, d'un usage accru des transports collectifs au cours du séjour dans Paris *intra-muros*.

Pour la grande majorité des utilisateurs, l'intérêt principal de Paris Visite se situe dans le triptyque : titre libre circulation, plan-guide, réductions sur les lieux touristiques.

Avec plus de 1,8 million de titres vendus depuis un an pour près de 200 millions de francs de recettes, nous touchons, avec ce seul titre, environ 5 % de l'ensemble des touristes venant en Ile-de-France, tous modes de transport confondus. Son prix de vente, supérieur à celui d'une Carte



Station Gare du Luxembourg, opération Paris Visite.

Orange hebdomadaire, et le volume de vente atteint démontrent bien l'intérêt que certains clients, en fait la majorité, portent aux services que la RATP peut leur rendre au-delà de la simple fonction du transport.

D'ailleurs, 75 % des visiteurs étrangers, qu'ils soient utilisateurs ou non, trouvent Paris Visite économique. Les lieux touristiques présélectionnés facilitent la visite de la ville et de la région et cela bénéficie aussi bien aux acheteurs qu'aux partenaires qui estiment que 4 à 6 % de leur trafic vient de porteurs de Paris Visite.

Un autre avantage de Paris Visite, pour les étrangers en tout cas, est la possibilité de pouvoir l'acquérir, avant leur venue, auprès de leur agence de voyage, en toute tranquillité, dégagés du stress habituel à l'arrivée dans une ville étrangère.

Désormais, plus de 30 % des ventes de Paris Visite sont réalisées avec des tours opérateurs étrangers. Les touristes interrogés souhaiteraient pouvoir l'acheter sur Internet (47 %).

SENIORCITE : QUE LUI MANQUE-T-IL POUR REUSSIR ?

Seniorcité est un cas intéressant. Bien que nous ayons essayé d'appliquer les mêmes recettes, le succès espéré n'est pas au rendez-vous.

Alors que nous entretenons avec ce segment de clientèle d'excellents rapports à travers nos différentes opérations, en particulier les Jeudis seniors (multimédia, lecture, cinéma, danse...), nous avons tenté d'aller plus loin et de toucher un public plus large en créant un contrat de service spécifique qui se démarque des titres à caractère social comme Améthyste ou Émeraude.

Seniorcité est une carte annuelle offrant de nombreux avantages liés à la RATP comme au monde des loisirs, de la culture et de la consommation.

Certaines de ces offres sont composées de réductions tarifaires. Mais, l'essentiel de l'offre est dans le service qui représente la principale demande des seniors. La qualité globale de ces offres n'est pas à remettre en cause car utilisateurs et partenaires se déclarent satisfaits. Mais, Seniorcité n'accroche pas, ne se vend pas !

En fait, la cause principale de cet échec partiel se situe dans le mixage des composantes du contrat. La trilogie transport, plus services liés au transport, plus services associés est certes respectée. Mais, contrairement aux autres contrats, la partie transport n'a pas fait l'objet d'un traitement spécifique pour ce groupe d'utilisateurs. En effet, nous avons simplement adossé les services "senior" au carnet de billet habituel, très utilisé par les seniors, sans avantage particulier. Seniorcité n'apparaît pas comme un service spécifique mais comme l'amalgame d'un titre de transport avec des services jugés trop accessoires car le premier niveau de la trilogie n'est pas spécifique.



RATP - DGC - J.F. Moutoussin

Hôtel-de-Ville, les jeudis seniors.

IMAGINE'R : PREMIER CLUB DE JEUNES EN ÎLE-DE-FRANCE

Il ne s'agit pas dans cet article de reprendre l'histoire d'Imagine'R et de son succès qui a fait l'objet d'une présentation détaillée dans le numéro 33 de *Savoir-Faire*.

Nous nous contenterons d'insister sur quelques points particulièrement originaux de ce contrat de services dont la réussite va, là encore, au-delà de la simple fonction transport.

À la fin de sa deuxième année de fonctionnement, Imagine'R concerne près d'un demi-million de jeunes scolarisés en Île-de-France, soit un collégien sur cinq et un lycéen et un étudiant sur deux. Bien entendu, le niveau tarifaire fait partie de l'attractivité du contrat. Mais, l'avantage qui ressort en priorité est le service lié au transport : le dézouage qui permet la libre circulation sur tout le réseau Île-de-France jusqu'à présent uniquement le week-end et, à partir de la rentrée prochaine, pour l'ensemble des petites vacances scolaires.

La deuxième année est marquée par un accroissement sensible des abonnés (+30 %) et un fort usage des services associés. Les deux chèquiers de réductions que nous envoyons dans l'année colent vraiment avec la recherche d'une consommation-plaisir à prix réduit, véritable centre d'intérêt pour ce public.

En obtenant des produits et services spécifiquement dédiés à Imagine'R et en les commercialisant auprès de cette cible, Imagine'R joue un véritable rôle de négociateur entre les jeunes et les annonceurs. A chaque offre que nous faisons, le cinéma, les nouvelles technologies comme les concerts intéressent des dizaines de milliers de porteurs d'Imagine'R. Et les "bons plans" que nous proposons, en couplant la promotion par affichage et la commande par Internet sur le site dédié, rencontrent le même succès.

Nous avons des contacts privilégiés avec de grandes marques commerciales qui souhaitent passer par le contrat Imagine'R pour commercialiser leurs produits auprès des jeunes. Désormais, nous faisons payer leur présence dans nos chèquiers et "bons plans".



RATP - DGC - B. Marquerite

D'aucuns pourraient considérer ces quelques informations comme trop triomphalistes tant le succès est au rendez-vous. Mais, les dernières données recueillies ne font que confirmer cet état de fait : 98 % des utilisateurs se déclarent satisfaits, 2,5 % d'entre eux sont de nouveaux utilisateurs des transports collectifs. En une seule année, la part de marché des transports collectifs est passée de 33 % à 43 % chez les juniors.

UNE NOUVELLE RELATION DE SERVICE

Les contrats de services sont des outils profitables pour la RATP en termes de mobilité des utilisateurs, donc de recettes et de fidélisation. Notre pratique de cette approche de fidélisation, à travers des contrats de services adaptés à nos différentes cibles de clientèle, nous démontre l'intérêt et les limites d'une telle démarche. Chaque fois que nous avons réussi à conjuguer les attentes des clients actuels ou potentiels en respectant la hiérarchie "titre de transport spécifique, plus services liés aux transports, plus services associés", nous avons vu les ventes augmenter par la combinaison de l'apport de nouveaux clients aux transports collectifs et un transfert positif sur ces contrats plus fidélisants et plus rémunérateurs pour notre entreprise. La prochaine étape consistera à concevoir une déclinaison de ces contrats à l'intérieur de chaque groupe et de bien construire notre future gamme senior.

Les contrats de services sont un moyen privilégié pour réussir l'alliance de notre cœur de métier historique, le transport collectif, avec les nouvelles aspirations de nos concitoyens vis-à-vis des services publics : la prise en compte individualisée de leurs attentes.

C'est sans aucun doute en conjuguant la dimension collective du transport avec des services personnalisés que la RATP réalisera activement un service public moderne et accessible.

Les contrats de services sont un des éléments clés de cette nouvelle relation de service. ■



Hôtel de Ville, un métro accueillant pour les touristes.

INFO VOYAGEURS :
BORNES INTERNET, UNE PREMIERE

Les premières bornes d'accès gratuit à Internet installées sur le réseau RATP rencontrent un vif succès avec une durée quotidienne de connexion de 12 à 16 heures. Elles sont un point d'escale apprécié des nouveaux nomades urbains qui y trouvent une table d'orientation numérique tant sur le réseau de transport que sur la ville. Ils disposent aussi d'un service de courrier électronique et d'achats en ligne. Le "Métronaute" exprime l'engagement de la RATP vers l'innovation durable.

PASSENGER INFORMATION:
INTERNET TERMINALS, A FIRST

The first terminals in the RATP network giving free access to Internet have been a great success, with 12 to 16 hours' connection daily. They are a much appreciated stop off for the new urban nomads who can use the digital direction finder both for the transport network and the city. They also have an e-mail service and a tele-purchasing facility. "Metronaute" is an illustration of the RATP's commitment to sustainable innovation.

FAHRGASTINFO:
PREMIERE: INTERNET-SÄULEN IM NETZ

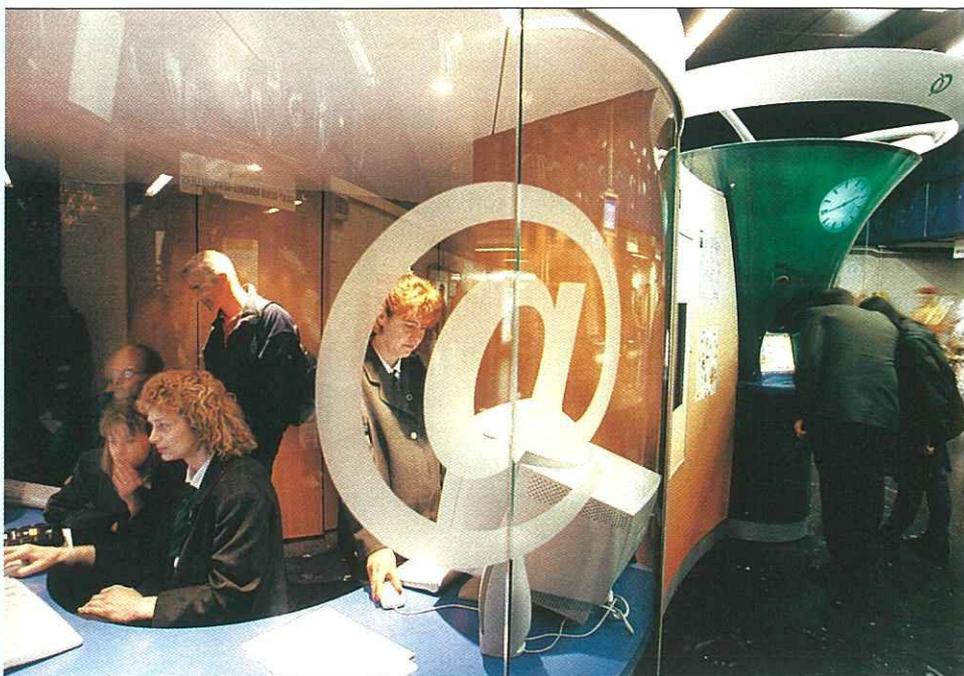
Die ersten Säulen mit kostenlosem Internetzugang im RATP-Verkehrsnetz sind ein voller Erfolg und verzeichnen täglich eine Anschlussdauer von 12 bis 16 Stunden. Für die neuen "urbanen Nomaden" stellen die Säulen einen willkommenen Halt dar. Digitale Orientierungspläne über das Verkehrsnetz und die Stadt, E-Mail-Service und Online-Commerce gehören zum Angebot. Der "Metronaute" ist Bestandteil der RATP-Ausrichtung zu einer dauerhaften Innovation.

INFO VIAJEROS:
TERMINALES INTERNET, UNA PRIMICIA

Los primeros terminales de acceso gratuito a Internet instalados en la red RATP tienen un gran éxito con una duración diaria de conexión de entre 12 y 16 horas. Constituyen un punto de escala apreciado por los nuevos nómadas urbanos que encuentran allí un índice de orientación digital tanto sobre la red de transporte y sobre la ciudad. De este modo, disponen de un servicio de correo electrónico y de compras en línea. El "Metronauta" es la expresión del compromiso de la RATP con la innovación duradera.

INFO VOYAGEURS

Bornes Internet, Une première



Le bouquet de services de la station Miromesnil.

RATP - DGC - B. Marguerit

par Jean-Pierre Texier,
département Commercial,
mission Innovation
dans les services

En juillet 1999, quatre bornes d'accès à Internet furent installées dans la gare RER de Port-Royal. Elles étaient intégrées à l'animation "Tout feu, tout flamme" réalisée en partenariat avec l'Observatoire de Paris à l'occasion de la dernière éclipse totale de soleil du XX^e siècle, visible en Europe. Les bornes prêtées par la société Cyberdeck S.A. et connectées au réseau Naxos avaient été configurées de façon à présenter des informations en ligne sur cet événement astronomique. Le taux moyen d'utilisation dépassa d'emblée une dizaine d'heures par jour et par borne. Aujourd'hui, la cote d'amour des bornes Internet installées sur nos réseaux est toujours aussi affirmée, notamment auprès de la cible "jeunes".



RATP - DGC - J.F. Mauboussin

Internauts en action à Châtelet-Les Halles.

Ce succès s'explique sans doute par la valeur ajoutée apportée au client - l'usage des bornes est totalement gratuit - et par le travail effectué par la RATP sur l'application d'Internet aux lieux publics. L'ensemble de ces atouts a permis de mener à bien une première phase pilote et autorise, aujourd'hui, la programmation de l'extension de ce nouveau service à une quarantaine de stations de métro.

ESCALE PHYSIQUE VERSUS ESPACE VIRTUEL

Représentant "un point d'escale dans un monde qui bouge", les appréciations des professionnels sur les bornes Internet sont contrastées. Ce nouvel objet de l'espace urbain appelle aussi bien l'anathème des uns que l'enthousiasme des autres. Une seule évidence, sur le marché du "commerce mobile", estimé pour l'Europe à 23 milliards d'euros en 2003, la concentration des investissements continuera à soutenir le raz de marée de la téléphonie cellulaire. La problématique posée s'exprime dans une équation simple : un téléphone cellulaire égale une borne Internet individuelle et portable.

On observe cependant qu'après une phase attentive, les grands opérateurs de télécommunication (ex : France Telecom, British Telecom...) ainsi que des groupes industriels d'envergure (Schlumberger, Photo Me...) s'engagent dans la bataille en proposant des kiosques Internet dans les espaces de flux, réseaux de transports publics, zones de chalandises, avec le souci de réunir les atouts de l'ancienne et la nouvelle économie. Selon Jeff Bezos, P.D.G. d'Amazon.com, "the physical world is still the best medium ever invented" (le monde physique demeure le meilleur media jamais inventé). Cette assertion confirme que la borne Internet peut être utilisée également comme un excellent vecteur de fidélisation, maître-mot des stratégies marketing conquérantes.

Une autre observation conforte l'idée d'une niche spéculative pour les bornes Internet. À cette logique de l'offre, se superpose une logique de la

"La borne Internet, un excellent vecteur de fidélisation."

demande illustrée par l'engagement d'expériences pilotes de grandes enseignes dans le domaine des transports, de la distribution et du tourisme.

UN CHALLENGE : DEPASSER LES BORNES

Pour la RATP, le dossier des bornes Internet a été ouvert au cours du deuxième semestre 1998 à l'occasion de la conception fonctionnelle des bouquets de service (voir *Savoir-Faire* n°32). L'objectif assigné était de concevoir et de mettre en œuvre une solution qui permette de satisfaire quatre fonctions principales :

- information - orientation (transport et ville),
- communication,
- services vie pratique,
- services personnalisés.

Dans cette perspective, un travail préparatoire sur l'application d'Internet dans l'espace public a donné lieu à une recherche-action, soutenue et cofinancée par le programme national de recherche et d'innovation dans les transports terrestres (PREDIT). Elle s'appuie sur un comité de coordination transversal à l'entreprise et un groupe d'experts. Le projet développé par la RATP fournira un appui à une réflexion ouverte sur la place et les fonctions des bornes Internet dans le cadre d'une politique d'innovation des services aux usagers dans l'espace urbain.

Le projet pilote a été défini et conduit comme un projet de nouveaux services aux voyageurs. En effet, plus qu'un automate, la borne Internet doit rendre explicite la politique de services mise en œuvre par la RATP. Elle est le support et le prolongement d'un service de qualité. Le "Métronaute", marque déposée qui désigne actuellement ce service, constitue une première réponse à ce challenge qui consiste à "dépasser les bornes" en visant la construction d'une offre de services attractive, pertinente et adaptée à notre clientèle.



RATP - DGC - B. Marquenie

Une borne Internet est intégrée dans "l'arbre" des bouquets de services.

LA PROIE ET LA BANNIERE

La question du rapport entre contenant et contenu est cruciale dans le monde Internet. Compte tenu du besoin d'identification, d'indexation, de stockage, de diffusion d'un nombre croissant d'informations dispersées sur la Toile – elle recèlerait actuellement près d'un milliard de pages – un nouveau modèle de gestion a été créé avec la combinaison des portails et des moteurs de recherche.

Les portails sont des médiateurs pour l'accès à Internet, ils sont structurés pour permettre une approche sélective, comme les éditeurs des magazines de programmes de télévision sélectionnent les informations et les présentent de façon à répondre aux attentes de leur lectorat. Les portails Internet "éditent" la Toile avec le souci de fidéliser leurs clients.

La bataille fait rage entre les portails, car leur financement provient essentiellement des ressources publicitaires qu'ils drainent. Les bannières publicitaires qui figurent sur les pages de la Toile peuvent être vues par des millions d'internautes et générer un volume important de ressources commerciales. Au plan qualitatif, la conquête de ce marché s'appuie sur des "réflexes conservateurs". Sur Internet, on utilise les outils du futur avec des méthodes éprouvées : faire passer un message (une offre) à un prospect, proie de toutes les convoitises marketing.

Deux grandes lignées de portails coexistent aujourd'hui. Les portails techniques initialement formés autour des moteurs de recherche (Yahoo, Excite, Lycos...) ou des logiciels de navigation (Netscape et Microsoft). Les portails médiatiques issus des plates-formes de services des fournisseurs d'accès (AOL, Compuserve, Voila...) ou des médias audiovisuels/presse.

TROIS INGREDIENTS POUR UNE RECETTE

Pour offrir, depuis une borne, un accès public à des sources d'informations sur Internet, il faut réunir et intégrer trois "composants" en termes d'ingénierie technique :

- des terminaux-bornes,
- un réseau de télécommunication,
- un portail qui présente la Toile et répond aux attentes des utilisateurs.

Pour les terminaux, il s'agit d'assembler - avec les caractéristiques de robustesse liées au mobilier urbain - un système qui permette l'accès à Internet à tous les utilisateurs potentiels, du plus novice au plus expert. Cet accès se fait par l'intermédiaire de matériels et de logiciels de haute fiabilité, administrables à distance : navigateur, écran, clavier...

"Un système qui permette l'accès à Internet à tous types d'utilisateurs."

Pour le réseau, l'enjeu consiste à associer au terminal une architecture de télécommunication qui assure des temps de réponses rapides. L'utilisateur étant debout devant la borne et en situation de mobilité, on doit donc prendre toutes les précautions pour optimiser l'ergonomie du terminal (présentation physique, configuration logique) et calibrer la bande passante vers le fournisseur d'accès Internet pour rendre l'ensemble du système le plus performant possible.

Enfin, il est nécessaire d'apporter une réponse à la question de l'accessibilité de l'information. En effet, compte tenu de la multiplicité des informations disponibles sur la Toile, de la multitude des chemins d'accès possibles et de la nécessité d'interdire l'accès à des sites au contenu contestable, il est du devoir des opérateurs des kiosques Internet de structurer, autour de ce que l'on nomme un portail, les fonctions de présentation des pages Web et des services génériques d'Internet : courrier électronique, forums de discussion.

L'ensemble de cette architecture constitue *stricto sensu* un système techniquement complexe au service d'une stratégie commerciale elle-même sophistiquée : permettre à l'opérateur et à l'hébergeur des bornes de tirer parti de leurs investissements. Dans ces conditions, on comprend que les candidats ne soient pas légion. Une veille technologique, sur le thème des kiosques électroniques, réalisée dans le cadre de la recherche-action auprès du PREDIT, confirme cette hypothèse. Au total, seule une douzaine de fournisseurs de solutions opérationnelles a été identifiée dans l'espace européen.

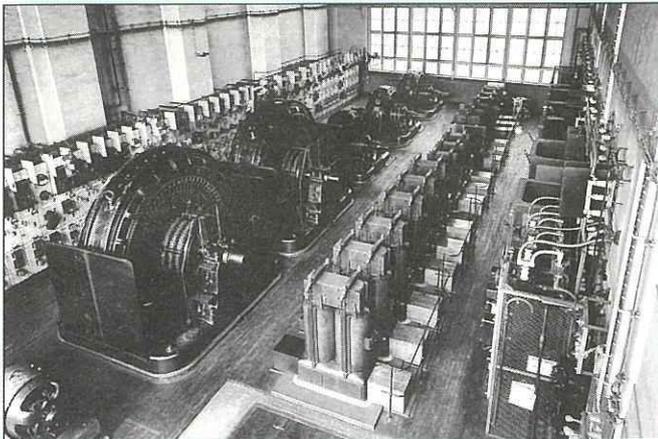
LE PROJET PILOTE

La phase prototype permet l'expérimentation d'un service public d'accès à Internet, avec la volonté d'en tirer les enseignements nécessaires à leur éventuel déploiement à l'échelle d'un réseau étendu. À l'issue d'une recherche portant sur l'offre industrielle et d'une première expérimentation réussie dans la gare RER de Port-Royal, une convention a été conclue entre Promo Métro (filiale de la RATP, mandataire pour la gestion des commerces), Telcité-Naxos (filiale télécoms de la RATP) et la société Cyberdeck S.A. Cette jeune entreprise française, fondée en juillet 1998, s'est spécialisée dans le développement et l'exploitation d'un nouveau média couplant deux types de terminaux :

- une borne Internet offrant aux utilisateurs un accès gratuit au réseau des réseaux,
- un écran plasma, diffusant des séquences d'annonces publicitaires.

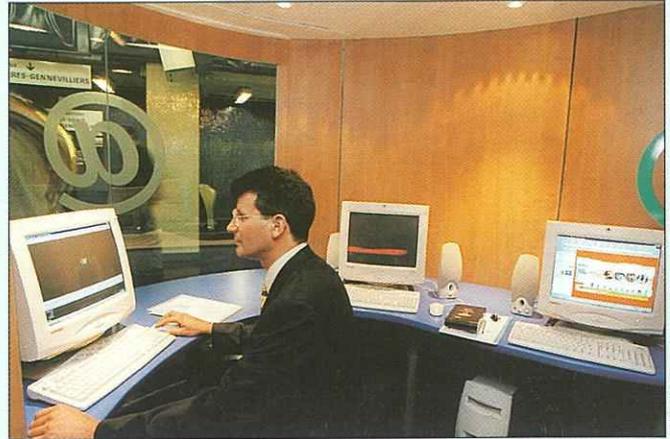
La programmation de l'opération pilote est articulée en trois étapes :

- juillet 1999 : installation de quatre bornes Internet à Port-Royal,



RATP - DGC - DR

L'électricité, vecteur de l'économie traditionnelle.



RATP - DGC - B. Marguette

Internet, vecteur de la nouvelle économie.

PETITE CHRONIQUE DES ANNEES WEB

Internet est un phénomène qu'on ne saurait réduire à un effet de mode. On peut, d'ores et déjà, dire que le "réseau des réseaux" est un élément déterminant de transformations économiques et sociales majeures et s'aventurer à évoquer la "fée Internet" à l'instar de la "fée électricité". Le rapprochement est moins audacieux qu'il n'y paraît dès lors qu'on se souvient qu'hier l'électricité a stimulé le bouleversement de nos gestes les plus quotidiens et que, de son côté, Internet modèle aujourd'hui un nouveau paysage de communications et d'échanges à l'échelle mondiale.

En 1881, la première exposition internationale sur l'électricité rassemblait 1 700 exposants. En 1919, 20 % des communes de notre pays étaient électrifiées. Il a fallu attendre 1937 pour que l'ensemble des Français conjurent la fatalité séculaire de la nuit. Il est difficile de faire la chronique de la troisième révolution industrielle, dont Internet représente le symbole, puisqu'elle se

déroule sous nos yeux. En revanche, il est possible, au regard de quelques indices déterminants, de prédire qu'elle sera plus ramassée dans le temps :

- en juin 1996, 70 000 Français utilisaient Internet et 500 sites français étaient référencés par le moteur de recherche Yahoo,
 - en juin 2000, on recense entre 5 et 7 millions d'internautes en France susceptibles de se connecter à plus de 10 millions de sites Web dans le monde (dont environ 60 000 sites français).
- En termes de fréquence de connexion, on estime que 30 % des internautes se connectent tous les jours ou presque. L'Ile-de-France demeure la région la plus "branchée" de l'hexagone avec un taux d'accès de l'ordre de 9 % des foyers, loin devant la seconde du classement, la Lorraine avec 5,2 %. La "netamorphose" est bel et bien en marche. L'économie de l'information et de la communication est devenue le moteur principal de la croissance.

UN INTERNET PEUT EN CACHER UN AUTRE

Les enquêtes effectuées en matière d'usage indiquent que :

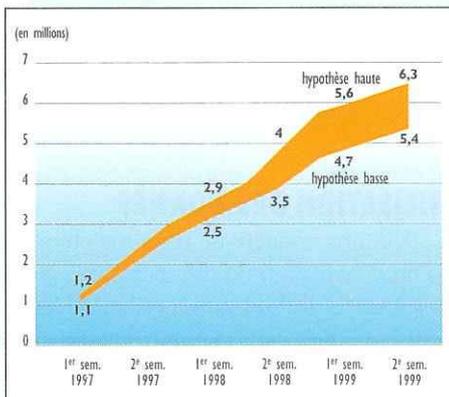
- 46 % des internautes se connectent au travail,
- 49 % des internautes se connectent à domicile,
- 5 % des internautes se connectent depuis un autre lieu.

(source Médiatrie)

Au vu de ces chiffres, on se rend compte que Internet statique, connexion au travail et à domicile, représente la majorité des

usages actuels. Dans un avenir proche, avec la démultiplication des terminaux mobiles, cet usage sera bouleversé. En effet, on estime qu'en 2005, en Europe, 70 % des possesseurs de mobiles seront connectés à Internet.

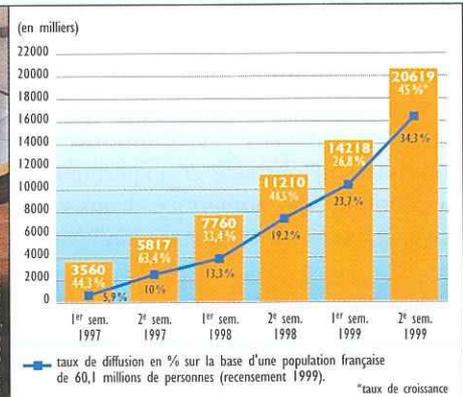
Internet nomade, raccourci pour désigner le service d'accès à Internet pour les "nomades", viendra donc prendre la relève, avec l'essor des protocoles d'accès sans fil à Internet : WAP, GPRS, UMST (voir définitions dans le glossaire).



Nombre d'internautes en France.



La révolution des objets nomades.



Nombre de clients du téléphone mobile en France.

majorité à déclarer faire une utilisation fréquente d'Internet. Ils sont 60 % à disposer d'un accès Internet (domicile, travail, établissement scolaire). Cela confirme la pertinence d'un service Internet *in situ* qui n'est pas réservé aux seuls exclus du Web.

Le premier motif d'usage (40 %) est le courrier électronique, envoi ou consultation. C'est un phénomène général sur Internet. Cependant, il est à noter qu'un tel besoin se manifeste "en chemin". Le potentiel d'attractivité du Métro-naute est important : 46 % d'utilisateurs répondent qu'ils sont disposés à se détourner de leur trajet habituel pour accéder à ce service.

L'analyse des fichiers statistiques des serveurs Cyberdeck atteste de l'audience importante des bornes. Au mois d'avril 2000, la durée totale de connexion journalière a été, en moyenne, par borne de :

Port-Royal	13 h 15
Luxembourg	12 h 07
Denfert-Rochereau	13 h 13
Châtelet-Les-Halles	16 h 01

Quant au temps moyen d'une session utilisateur, il est de l'ordre de cinq minutes, ce qui confirme les hypothèses relatives à Internet nomade.

Pour les rubriques "e-service", on observe qu'elles recouvrent 33 % des usages en terme de navigation sur la Toile. Quant au site Web ratp.fr, il n'est pas en reste puisque sur dix pages lues à partir de la borne, une page s'y rapporte. Ce ratio (10 %) est de bon augure pour une entreprise soucieuse d'offrir des services de proximité à travers la médiation des technologies de l'information et des télécommunications.

■ PERSPECTIVES

L'univers Internet est susceptible d'évolutions rapides, tant sur le plan des techniques, des services que des modèles économiques. L'engagement de la RATP dans ce domaine prouve, une fois de plus, l'attachement de l'entreprise à "mieux faire vivre la ville".

L'approfondissement des pistes esquissées, la multiplication des expérimentations par un déploiement complémentaire sur une quarantaine de stations du métro seront les caractéristiques de la prochaine phase du projet : l'étape de préparation des services personnalisés. En effet, la relation entre l'opérateur de services et son client tend à une certaine individualisation porteuse d'efficacité commerciale par la segmentation des marchés et le ciblage des offres. La borne Internet représente un des instruments susceptibles d'apporter une réponse efficace à ce défi du XXI^e siècle. Gageons, qu'à la faveur du couplage avec le projet de télébilletique, la borne Internet exprimera ainsi l'engagement de la RATP vers l'innovation durable. ■

"Prochaine phase du projet : l'étape de préparation des services personnalisés."

LEXIQUE

Internet

Le principe de ce réseau est né, en 1969, aux Etats-Unis avec Arpanet financé par les militaires pour mutualiser les moyens informatiques des universités américaines. En 1986, la "National Science Foundation" prend le relais du financement de l'ARPA. En 1988, le réseau s'ouvre aux entreprises privées.

e-mail

Le courrier électronique (e-mail) est devenu le principal outil de la palette Internet. Service postal instantané, un courrier électronique parvient à son destinataire, partout dans le monde, dans les minutes qui suivent son envoi. On peut lui "attacher" des fichiers ou faire une liste de distribution (mailing), c'est-à-dire envoyer le même message à plusieurs correspondants.

Web

Longtemps, l'interface utilisateur du réseau ne proposait que du texte et exigeait une véritable technicité. En 1992, le World Wide Web, la "toile d'araignée mondiale", inventé par l'anglais Tim Berners Lee du CERN à Genève, marque l'essor d'Internet. Avec l'utilisation du langage html (hypertext mark-up language), Internet présente désormais une interface graphique, simple et interactive de liens hypertextes.

GPRS

General Packet for Radio Services, ce protocole permet une transmission rapide de données entre un téléphone portable et un serveur Internet (liaison limitée à 115 kbits/s). Actuellement en cours d'essai, le GPRS sera étendu à l'ensemble du territoire français avant la fin 2001. Il sera remplacé par l'UMTS.

UMTS

Universal Mobile Telecommunications System, ce protocole permet un échange de données multimedia entre un mobile et un serveur Internet (liaison pouvant atteindre 2 Mbits/s). L'UMTS, annoncé en France pour 2003, obligera à une refonte technique des réseaux de mobiles pour un coût affiché de 30 milliards de francs par opérateur.

WAP

Wireless Application Protocol, permet de relier un téléphone cellulaire ou un assistant électronique personnel au monde d'Internet. C'est un langage qui traduit des extraits du Web en informations simplifiées pouvant être lues sur un écran de taille réduite (liaison limitée à 56 kbits/s).

ECOLOGIE URBAINE : LA POLITIQUE VELO DE LA RATP

Depuis quelques années, le champ d'investigation de la RATP s'est considérablement élargi à des domaines en relation directe ou indirecte avec celui du transport. Son rôle d'acteur urbain a été valorisé par ces actions diversifiées. Depuis les années 90, l'utilisation du vélo a été réactualisée dans le cadre de la multimodalité élargie avec la mise en place des parcs de rabattement sur le réseau. Depuis ces premiers essais, les actions concrètes proposées par la RATP sont maintenant les références d'une conjugaison intelligente de l'usage du vélo associé aux transports en commun, alternative viable à d'autres moyens de déplacement. Cet engagement de l'entreprise confirme son attachement à l'écologie urbaine.

URBAN ECOLOGY: RATP POLICY FOR BICYCLES

Over the last few years, the RATP's field of investigation has spread considerably into areas in direct or indirect connection with transport. Its role as a player in the city has been enhanced by this diversification. Since the nineteen-nineties and increasing multi-modal transport, parking spaces have been made available to allow travellers to ride to stations on the network, thus encouraging this type of transport. From these early beginnings, the RATP's concrete proposals have led the way to intelligent use of bicycles in conjunction with public transport, offering a viable alternative to other means of travel. This undertaking shows the RATP's attachment to urban ecology.

UMWELTSCHUTZ IN DER STADT: DIE RATP SETZT AUFS FAHRRAD

Seit einigen Jahren dringt die RATP mit Untersuchungen in Bereiche vor, die in mittelbarem bzw. unmittelbarem Zusammenhang mit ÖPNV stehen. Die Rolle des Unternehmens als Akteur des städtischen Lebensraum wurde durch diese verschiedenen Operationen valorisiert. Seit Beginn der 90er Jahre wurde die Benutzung des Fahrrads im Rahmen des multimodalen Nahverkehrs wieder in Mode gebracht und im RATP-Netz verschiedene Fahrradstellplätze mit Anschluss an die Verkehrsmittel eingerichtet. Nach diesen ersten Tests folgten konkretere Aktionen mit denen sich das Fahrrad als intelligente Ergänzung zum ÖPNV und somit als echte Alternative zu anderen Verkehrsmitteln seinen Platz schuf. Diese Aktion des Unternehmens unterstreicht erneut das Interesse, das die RATP dem Umweltschutz im städtischen Lebensraum entgegen bringt.

ECOLOGÍA URBANA: LA POLÍTICA DE BICICLETAS DE LA RATP

Desde hace algunos años, el campo de investigación de la RATP se ha extendido considerablemente a ámbitos relacionados directa o indirectamente con el del transporte. Esta diversidad de acciones pone de realce su papel de actor urbano. El uso de la bicicleta se reactualizó desde los años noventa, dentro del marco del transporte multimodal ampliado con el establecimiento de los parques de alquiler de bicicletas en la red. A partir de estos primeros ensayos, las acciones propuestas por la RATP son referencias del buen uso de la bicicleta y de los transportes colectivos, alternativa a otros medios de desplazamiento, siendo además la manifestación del interés por la ecología urbana.

ECOLOGIE URBAINE

La politique vélo de la RATP



Le Cyclobus "Roue Libre" rue de la Victoire.

RATP - DGC - D. Dup

par Jean-Claude Berardo
et Fabrice Odelot,
département des Projets

La RATP aime le vélo parce qu'elle aime la ville qui va avec. Ce slogan résume la stratégie globale sur l'utilisation de vélo en milieu urbain que l'entreprise a développée en partenariat avec les associations de cyclistes urbains et les tutelles, pour fédérer et coordonner les différents projets "vélo" dans les espaces de transport. Le vélo a été choisi pour son rôle exemplaire dans la politique d'écologie urbaine de la RATP qui constitue le "fil rouge" de son projet d'entreprise. Le lien avec le design est double : d'abord, par une volonté de design global des produits vélo ; ensuite, par l'intégration de l'esprit d'écologie urbaine dans le management du design à la RATP. La politique vélo de la RATP se décline ainsi en cinq axes :



RATP - DGC - B. Marguerite

Le partage de la voirie, une alliance vélo/transports publics.

■ Le rabattement simple et efficace aux gares du RER comme aux stations de métro en banlieue est fondamental pour permettre la complémentarité facile vélo/transports collectifs. La généralisation des abris vélos originaux (design RATP) aux abords des gares du RER, du Tram et des stations de métro en périphérie de Paris est prévue pour le printemps 2001.

Le prototypage de la première "Station Service Vélo" en 2000 et le déploiement du concept, d'ici cinq ans, sur cinq sites en grande couronne est une nouvelle avancée dans le rabattement. Ces espaces de grande capacité seront gardiennés et proposeront des services spécifiques relatifs au vélo.

■ Le partage de la voirie est également un signe visible de l'alliance vélo/transports collectifs. Pour améliorer la circulation combinée cyclistes/autobus dans les couloirs mixtes, un groupe de travail cyclistes/machinistes a rédigé une charte de bon voisinage. Ces réunions de concertation ont aussi proposé l'amélioration des profils des couloirs mixtes pour préserver la sécurité physique des cyclistes, les conditions de conduite des machinistes et le confort des voyageurs de l'autobus.

■ L'accès des vélos aux réseaux ferrés fait partie de la nécessaire complémentarité vélo/transports collectifs. Toutes les rames de RER possèdent des logos sur certaines portes qui permettent l'accès

"Pour une ville plus attractive et plus saine."



RATP - DGC - B. Marguerite

La Maison Roue Libre, rue Rambuteau.

■ L'action sur la culture vélo fait partie de notre stratégie de présence tant en interne qu'en externe. Le design global de la famille des produits vélo est directement décliné de l'identité visuelle de la RATP. Pour mieux faire comprendre la complémentarité du mode vélo et de celui du TC, des vélos de service sont proposés aux agents de l'entreprise à la Maison de la RATP.

Dans le cadre d'opérations promotionnelles sur les déplacements doux, comme "la journée en ville sans ma voiture", la RATP est toujours présente sur le terrain en proposant des vélos en prêt.

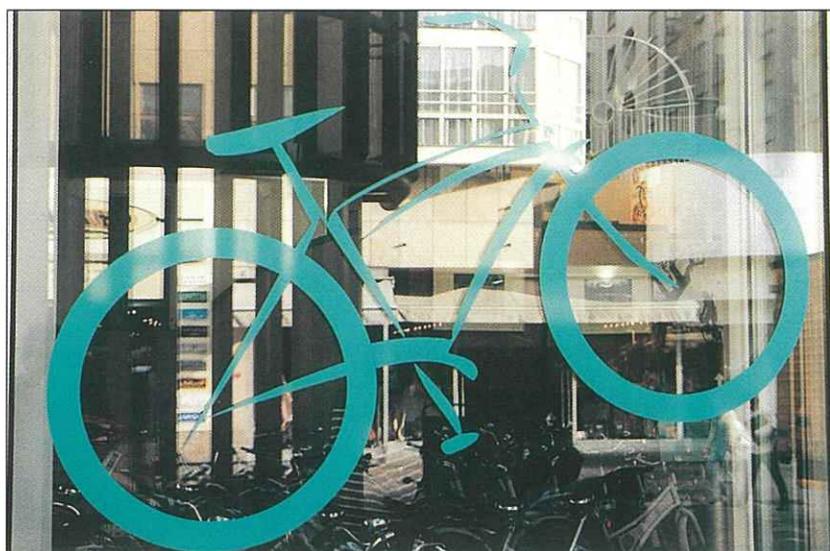
■ POUR UNE VILLE PLUS RESPIRABLE

Au-delà de sa mission de transporteur, la RATP souhaite affirmer son rôle d'acteur urbain pour une ville plus attractive et plus saine. Dans cette perspective, elle compte approfondir une alliance intelligente entre vélos et transports en commun. Dans son rôle de transporteur, la RATP est un acteur privilégié de l'écologie urbaine ayant



RATP - DGC - B. Marguerite

Portillon spécifique d'accès à la ligne 1.



RATP - DGC - B. Marguerite

La vitrine centrale de la Maison Roue Libre.

conscience de son importance et de la place qu'elle doit tenir. L'écologie urbaine apparaît comme une dimension transversale stratégique de la RATP pour répondre aux préoccupations liées à son environnement. Plusieurs projets ont été ainsi lancés afin de prendre en compte ces nouvelles données qui couvrent quatre dimensions :

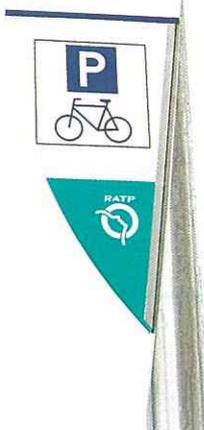
- un réel respect de l'environnement par des propositions concrètes et visibles,
- un nouveau dialogue avec ceux qui entourent la RATP, en particulier avec les associations,
- une gestion efficace des ressources à tous les niveaux de l'entreprise,
- une adaptation aux évolutions de la société, une nouvelle réactivité de l'entreprise.

Pour traduire cette volonté, la RATP a besoin de mener des actions symboliques ayant un fort impact en termes d'image. Le vélo est un vecteur de choix pour l'expression de cette stratégie.

LA MULTIMODALITÉ APPLIQUÉE AU VÉLO

Les années 1990 ont vu se développer le concept de "pôle multimodal", lieu de correspondance entre différents modes de transports, inséré dans l'univers urbain. L'aménagement de ces pôles se fait en partenariat avec les différents transporteurs mais aussi avec les municipalités et la région Ile-de-France.

Dès 1996, l'idée d'installer des parcs de stationnement pour vélos dans ces pôles s'est traduite par la mise en service de parcs pilotes à proximité de plusieurs stations de métro en périphérie et dans certaines gares du RER (lignes A et B). La RATP a créé un abri vélo original et un système sécurisé d'attache du vélo. Les produits existant sur le marché ne correspondaient pas aux besoins spécifiques de l'entreprise en termes de fabrication et de design. Un "mât totem" aux couleurs de la RATP identifie le service aux abords de la gare ou



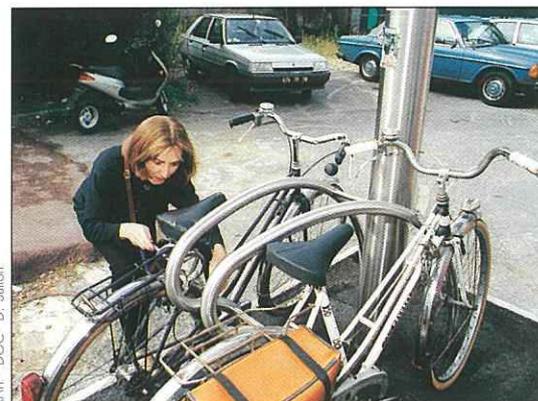
de la station. Douze sites pilotes ont ainsi été installés, avec dix-huit abris originaux offrant 182 places de stationnement.

En partenariat avec la région, le STP, et les municipalités intéressées, qui souvent profitent de l'installation de parcs à vélos dans leur commune pour réfléchir à une politique d'utilisation des deux roues, l'installation de parcs à vélos s'est poursuivie à un rythme soutenu. En juin 2000, soixante-dix sites ont été équipés offrant, sous quatre-vingt-cinq abris, 1 016 places de stationnement.

Une attache primée

La RATP n'était pas satisfaite des systèmes d'attache de vélos disponibles sur le marché. En Allemagne comme au Canada, les systèmes disponibles étaient peu pratiques et d'un design peu engageant. La conception d'une attache répondant aux critères de sécurité (trois points d'attache possibles) et d'esthétique (intégration à l'abri vélo) a été confiée à un designer interne.

L'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI), qui décerne chaque année les "Étoiles de l'Observateur du design", a retenu cette attache parmi 140 produits sélectionnés pour lui attribuer un prix.



RATP - DGC - D. Sullivan

Parc de stationnement de Bures-sur-Yvette.

La Station Service Vélos

Concept innovant en Ile-de-France, ces espaces, situés dans des lieux stratégiques, offriront une complémentarité optimale avec les transports en commun. Ils proposeront, à des prix attractifs, des services spécifiques autour du vélo :

- le stationnement fermé et gardienné des vélos,
- la location de vélos,
- les petites réparations,
- la vente de produits dérivés aux couleurs de la RATP.

Ces lieux conviviaux au design attrayant permettront également aux cyclistes de s'informer sur la vie quotidienne du monde du vélo urbain.

En novembre 2000, un premier site prototype de 560 m² sera installé à la gare de Neuilly-Plaisance. Le bâtiment sera situé sous le viaduc du RER, en face de l'accès principal de la gare, au cœur du pôle multimodal : gare routière et RER A.

**LA RATP, PREMIER LOUEUR DE VELOS EN ILE-DE-FRANCE
AVEC 25 000 LOCATIONS EN 1998 ET 42 000 EN 1999**
par Laurent Thomas et Marion Le Cren, département commercial



RATP - DGC - D. Dupuy

Cyclobus, opération Roue Libre, place du Châtelet.

La Maison Roue Libre. Structure permanente située au cœur de Paris près du Forum des Halles, la Maison Roue Libre offre toutes les facilités aux adeptes du vélo pour profiter pleinement de leur passion et aux non-initiés pour découvrir ce moyen de transport.

Ce lieu a pour vocation de donner au vélo la juste place qu'il mérite, comme moyen de locomotion pratique, complémentaire des transports en commun, et comme vecteur de loisirs. La Maison Roue Libre prend part aux actions d'amélioration de la qualité de vie et de préservation de l'environnement. Elle constitue un pôle d'échanges d'idées, d'informations et d'expériences, tourné vers le grand public, les institutions, les associations, les entreprises et les animateurs de la vie locale.

Service de location

À partir de 20 F de l'heure, 50 F la demi-journée, 75 F la journée, assurance comprise.

Tarif spécial la semaine : 30 F par jour.

Balades guidées découvertes

Durée de 1 h 30, 3 h ou une journée, sur des thèmes attrayants comme "L'Égypte à Paris", "Paris mystérieux", "La balade des marchés"... Les tarifs débutent à 85 F par adulte, location et assurance du vélo incluses.

Les services Roue Libre. Ils sont assurés par cinq cyclobus (bus-ateliers) qui fonctionnent les week-ends et jours fériés entre avril et la mi-octobre. Dans Paris, ils stationnent dans des lieux proches du métro ou du RER, sélectionnés pour leur environnement agréable et adapté à la pratique du vélo. Cette année, les cyclobus sont placés sur cinq sites (Denfert-Rochereau, place de Stalingrad (bassin de la Villette), place du Châtelet, porte d'Auteuil et château de Vincennes) en plus du 13^e arrondissement et de la Maison Roue Libre. Les emplacements varient selon la saison.

Les Citybike. Une fois par mois, les vélos prennent la capitale. Le dernier samedi de chaque mois, la RATP et NRJ organisent les Citybike. Cette manifestation gratuite et ouverte à tous a pour but de faire découvrir ou redécouvrir un autre visage de Paris et inciter à vivre différemment notre ville. Les parcours sont à chaque fois différents.

Les services vélos. Outre les locations de vélos et les balades guidées, Roue Libre propose un service de petite maintenance, de gardiennage, de conseils et d'informations autour du vélo. Les services Roue Libre s'adressent à la clientèle tourisme et loisirs, mais aussi

à la clientèle professionnelle. La Maison Roue Libre met à disposition des entreprises, des comités d'entreprises, des communes, son parc de 800 vélos pour concevoir et organiser des animations originales dans le cadre de séminaires ou de congrès.

Ces organismes ont également la possibilité de louer pour une longue durée une flotte de vélos révisés tous les quinze jours afin de faciliter le déplacement de leurs clients, visiteurs ou collaborateurs. C'est le cas de l'Assemblée nationale, du Conseil régional, de la DDE. La RATP entend ainsi faire la démonstration que le vélo n'est pas un mode de transport réservé aux déplacements touristiques et de loisirs mais qu'il s'inscrit également dans une utilisation quotidienne ou pour un usage domicile-travail.

Le service roller. Depuis cette année, le roller fait partie de la famille. Grâce à nos nouveaux partenaires, l'Ecole Française de Roller et Roller Station, Roue Libre propose de découvrir les nouvelles sensations de la glisse urbaine, en toute sécurité. Autre mode doux, le roller est pratique, urbain, rapide et se transporte partout. Quels que soient le niveau et l'âge des participants, des balades originales, des initiations, des cours particuliers ou en groupe sont organisés au départ de la Maison Roue Libre.

Tarifs

<i>Cours collectifs</i>	75 F pour les adultes
<i>Cours particuliers</i>	200 F l'heure pour les adultes
<i>Balades guidées de 3 h</i>	135 F pour les adultes

Les partenaires de l'opération Roue Libre. Afin de financer et de promouvoir Roue Libre, la RATP a engagé des partenariats avec des acteurs dont l'activité ou les préoccupations sont liées à la vie en ville, à l'environnement ou au vélo. La chaîne de proximité Monoprix qui, comme la RATP, souhaite améliorer la circulation en centre-ville et lutter contre la pollution, communique sur les services Roue Libre auprès de ses clients. La Société Anonyme d'Economie Mixte d'Exploitation du Stationnement de la Ville de Paris (SAEMES) propose une réduction de 30 % sur le prix de stationnement pour chaque location de vélos Roue Libre. CGU Abeille Assurances, spécialiste de l'assurance loisirs en milieu urbain, est le partenaire assureur de la Maison Roue Libre et de l'ensemble du parc de vélos. Il met gracieusement à la disposition des locataires de vélos Roue Libre des antivols, des casques, des sièges bébés et une carte téléphonique qui permet, en cas de difficulté, de joindre gratuitement la Maison Roue Libre. Enfin, une Smart équipée d'un porte-vélo est mise à la disposition de Roue Libre pour l'assistance rapatriement des cyclistes qui rencontrent un problème technique. En plus de l'apport de services, ces partenaires ont sponsorisé Roue Libre à hauteur de 700 KF. La promotion du service au sein du réseau RATP et l'intégration du vélo dans les produits de la RATP (Paris Visite, Carte Intégrale, Seniorcité...) font partie des chantiers de la RATP en matière de promotion des services Roue Libre. La Maison Roue Libre enregistre une grosse demande pour la location les week-ends entre le 15 mai et le 15 septembre. Elle cherche désormais à accroître la demande en semaine afin d'augmenter la fréquentation et de pouvoir baisser le prix du service. L'ouverture de nouvelles Maisons Roue Libre est aussi à l'ordre du jour.



Le véhicule d'assistances-rapatriement offert par Smart.



Futur Station Service Vélos de NeUILly-Plaisance.

Ce prototype comprendra un espace de stockage gardienné de 200 vélos pour les usagers ainsi qu'une flotte de 90 vélos de location Roue Libre. Un réseau cyclable aménagé par la municipalité facilitera l'accès des vélos vers le pôle multimodal (complémentarité avec les transports en commun) et vers les bords de Marne (vélo loisir).

"Roue Libre", le plus de la location

Sous son aspect ludique, ce service est un véritable outil de promotion du vélo urbain. En effet, de nombreux citoyens qui ont utilisé ce service se déplacent désormais à vélo au quotidien. Les chiffres en constante progression prouvent qu'il existe une forte demande quantitative, mais également qualitative, puisque les services proposés sont en évolution permanente au gré des souhaits de notre clientèle.

Les vélos dans le métro et le RER

Sur les lignes A et B du RER, le transport des vélos est autorisé, dans les voitures marquées d'un pictogramme spécifique, les samedis, dimanches et jours fériés toute la journée ; en semaine, toute la journée, excepté pendant les heures de pointe (de 6 h 30 à 9 h et de 16 h 30 à 19 h).

Les "voyageurs-cyclistes" peuvent emprunter la ligne 1 du métro, tous les dimanches, de l'ouverture jusqu'à 16 h 30. Toutes les stations de la ligne 1, y compris les stations de correspondance, sont équipées de portillons qui permettent le passage des vélos à l'exception de Louvre-Rivoli et de Grande Arche de la Défense.

Dans Paris *intra-muros*, les correspondances entre les lignes RER sont possibles mais les entrées et sorties du réseau ne sont pas autorisées. Cette accessibilité partielle n'est pas satisfaisante. Deux gares de la ligne B vont servir de sites tests pour mettre en place une accessibilité totale : portillon spécial, goulotte de guidage dans les escaliers, etc. Après expérimentation, toutes les gares du RER seront remises à niveau en utilisant le même concept.



L'accès au RER de la ligne A.

Les bus et le vélo

La RATP participe aux concertations lancées par la Ville de Paris sur la mise en place de couloirs combinés bus/vélos. Elle a, par ailleurs, constitué un groupe de travail entre cyclistes et machinistes chargé d'élaborer une charte de bon voisinage. Ce document a été largement diffusé auprès des associations de cyclistes et des machinistes des centres bus. Ce travail en commun a permis l'ouverture officielle de 69 km de couloirs aux cyclistes, première étape positive visant à préserver la sécurité des cyclistes et le bon fonctionnement du réseau de bus. Pour concrétiser cette entente, un rétroviseur aux couleurs de la RATP sera distribué aux cyclistes qui respectent ce partage à l'occasion de "la journée en ville sans ma voiture". Tous les nouveaux projets d'insertion de couloirs de bus font l'objet d'une réflexion pour y intégrer les vélos en toute sécurité.

Le "Vélo d'Or" 1997

En 1997, la RATP a reçu le premier prix, dans la catégorie "Entreprises", au concours "Vélo d'Or" organisé par les ministères de l'Environnement et de l'Aménagement du territoire, de l'Équipement, des Transports et du Logement, de la Jeunesse et des Sports pour ses actions en faveur du vélo.

LE VELO AU NIVEAU NATIONAL ET INTERNATIONAL

La RATP a intégré, dès le début de ces recherches sur les déplacements à vélo, les institutions nationales qui sont parties prenantes des modes de déplacement doux. Elle a été le premier transporteur à adhérer au club des villes cyclables. Elle siège au conseil d'administration. Elle fait également partie du comité de suivi vélo national sous l'instance du ministère de l'Environnement et du ministère des Transports depuis sa création en 1995. Quant à la recherche sur les modes de déplacements non motorisés, la RATP est intégrée au comité de recherche du programme national de



RATP - DGC - B. Marguerite

La fête du vélo à Paris.

recherche et d'innovation dans les transports terrestres (PREDIT), à l'initiative des ministères de la Recherche, des Transports, de l'Environnement et de l'Industrie, de l'Ademe et de l'Anvar.

La RATP fait partie de l'instance internationale "Velo City" qui regroupe les villes et les transporteurs qui développent une stratégie d'intégration du vélo comme mode de déplacement. En 1999, c'est à Graz en Autriche et à Maribor en Slovénie que s'est déroulée la 11^e conférence internationale sur le vélo. En partenariat avec le Mouvement de Défense de la Bicyclette, la RATP y a présenté sa politique de cohabitation bus/vélo en zone urbaine et la charte de bon voisinage qu'elle a éditée. Elle permet aux conducteurs de bus comme aux cyclistes de mieux se connaître et de respecter les règles de circulation en zone urbaine.

Si chaque ville ou réseau développe une politique adaptée aux conditions géographiques, historiques et organisationnelles locales, Paris et la RATP, par la cohérence de leur politique vélo étroitement liée au développement urbain et aux transports collectifs, apparaissent comme un exemple remarquable. Lorsque les transports publics de Berlin se sont interrogés sur l'opportunité d'une politique intégrant les déplacements à vélo, ils ont demandé à la RATP de faire une présentation de ses axes d'action et de leur mise en place dans sa stratégie d'entreprise. Cette aide à la décision devrait se poursuivre puisque les transports de Berlin ont manifesté le désir d'informer la RATP sur le déroulement de leur réflexion.

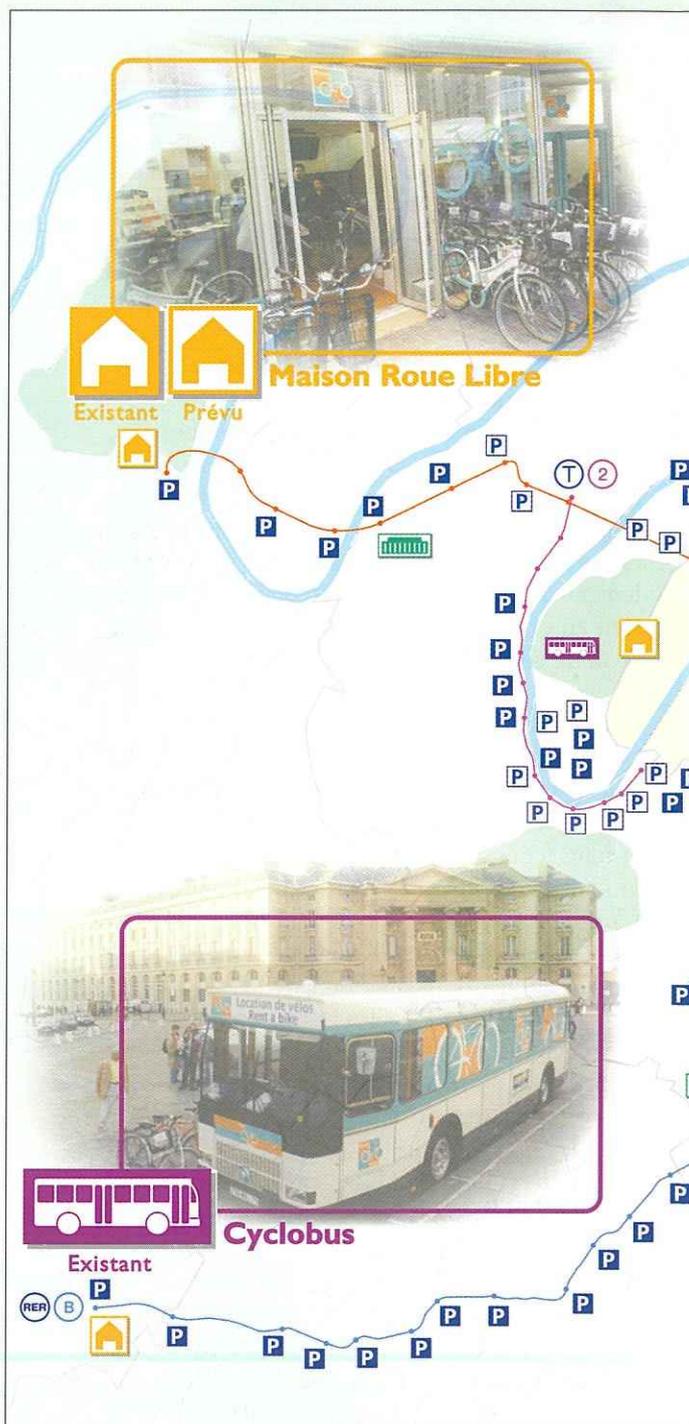
■ UN CHANGEMENT CULTUREL

Par des actions organisées et cohérentes autour de l'utilisation du vélo et des transports en commun, la RATP démontre qu'un changement culturel est possible. Cette évolution n'est acceptable qu'en proposant des concepts validés par les utilisateurs et qui accompagnent d'autres initiatives mises en place par les autres acteurs en Ile-de-France.

La viabilité et l'intérêt d'une conjugaison totale vélo/transports collectifs seront encore plus efficaces avec l'utilisation du passe sans contact qui permettra de faire du transport en commun de "porte à porte" dans les meilleures conditions. ■

Au-delà des aspects financiers, les activités liées au vélo sont porteuses d'un retour d'image considérable. Elles alimentent d'une manière concrète tous les axes stratégiques liés au plan de déplacement urbain. Elles s'inscrivent d'une manière évidente dans le fil conducteur du plan d'entreprise de la RATP : l'écologie urbaine. Enfin, elles rentrent d'une manière exemplaire dans le cadre du "verdissement" des institutions.

La RATP est considérée par toutes les autorités organisatrices



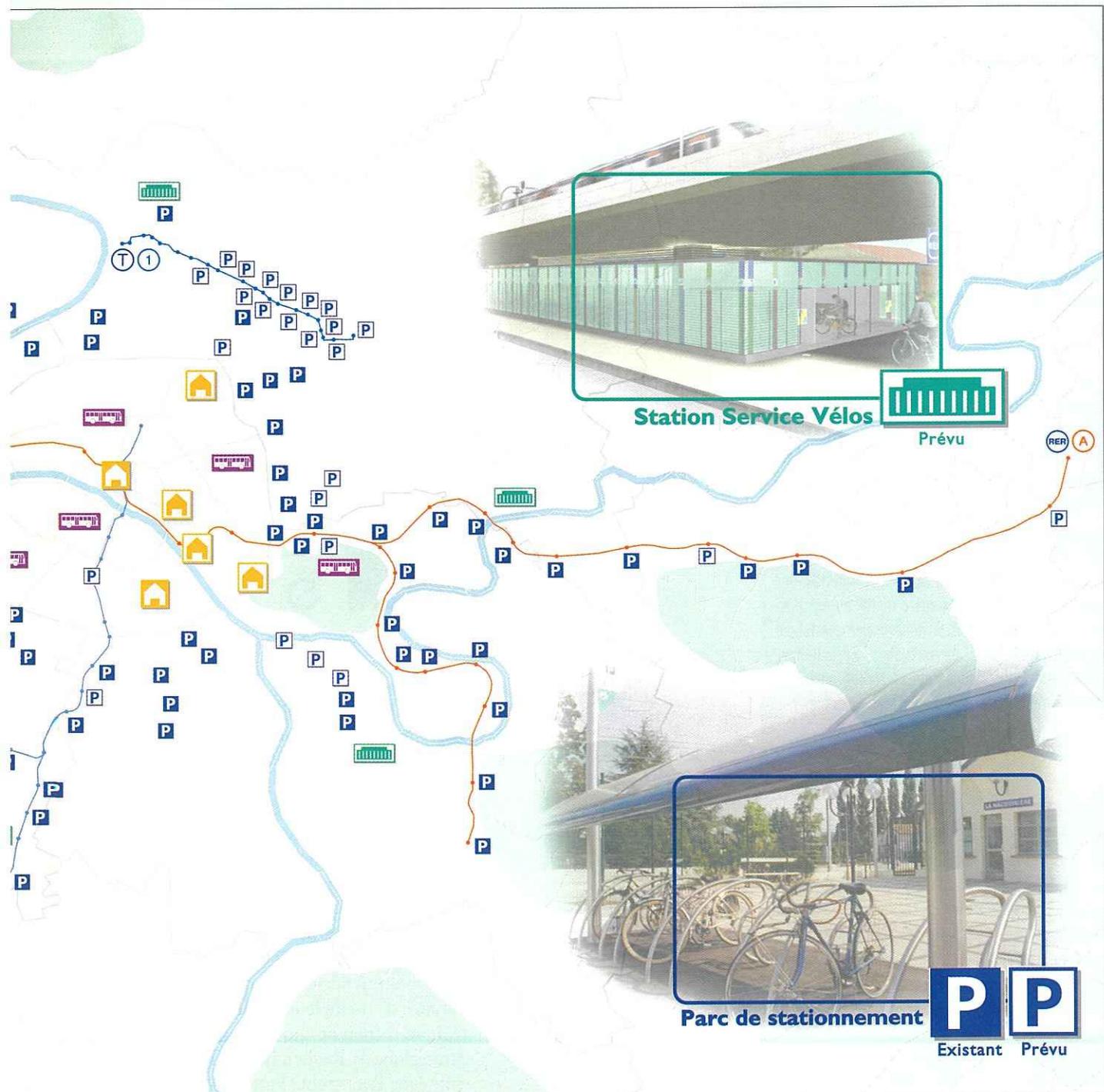
LA COMPLÉMENTARITÉ EN MARCHÉ

comme un modèle cohérent et pratique de la conjugaison du vélo et des transports en commun. L'impact médiatique de cette reconnaissance conduit la RATP à assurer un rôle de prescripteur. A l'horizon 2004, la région Ile-de-France sera maillée par un réseau cyclable optimisé, assuré par l'interconnexion de neuf maisons Roue Libre, cinq stations services vélos, six Cyclobus et les parcs de stationnement qui équiperont la totalité de notre réseau en Ile-de-France. Son couplage cohérent avec l'ensemble

des transports en commun est étudié par un groupe de travail composé d'associations de cyclistes urbains et d'utilisateurs du réseau de transports. Pour plus de facilité et de cohérence, les Franciliens pourront utiliser le passe sans contact comme moyen de paiement unique, vélo et transport en commun.

Cet effort de conjugaison des "modes doux" est une étape vers l'appropriation, par les utilisateurs de ces modes, des espaces qui ont été trop généreusement consacrés à l'automobile.

Le vélo et la RATP en Ile-de-France à l'horizon 2004



Infographie de Samuel Rivot

RECHERCHE :
LA RATP ET LA RECHERCHE

La recherche est une activité vivifiante et stratégique pour une entreprise. Elle favorise l'ouverture sur la prospective et l'innovation et permet de préparer l'avenir. Les départements de la RATP exercent une activité de recherche - développement dans leur spécialité. L'unité Veille Stratégique & Recherche en assure la coordination et la visibilité d'ensemble en s'appuyant sur un réseau. Le comité stratégique recherche assure le pilotage d'ensemble. La plupart des recherches s'inscrivent dans les programmes nationaux ou européens. Autour de cette activité, des réseaux internes et externes à l'entreprise se développent.

RESEARCH:
THE RATP AND RESEARCH

Research is an inspiring, strategic activity for a company. It favours forward-looking attitudes and innovation, and allows the future to be prepared for. All RATP departments have R & D activity in developing their specialities. The Veille Stratégique & Recherche (strategic monitoring and research) unit is in charge of co-ordination and transparency by means of a network. The strategic committee on research ensures piloting of the whole. Most research is undertaken in the framework of national or European programmes. Networks both inside and outside the company are developing in and around this activity.

FORSCHUNG:
DIE RATP UND DIE FORSCHUNG

Forschung ist für ein Unternehmen eine belebende und strategische Aktivität. Sie fördert Planung und Innovation und hilft die Zukunft vorzubereiten. Die verschiedenen Sparten der RATP sind in der FuE ihrer jeweiligen Domänen aktiv. Die Einheit "Veille Stratégique & Recherche" (Strategische Überwachung & Forschung) kümmert sich mittels eines Netzes um die Koordination und die Übersichtlichkeit sämtlicher Arbeiten. Der strategische Forschungsausschuss steuert sämtliche entsprechenden Aktivitäten. Die meisten Forschungsprojekte erfolgen im Rahmen nationaler bzw. europäischer Forschungsprogramme. Um diese Aktivitäten herum entstehen nach und nach unternehmensinterne und -externe Forschungsnetze.

INVESTIGACIÓN:
LA RATP Y LA INVESTIGACION

La investigación es una actividad revitalizante y estratégica para una empresa. Favorece la apertura a la prospectiva y la innovación y permite preparar el futuro. Los departamentos de la RATP desempeñan una actividad de investigación + desarrollo dentro de su especialidad. La unidad de Supervisión Estratégica e Investigación garantiza la coordinación y la visibilidad de conjunto por medio de una red. El comité estratégico de investigación garantiza el control de conjunto. La mayor parte de las investigaciones se inscriben en los programas nacionales o europeos. En torno a esta actividad, se desarrollan redes internas y redes externas a la empresa.

RECHERCHE

**La RATP
et la recherche**



par Jean-Paul Perrin,
département Stratégie,
Recherche, Partenariats

La recherche est une activité vivifiante et stratégique pour une entreprise. Elle favorise l'ouverture sur la prospective et l'innovation et permet de préparer l'avenir. Il est donc naturel que la RATP anime un programme de recherches appliquées dans les nombreuses disciplines que sous-tend son activité. La recherche & développement (R&D) de la RATP est décentralisée comme les autres activités de l'entreprise. C'est au sein des départements et des unités que s'effectuent les travaux dans les domaines privilégiés par ces entités. Toutefois, un pilotage d'ensemble est assuré par un comité stratégique recherche qui s'appuie sur l'unité Veille Stratégique & Recherche (VSR) du département Stratégie, Recherche, Partenariat (STR). Celui-ci a la charge de coordonner les recherches, de gérer les fonds alloués à la recherche, d'assurer la lisibi-

lité d'ensemble et la valorisation de la recherche, enfin d'aider à établir les relations avec les organismes concernés par la recherche dans les transports. Ces missions ne peuvent s'exercer qu'au travers de réseaux internes et externes bien structurés. Les actions de recherche et développement affectent, de ce fait, des formes très variées.

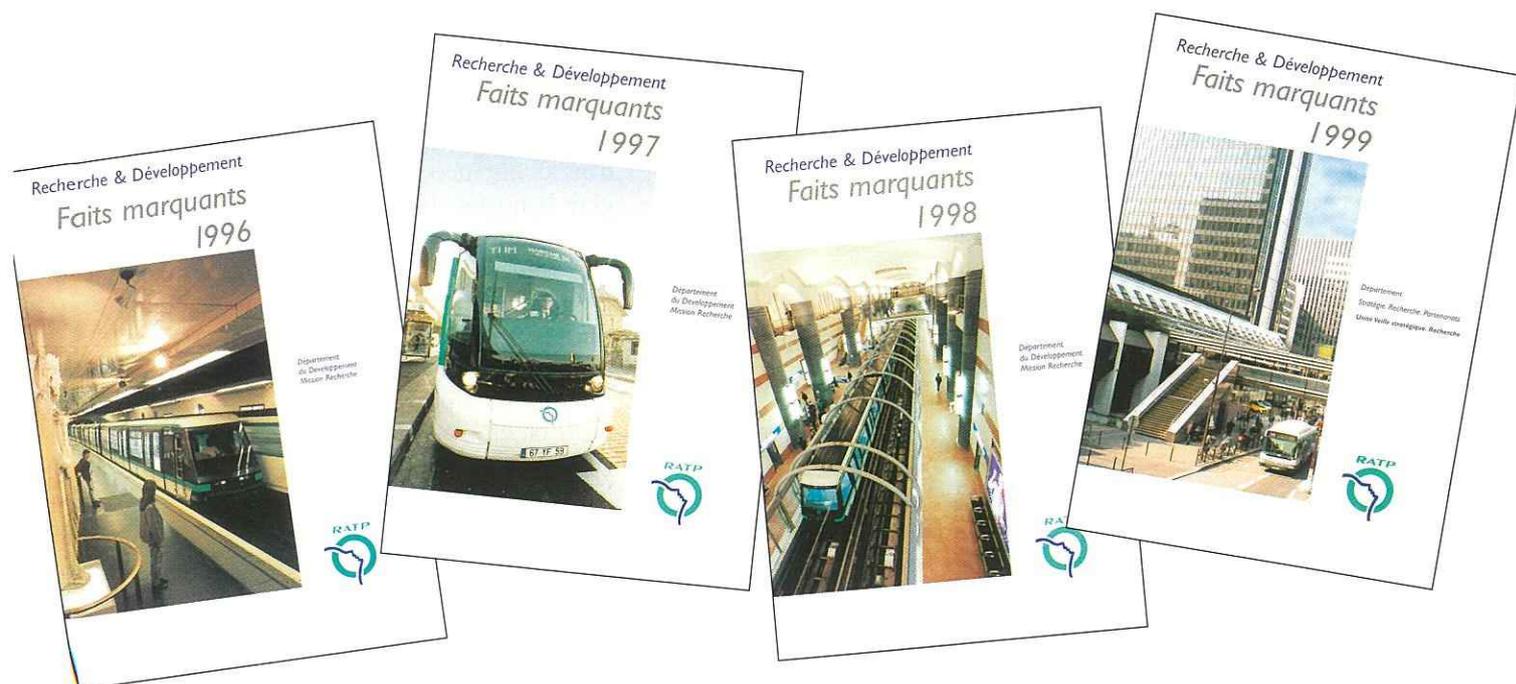
PROSPECTIVE, METHODES, OUTILS, PROTOTYPES, EXPERIMENTATIONS

Les actions de recherche et développement peuvent avoir un caractère exploratoire ou prospectif ou s'intégrer dans les études destinées à mettre en œuvre un projet de réalisation.

Depuis 1997, on a distingué les recherches stratégiques qui sont pilotées de façon centralisée, des recherches départementales plus tournées vers l'évolution des outils et des métiers qui sont

- Recherches économiques et sociétales.
- Ecologie urbaine, ergonomie, confort.
- Réseau de surface du futur.
- Télébillettique intégrée en milieu urbain.
- Métro du futur.
- Pôles d'échange multimodaux et lieux de vie.
- Information voyageurs multimodale en milieu urbain.
- Nouveaux produits - Nouveaux services.
- Ressources humaines - Nouveaux métiers.
- Composants, sous-systèmes et infrastructures.
- Outils et méthodes d'aide à la maintenance.

Cette classification établie en 1996 est susceptible d'évoluer. Il paraît, par exemple, intéressant de regrouper sous un même thème les applications des technologies de l'information et de la communication pour en tirer le meilleur parti et ce, malgré leur évolution accélérée. Les évolutions organisationnelles et institutionnelles sont de nature à



placées sous la responsabilité des départements. Les ressources humaines consacrées à la recherche sont nécessairement limitées puisque la vocation première de la RATP est d'organiser le service aux voyageurs. La RATP a recours, la plupart du temps, à une sous-traitance auprès d'organismes à fort potentiel de chercheurs et, de préférence, à des partenariats qui s'exercent plus particulièrement dans des cadres nationaux ou européens. Ces partenariats sont le gage d'un intérêt partagé pour un sujet de recherche et la preuve que ce sujet correspond bien à une attente. Ils permettent la mise en commun des moyens intellectuels et financiers. La participation d'étudiants préparant un diplôme universitaire est également un apport précieux.

Les actions de R&D sont actuellement classées selon onze thèmes transversaux.

privilégier tel ou tel thème : le développement d'une activité polarisée sur les territoires en est un exemple. Le plan d'entreprise 2001-2003 sera l'occasion de proposer une classification appropriée.

LE RESEAU INTERNE

La R&D est pilotée par un comité stratégique recherche présidé par Guy Bourgeois. Ce comité comprend une vingtaine de membres de niveau supérieur qui représentent les différents secteurs de l'entreprise. Il se réunit trois ou quatre fois par an pour examiner les propositions des départements, décider du caractère stratégique des actions et faire émerger les axes les plus porteurs. Certains de ses membres sont en charge du pilotage des thèmes transversaux. Ils sont assistés pour cela par les membres de l'unité VSR.



Le pôle d'échanges voyageurs de La Défense.

RATP - DGC - D. Dupuy

Le catalogue des actions de R&D est informatisé sur la base de données "Regard", consultable sur Intranet par l'ensemble de l'entreprise. Cette base est gérée par l'unité VSR. Elle est alimentée par les représentants R&D et les assistants de R&D des départements.

L'entreprise dispose en permanence de la description des actions de R&D, de leur classification, de la prévision des moyens nécessaires en personnels et en dépenses externes, des résultats obtenus et des dépenses réalisées à l'achèvement des actions ou en fin des exercices budgétaires. Un suivi en temps réel est ainsi possible. Comme pour toute base de données, la qualité de ce suivi repose sur la fidélité des informations introduites dans la base qui, elle-même, dépend des différents acteurs concernés.

Ce réseau interne permet de faire circuler les informations sur la R&D dans l'entreprise. Toute idée pertinente de sujet de recherche peut être proposée, *via* le réseau, pour analyse et prise en compte dans le programme.

"La recherche en partenariat et la veille sur l'innovation supposent un réseau externe étendu."

■ LE RESEAU EXTERNE

La recherche en partenariat et la veille sur l'innovation supposent un réseau externe étendu. Une des missions de l'unité VSR consiste à organiser la participation de la RATP à des groupements, des comités ou des institutions qui effectuent de la R&D dans des domaines intéressant l'entreprise. Ces relations permettent d'identifier les thèmes de recherche les plus pertinents et de former les partenariats les plus appropriés.

La participation au programme de recherche et d'innovation dans les transports terrestres (PREDIT) et les contacts permanents avec les instances de la Commission européenne concernées par le Programme Cadre européen de R&D (PCRD) sont au centre de ce réseau. Sa trame externe comprend différentes composantes :

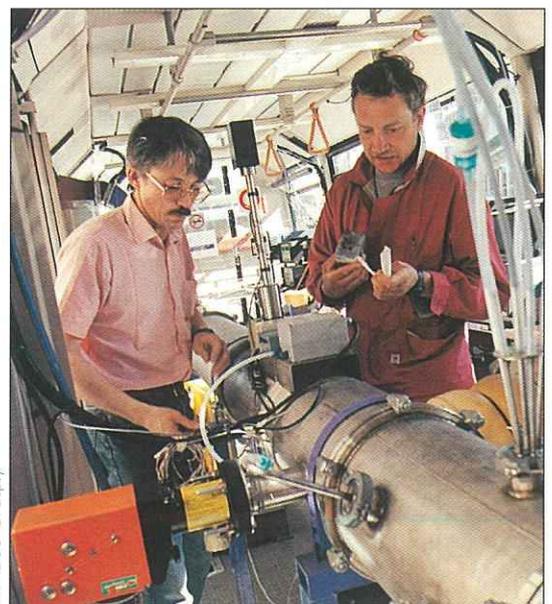
- les groupes professionnels nationaux (UTP) ou internationaux (UITP),
- les laboratoires universitaires ou ceux de grandes écoles aussi bien en Ile-de-France que dans les autres régions,
- des groupements comme le Groupement Régional Nord-Pas-de-Calais pour la Recherche dans les Transports (GRRT),
- les instituts spécialisés au premier rang desquels figure l'Institut National pour la Recherche dans les Transports et leur Sécurité (INRETS) qui entre dans le partenariat de nombreuses actions de R&D ; des représentants de la RATP siègent d'ailleurs au conseil d'administration et au conseil scientifique de l'INRETS,
- différents lieux d'échange comme les clubs CRIN qui réunissent représentants de l'industrie et de la recherche ou l'Institut de Sûreté de Fonctionnement qui gère des recherches d'intérêt commun à plusieurs entreprises.

■ LE PREDIT

La RATP est représentée au plus haut niveau dans les instances du PREDIT.

Guy Bourgeois fait partie du bureau du comité d'orientation et préside le thème "matériels de transport urbain". Des représentants de la RATP participent, en tant qu'experts, aux comités de thèmes qui concernent les transports publics urbains.

De nombreux projets lui ont été soumis directement ou en réponse à des appels à propositions. Actuellement, une vingtaine d'actions sont en cours. Le carrefour organisé à Lille, en mars 1999, a mis en lumière une centaine de thèmes de recherches et d'innovations parmi le millier de projets lancés alors. La RATP y prenait une part significative. Pour illustrer la variété des sujets traités,



RATP - DGC - D. Dupuy

Laboratoire de mesure de pollution embarqué sur un bus.

les actions suivantes dont la RATP a été, ou est encore, partenaire, voire pilote, peuvent être citées.

- Performance territoriale des réseaux de transport (RETIS) : logiciel de modélisation et d'évaluation spatio-temporelle de l'offre de transport en commun.

- Traitement des nuisances olfactives dans le métro.

- Expérimentation de systèmes guidés de transport intermédiaire sur pneus sur la ligne TVM.

- Conception d'un trottoir rapide.

- Innovation dans la gestion des déplacements urbains : station service vélos.

- Besoins en information et en orientation des voyageurs aveugles ou malvoyants dans les transports collectifs (BIOVAM).

- Programme d'expérimentation Francile : passe sans contact.

- Utilisation de la méthode B pour la conception des logiciels critiques d'automatismes ferroviaires.

- Détection des anomalies de rail.

Ces deux derniers sujets faisaient partie d'un programme spécifique de recherche sur les automatismes de sécurité et les systèmes de contrôle-commande des transports guidés (ASCOT) que la RATP a animé de 1994 à 2000 et dont les résultats ont fait l'objet d'une journée PREDIT en mars 2000.

■ LE PROGRAMME EUROPEEN DE R&D

La RATP a participé à une douzaine d'actions dans le cadre du quatrième Programme Cadre européen de R&D (PCRD) en cours d'achèvement. On citera en particulier les projets GUIDE (développement et évaluation des pôles d'échange) ; ICARE suivi de CALYPSO (il a associé autour du passe sans contact les villes de Lisbonne et de Venise et les transports du lac de Constance) ; une recherche sur la réduction des bruits de crissement des transports urbains ferrés ; enfin, la définition d'un assistant personnel intégrant les informations relatives à la vie urbaine (PTA/PROMISE).

La Commission européenne a aussi apporté son aide à la réalisation de recherches sur les nouveaux métiers du transport (ADAPT) et sur les nouveaux emplois de ville. La recherche au niveau européen permet d'élargir la connaissance de l'état de l'art et contribue à l'élaboration des directives et des normes de l'Union européenne. En conséquence, la RATP s'est engagée résolument dans le cinquième PCRD. Cinq projets auxquels elle participe ont déjà été retenus à la suite des dépouillements des premiers appels à proposition, une dizaine d'autres sont en préparation. Plus particulièrement, la RATP a décidé de piloter trois grands projets, l'unité VSR étant en charge de leur gestion.



RATP - DGC - D. Dupuy

Le passe sans contact, péage du XXI^e siècle.

- PRISMATICA concerne la sécurité des voyageurs et du personnel. Il a été retenu par la direction générale Transport-Energie (TREN) à l'issue du premier appel d'offres ; son lancement a eu lieu en avril 2000 - voir encadré 3 -.

- RUBIS concerne les systèmes de transport "intermédiaires" (guidés sur pneus). Il s'inscrit dans la suite de l'action PREDIT engagée précédemment qui a fourni, en 1999, ses premiers résultats relatifs aux essais du TVR sur la ligne de bus en site propre TVM.

- UGTMS concerne la définition d'un système de gestion de lignes de transports guidés urbains. Ces deux projets ont été l'objet, en 1999, de nombreux contacts avec les responsables du PCRD et du montage d'importants consortiums représentant toutes les parties intéressées.

■ LA RATP ET LES CHERCHEURS PREPARANT UN DOCTORAT

La RATP, membre de l'Association Nationale de la Recherche Technique (ANRT) - voir encadré 4 - a accueilli, depuis 1991, trente-cinq thésards dans



RATP - DGC - DR

Intérieur d'une rame à intercirculation entre les voitures.



Le TVR à Thiais. Le tramway sur pneus, un système de transport intermédiaire.

le cadre des conventions CIFRE, soit actuellement une présence simultanée d'une douzaine d'étudiants. Parmi les sujets de thèses récemment soutenues, on peut citer :

- les dimensions géographiques de la mobilité et de l'accessibilité en Ile-de-France,
- les phénomènes de mécanique des fluides et de transferts thermiques dans le domaine ferroviaire,
- l'information voyageurs en régime perturbé.

Quelques-uns des diplômés issus de cette formation ont été embauchés par la RATP.

■ LES MOYENS DE LA R&D A LA RATP

La plupart des départements de l'entreprise participent à l'effort de R&D en y consacrant des moyens en personnels et en budgets d'exploitation ou d'investissement.

Le compte d'incitation à la recherche (CIR), qui est géré par le département STR, permet de financer les dépenses externes d'actions stratégiques : principalement des prestations d'étude ou des matériels destinés à des expérimentations ou à des réalisations de maquettes ou de prototypes.

Le compte CIR représente environ 30 MF. Il est abondé par les ressources de subvention venant essentiellement du PREDIT et du PCRD qui peuvent atteindre 10 MF par an. Une trentaine de personnes, en équivalence annuelle, conduisent les recherches en interne ou pilotent les recherches effectuées à l'extérieur.

■ VALORISATION DE LA RECHERCHE

La diffusion d'informations sur la recherche fait connaître et apprécier les capacités d'innovation de l'entreprise et les réponses nouvelles qu'elle apporte aux enjeux du transport public moderne. Outre la vision d'ensemble de la R&D qu'offre la base de données REGARD, l'unité VSR édite chaque année un catalogue de toutes les actions en cours ou en projet et établit un bilan annuel à



Ligne 14, les portes palières, une sécurité accrue.

partir des éléments donnés par les départements. Les chercheurs sont incités à communiquer sur leurs travaux en participant à des colloques. La RATP intervient, parfois, pour organiser des manifestations sur des thèmes qui l'intéressent particulièrement. Les chercheurs peuvent aussi publier des articles, par exemple, dans la revue *Savoir-Faire*. L'unité prospective du département du Développement (DEV) est particulièrement active en la matière : colloques de Cerisy, publications aux éditions de l'Aube.

Enfin, l'unité VSR édite chaque année, depuis 1992, une brochure "Faits marquants de la R&D" qui présente une quinzaine d'articles sur des actions qui viennent de se terminer ou qui ont marqué une étape significative. Cette publication est largement diffusée auprès de nos partenaires. ■



Un bus au GNV à la Concorde, ligne 24.

RATP - DGC - J. Meunier

LE PROGRAMME NATIONAL DE RECHERCHE ET D'INNOVATION DANS LES TRANSPORTS TERRESTRES (PREDIT) <http://www.predit.prd.fr>

Depuis le milieu des années 80, le ministère des Transports, Direction des Transports Terrestres (DTT) et Direction des Affaires Scientifiques et Techniques (DRAST), le ministère de la Recherche (Direction de la Technologie) et celui de l'Industrie sont associés à l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) et à l'Agence Nationale de Valorisation de la Recherche (ANVAR) pour fédérer les industriels et les organismes de recherche dans des programmes quinquennaux de R&D. Après le PRDTTT et le PREDIT I, c'est actuellement le PREDIT2 qui est en cours pour les années 1996-2000. Le ministère de l'Environnement en est également devenu partenaire.

Le comité d'orientation, présidé par Dominique Bussereau, député de la Charente-Maritime, comprend trente-six membres issus des collèges des entreprises, des autorités organisatrices, des usagers des transports, des organismes de recherche, des experts et des administrations.

Un secrétariat permanent hébergé par la Direction de la Recherche et des Affaires Scientifiques (DRAST) du ministère des Transports assure la gestion d'ensemble.

Les recherches labellisées par le PREDIT2 correspondent à un montant total de 7,3 GF. Les aides apportées par les organismes sont en moyenne de l'ordre de 30 %. Cohérent avec la politique des transports nationale et communautaire, le programme s'organise autour de cinq grands objectifs :

- développer la qualité de service dans les transports collectifs afin de les rendre plus accessibles, plus confortables et plus fiables,
- accélérer la mise sur le marché de nouveaux véhicules et de systèmes de transport plus propres, moins bruyants et plus économes en énergie,
- améliorer globalement la sécurité des véhicules et des réseaux,
- accroître les performances de nos entreprises sur les marchés internationaux,
- promouvoir la réalisation des grands réseaux de transport européens en veillant à leur bonne insertion dans le paysage et l'environnement.

Les recherches, pilotées par des comités d'experts, sont organisées en treize thèmes répartis en quatre domaines :

Domaine 1 - Recherches stratégiques.

Domaine 2 - Approfondissement des connaissances en matière de sciences et technologies utiles aux transports terrestres.

- 2-1 Energie, environnement.
- 2-2 Sécurité, ergonomie, confort.
- 2-3 Conception, production.

Domaine 3 - Objets technologiques, composants, véhicules, matériels.

- 3-1 Composants et sous-systèmes.

- 3-2 Véhicules propres et sûrs.
- 3-3 Matériels de transport ferroviaire.
- 3-4 Matériels de transport urbain.

Domaine 4 - Systèmes de transports routiers et ferroviaires.

- 4-1 Gestion des déplacements urbains.
- 4-2 Route intelligente.
- 4-3 Transport de marchandises.
- 4-4 Contrôle-commande ferroviaire.
- 4-5 Nouveaux services aux usagers.

LE PROGRAMME CADRE EUROPEEN DE R&D (PCRD) <http://www.cordis.lu>

Depuis 1983, la communauté européenne planifie et structure le financement de son effort de recherche par des programmes-cadres pluriannuels qui donnent lieu à une participation financière des directions générales concernées, en particulier des directions générales Recherche, Transport-Energie (TREN) et Société de l'Information (programme IST). Fin 1998, le Parlement européen et le Conseil des ministres ont adopté formellement le cinquième PCRD. Il couvre la période 1998-2002.

Ce nouveau programme-cadre est orienté vers la résolution de problèmes plus que vers l'acquisition des connaissances ou la réalisation de performances. Il repose sur trois principes :

- l'intégration de la dimension socio-économique dès l'identification du projet,
- la mobilisation des moyens autour d'un nombre limité d'actions prioritaires,
- la meilleure prise en compte de la diffusion et de l'exploitation des résultats.

Le cinquième PCRD comporte quatre programmes thématiques structurés en actions clés dont certaines concernent, ou peuvent concerner, les transports publics urbains.

■ Programme 1

Qualité de la vie et gestion des ressources du vivant (6 actions clés)
dont vieillissement de la population et handicapés.

■ Programme 2

Technologies de la société de l'information (4 actions clés).

- 2.1 - Systèmes et services pour le citoyen
- 2.2 - Nouvelles méthodes de travail et commerce électronique
- 2.4 - Technologies et infrastructures essentielles

■ Programme 3

Croissance compétitive et durable (4 actions clés).

- 3.1 - Produits, procédés et organisation innovants
- 3.2 - Mobilité durable et intermodalité
- 3.3 - Technologies des transports terrestres et de la mer

■ Programme 4

Energie, environnement et développement durable (6 actions clés).

- 4.4 - La ville de demain et le patrimoine culturel
- 4.5 - Energie propre (sources d'énergie renouvelables)
- 4.6 - Energie économique et efficace pour une Europe concurrentielle

En outre, trois programmes horizontaux couvrent le rôle international de la recherche communautaire, la promotion de l'innovation et la participation des PME et, enfin, l'amélioration du potentiel humain et les bases de la recherche socio-économique. Le montant total des fonds attribués au cinquième PCRD est de l'ordre de 15 giga euros.

UN EXEMPLE D'ACTION ENTREPRISE DANS LE CADRE DU CINQUIEME PCRD

PRISMATICA (PRo-active Integrated Systems for Security Management by Technological, Institutional and Communication Assistance) ou systèmes intégrés de gestion préventive de la sécurité par assistance technologique, institutionnelle et de communication.

Le projet de recherche PRISMATICA a pour but d'améliorer la sécurité des voyageurs et du personnel exploitant vis-à-vis des agressions dans les transports publics. Il s'agit d'un projet de recherche financé par la Commission européenne à hauteur de 50 %. Les 50 % restant sont apportés par les entreprises adjudicatrices du contrat de recherche. Ce projet s'inscrit dans le thème 3.2 du PCRD.

PRISMATICA fait partie des efforts accomplis pour rendre le transport public plus attractif pour les voyageurs (sécurité perçue), plus sûr pour eux comme pour le personnel (sécurité réelle des personnes) et plus productif dans son exploitation. Les axes de recherche retenus peuvent être classés en six catégories bien définies.

■ **Axe 1** - Établir un ensemble européen d'indicateurs communs et de statistiques sur la sécurité perçue et réelle des personnes dans les réseaux de transports publics locaux et régionaux.

■ **Axe 2** - Regrouper, lister, décrire et améliorer les processus novateurs attendus ou en cours d'essai ou de mise en œuvre chez les différents exploitants européens de transport public.

■ **Axe 3** - Améliorer, développer et mettre en œuvre des outils techniques efficaces de télésurveillance et de détection automatique des situations menaçant la sécurité du personnel, des voyageurs et du réseau.

■ **Axe 4** - Assurer, en mettant l'accent sur les avantages de l'harmonisation entre pays, l'intégration entre les systèmes techniques et les processus d'exploitation pour constituer un système de sécurité préventive.

■ **Axe 5** - Partager les meilleures pratiques et fournir des processus et des stratégies d'exploitation préventifs et innovants pour améliorer la sécurité en tenant compte des facteurs légaux, institutionnels, organisationnels et sociaux.

■ **Axe 6** - Fournir aux autorités organisatrices et aux exploitants des directives pour une utilisation économique de la présence humaine.

La RATP a été choisie comme coordinateur de projet, c'est-à-dire l'équivalent de chef de projet. Plusieurs départements de la RATP contribuent à ce projet : STR qui en assure le pilotage, SEC, SIT, ESE.

Le consortium en charge du projet comporte quinze entreprises, dont les exploitants de Bruxelles (STIB), de Lisbonne (ML), de Londres (LUL), de Milan (ATM) et de Prague (PPT). Ce projet a débuté officiellement le 1^{er} avril 2000, pour une durée de trente-six mois.

LES CONVENTIONS INDUSTRIELLES DE FORMATION PAR LA RECHERCHE (CIFRE)

<http://www.anrt.asso.fr>

L'Association Nationale de la Recherche Technique (ANRT) est une association loi 1901, créée en 1953, représentative de la recherche technique en France. Elle est responsable de la gestion et de l'animation des conventions CIFRE pour le compte du ministère de la Recherche.

Les conventions CIFRE associent, autour d'un projet de recherche qui conduira à une soutenance de thèse de doctorat, trois partenaires : une entreprise, un jeune diplômé, un laboratoire. Elles s'adressent aux entreprises qui s'engagent à confier à un jeune diplômé (bac +5) un travail de recherche en liaison directe avec un laboratoire extérieur. Dans l'entreprise, un tuteur assure le suivi des travaux du chercheur.

L'entreprise signe avec le jeune "cifre" un contrat de travail, en général à durée déterminée de trois ans. Elle se voit attribuer une subvention forfaitaire annuelle que lui verse l'ANRT.

Depuis le début de l'activité recherche à la RATP, c'est une trentaine de conventions CIFRE qui ont été ou sont développées. Voici les sujets en cours d'études :

■ Étude de deux procédés de traitement sur support solide permettant de réduire dans l'atmosphère du métro les concentrations en produits malodorants déjà identifiés.

■ Comment améliorer les prévisions de trafic et de vente de titres de transport, en utilisant des méthodes des domaines de la non-linéarité et du non-paramétrique.

■ Contribution à l'étude de la décision de non-paiement : l'apport à la lutte contre la fraude des connaissances en comportement du consommateur et en design.

■ Étude de l'amélioration des principales caractéristiques mécaniques d'un matériau granulaire traité par un coulis d'injection pérenne, à court et à long terme, en vue d'optimiser les dimensionnements des structures souterraines.

■ Projet SART : application des raisonnements à base d'arbre de décision à la gestion d'une base d'incidents d'exploitation d'une ligne de métro du réseau parisien.

■ Construction et évaluation de processus participatifs pour le développement d'une politique d'écologie urbaine.

■ Compréhension des mécanismes d'aérocontaminations croisées dans les espaces souterrains du métro.

■ Application des méthodes d'analyse spatiale et des outils cartographiques à l'étude de l'insécurité dans les transports publics urbains.

■ Comment l'interculturel peut contribuer à améliorer les relations entre les publics jeunes et les agents des réseaux bus de la RATP.

■ Les modes de certification, de capitalisation et de généralisation des innovations de service : le cas de Météor.

■ Relations entre les déterminants organisationnels, psychosociaux, personnels liés à la tâche et à l'activité de travail, niveau de vigilance, sensibilité au stress.

■ La libéralisation du transport public urbain dans la communauté européenne, ses conséquences pour la RATP.

■ Professionnalisation des activités urbaines et des jeunes qui les exercent.

COMMERCIAL :**L'AMÉLIORATION DU TRAITEMENT DES RECLAMATIONS**

La RATP mène une démarche d'amélioration du traitement des réclamations de la clientèle. Il s'agit de regagner la confiance des clients qui ont vécu un désagrément ou exprimé une insatisfaction, de les satisfaire pour les fidéliser. Une charte et une politique d'entreprise ont été élaborées. Les personnes chargées des réponses suivent une formation spécifique. La qualité des réponses est mesurée en permanence dans le cadre de standards de service. Par ailleurs, des outils sont créés pour analyser les réclamations et, ainsi, détecter et traiter les dysfonctionnements perçus par les clients.

SALES:**BETTER TREATMENT OF COMPLAINTS**

The RATP is in process of upgrading its treatment of customer complaints. The idea is to regain the trust of customers who have had an unpleasant experience or who have expressed dissatisfaction. They must be satisfied if they are to be loyal customers. A corporate charter and policy have been drawn up. The people responsible for replying are specially trained. The quality of our responses is constantly measured in the framework of our service standards. Furthermore, tools have been created to assess the complaints and thus detect and deal with the malfunctioning perceived by the customers.

KAUFMANNISCHES WESEN:**VERBESSERUNG DER BEARBEITUNG VON BESCHWERDEN**

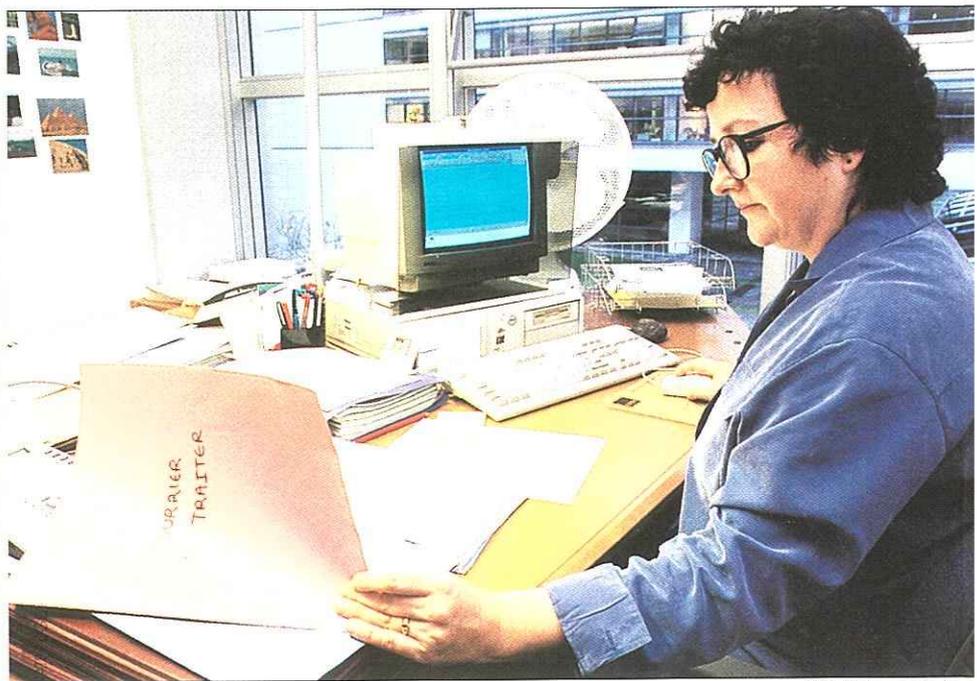
Die RATP bemüht sich das Verfahren der Bearbeitung der Kundenbeschwerden zu verbessern. Das Vertrauen der Kunden, die schlechte Erfahrungen gemacht haben oder ihre Unzufriedenheit zum Ausdruck brachten, soll wiedergewonnen werden indem den Wünschen entsprochen wird und sie somit als bleibende Kunden gewonnen werden können. Dazu wurde eine Charta ausgearbeitet und die Unternehmenspolitik entsprechend ausgerichtet. Die mit Beantwortung der Reklamationen beauftragten Mitarbeiter werden eigens geschult. Die Qualität der gegebenen Antworten wird ständig im Rahmen von entsprechenden Servicenormen geprüft. Im übrigen wurden spezielle Instrumente zur Analyse der Beschwerden entwickelt, die helfen sollen, den von den Kunden empfundenen Störungen abzuwehren.

COMERCIAL:**LA MEJORA DEL TRATAMIENTO DE LAS RECLAMACIONES**

La RATP lleva a cabo una estrategia de mejora en el tratamiento de las reclamaciones de la clientela. El objetivo es recuperar la confianza de los clientes que han experimentado algún disgusto o han manifestado su descontento, darles satisfacción para fidelizarlos. Para ello, se han elaborado una carta y una política empresarial. Los encargados de responder a las quejas siguen una formación específica. La calidad de las respuestas dadas se mide permanentemente dentro del marco de estándares de servicio. Por otra parte, se han creado herramientas para analizar las reclamaciones de manera que se puedan detectar y tratar los problemas de funcionamiento percibidos por los clientes.

COMMERCIAL

L'amélioration du traitement des réclamations



Chaque réclamation est traitée par des agents spécialement formés.

RATP - DGC - F. Maubouss

par Annie Lagrange,
département Commercial,
service Relations Clientèle

La RATP a lancé en 1996 un programme d'actions pour améliorer le traitement des réclamations des clients. Ces actions s'inscrivent dans les orientations de l'entreprise visant à développer une relation de service avec ses clients et à mieux satisfaire leurs attentes. Aujourd'hui, la plupart des entreprises ont pris conscience de l'importance d'un traitement efficace des réclamations. Les clients deviennent de plus en plus exigeants et de moins en moins fidèles. Ils attendent de la considération, une relation personnalisée et, lorsqu'ils ont eu un problème ou fait une erreur, ils attendent une réparation ou un geste commercial. Ce qui est vrai pour les entreprises de services, l'automobile, l'électroménager ou la grande distribution, l'est aussi pour



RATP - DGC - B. Marguerite

Mieux connaître les attentes des clients.

la RATP. Ses clients, lorsqu'ils ont vécu un désagrément ou éprouvé une insatisfaction pendant leurs déplacements, veulent être écoutés et compris, obtenir des explications et des excuses si nécessaire, enfin, bénéficier d'un dédommagement s'ils ont vécu un préjudice.

Les études réalisées dans différents secteurs d'activité montrent que le fait de bien traiter un client réclamant a de nombreux avantages. Cela permet de regagner la confiance de clients mécontents et de les fidéliser : le client satisfait de la réponse à sa réclamation rachète davantage le produit ou le service. Cette démarche favorise un bouche-à-oreille positif pour l'entreprise et améliore son image. Le client satisfait de la réponse à sa réclamation en parle en moyenne à neuf personnes, alors que le client insatisfait en parle à seize personnes (enquête réalisée en 1999 auprès de clients réclamants de la RATP).

Il s'agit, par la qualité de la réponse à sa réclamation, d'étonner le client qui a vécu un problème sur les réseaux RATP, pour faire d'un client mécontent un "ambassadeur" de l'entreprise qui continuera à utiliser ses réseaux et en parlera positivement autour de lui.

Un véritable enjeu économique

Les enquêtes réalisées auprès de ces clients montrent que, lorsqu'ils sont insatisfaits de la réponse apportée à leur réclamation, ils ont tendance à moins utiliser les transports RATP. Par ailleurs, les clients réclamants sont les meilleurs clients de l'entreprise. Ils dépensent en moyenne 280 francs par mois en achats de titres de transport, alors que le panier moyen du client RATP est évalué à 100 francs par mois. Ces clients prennent la peine d'écrire à la RATP pour lui signaler des dysfonctionnements. Ils apportent à l'entreprise une information concrète et gratuite qui l'aide à améliorer la qualité du service offert. Sous cet angle, les réclamations des clients sont, pour les entreprises, "une mine d'or" à exploiter.

"Étonner le client, regagner sa confiance, le fidéliser."

■ UNE ORGANISATION DECENTRALISEE

À la RATP, les réclamations étaient traitées dans des services centraux, par des rédacteurs maniant avec aisance la langue française, mais éloignés des réalités du terrain. Cette activité était peu valorisée. Les réponses étaient souvent peu adaptées aux attentes des clients : arguments défensifs, autojustification, langage administratif, délais de réponse souvent très longs... La réactivité était faible lorsqu'un dysfonctionnement de service était révélé par une réclamation. En effet, les équipes de terrain n'étaient pas directement chargées des réponses et se trouvaient, de fait, déresponsabilisées vis-à-vis des motifs d'insatisfaction des clients. Les changements intervenus dans l'entreprise au cours des années 1990, notamment la décentralisation et la mise en place d'une démarche qualité, ont conduit à créer des services relations clientèle sur chaque ligne pour traiter les réclamations au niveau local. En 1996, une démarche transversale d'amélioration du traitement des réclamations a été lancée pour mieux satisfaire et fidéliser les clients. Dans une première étape, elle fut centrée sur le courrier.

Cette démarche est menée sous l'égide d'un comité de pilotage qui définit et met en place la politique de l'entreprise. Ce comité est présidé par le directeur commercial et composé de représentants des pôles clientèle des réseaux. Les différentes actions sont animées et coordonnées par l'unité service relations clientèle du département Commercial. Cette démarche s'appuie donc sur une organisation décentralisée, avec une structure de pilotage transversale et une instance de décisions au niveau de la direction générale : le pôle service aux voyageurs qui valide les propositions du comité de pilotage.

■ UNE CHARTE DES REPONSES

Une phase de diagnostic interne (les volumes de réclamations, l'organisation du traitement, la qualité des réponses) et une étude externe (enquête auprès de clients réclamants pour connaître leurs attentes et leur niveau de satisfaction vis-à-vis des

Charte RATP des réponses au client

Parce que nous voulons gagner la confiance des clients qui nous écrivent, nous voulons qu'ils puissent dire

" A la RATP, ils ont bien compris ce que je voulais dire

Ils ne mettent pas en doute ma bonne foi

Ils savent s'excuser, reconnaître et réparer leurs erreurs

Leurs explications sont simples et claires

Ils répondent rapidement

Le ton est cordial et sympathique »

"Je sais à qui m'adresser en cas de besoin »

"Je sens que ma lettre servira à quelque chose"



Figure 1.

réponses de la RATP à leur réclamation) ont permis de définir des axes prioritaires de progrès. Pour mieux satisfaire les attentes des clients réclameurs et améliorer la qualité des réponses (traiter vite et bien le client réclameur), une charte des réponses aux réclamations a été élaborée, en 1997, à partir des attentes des clients. Elle contient les principes qui doivent guider toutes les personnes qui répondent aux réclamations (voir charte page 30).

À partir des principes de la charte, une politique de réponses a été définie par des groupes de travail composés de responsables clientèle et commerciaux des différents réseaux, puis validée par la direction générale. Il s'agit de fiches qui comportent, pour les principaux motifs de réclamations, une réponse de l'entreprise conforme à la charte. Les principes de la politique de réponses sont les suivants.

■ Reconnaître et réparer les erreurs. Si le client a vécu un désagrément résultant d'une erreur de la RATP, il reçoit systématiquement des excuses et un geste commercial lui est accordé (remboursement, cadeau, bon-voyage).

■ Reconnaître la bonne foi du client. Les réponses doivent respecter le vécu du client, ce qu'il a ressenti. On évite toute expression tendant à minimiser l'expérience du client ou à mettre en doute sa bonne foi. Cela ne signifie pas que "l'on



Les clients attendent un contact personnalisé.

donne toujours raison au client". Simplement, en expliquant au client les raisons d'un refus, il faut éviter les formulations culpabilisantes ou pouvant lui donner le sentiment qu'il a tort.

■ Témoigner de l'empathie, comprendre le problème du client.

■ Utiliser un ton chaleureux, des explications simples qui évitent le jargon technique ou réglementaire.

■ Informer le client des suites données à sa réclamation, notamment les actions mises en place ou prévues pour résoudre le problème qu'il a vécu.

■ Reformuler toutes ses demandes, pour montrer au client qu'il est bien compris, et répondre à toutes ses questions.

■ Le nom et les coordonnées du rédacteur de la réponse sont clairement mentionnés sur la lettre. Le client a un interlocuteur responsable et sait à qui s'adresser, si nécessaire, ce qui facilite ses démarches.

■ Réduire les délais de réponse. Le client doit recevoir une réponse sous vingt et un jours. En cas d'impossibilité, par exemple si une enquête est nécessaire, une réponse d'attente lui est envoyée sous huit jours.

La charte et la politique de réponse ont été validées par la direction générale en juillet 1997.



RATP - DGC - J. F. Momboussin

Les supports du geste commercial.

■ LE DROIT À L'ERREUR

En 1998, l'entreprise a décidé d'appliquer les principes de la charte aux réclamations des clients qui se sont trouvés en infraction par erreur ou par méconnaissance de la réglementation des réseaux RATP. Touristes ou voyageurs occasionnels, mais aussi clients abonnés ayant, par exemple, oublié leur Carte Orange. Ces clients ont la plupart du temps payé un titre de transport et n'ont rien à voir avec les fraudeurs intentionnels.

Les services relations clientèle sont à même d'apprécier *a posteriori* la bonne foi du client. Ils peuvent rembourser l'amende ou classer le procès-verbal. Le fait de reconnaître le droit à l'erreur à ces clients contribue à les fidéliser, tout en légitimant le rôle des agents de contrôle et la politique de lutte contre la fraude.

Une politique d'entreprise a également été définie pour aider les services relations clientèle à choisir le geste commercial adapté au cas de chaque client réclamant : comment évaluer le niveau de préjudice vécu en fonction du motif de la réclamation et du profil du client ; comment choisir le geste commercial approprié.

La mise en œuvre de cette politique représente une véritable révolution dans l'entreprise et implique des changements en profondeur. En conséquence, un processus permanent d'amélioration de la qualité du traitement des réclamations a été mis en place. Il comporte un dispositif d'amélioration des compétences.

L'ensemble des responsables et assistants clientèle des départements Métro, RER, Bus et Commercial sont formés à une méthode de réponses qui décline les principes de la charte : la méthode ACOR (voir figure 1 page 31). Près de deux cents personnes ont, aujourd'hui, été formées à cette méthode.

"Un changement en profondeur."

■ DES PROGRES CONSTANTS

Un suivi permanent des progrès dans la qualité des réponses a été mis en place. Une mesure de la qualité des réponses aux réclamations a été réalisée, dès le 1^{er} trimestre 1998, dans le cadre des standards de service pour les départements Métro, RER, Bus et Commercial. Dans une première étape (1998-2000), l'entreprise a choisi de mesurer les progrès sur les critères qui traduisent le changement d'état d'esprit à l'égard du client : personnalisation des réponses, compréhension du problème du client, présentation d'excuses si nécessaire, respect de sa bonne foi et délai de réponse.

Sur ces critères, la mesure a fait apparaître des progrès spectaculaires sur deux ans. Nous sommes

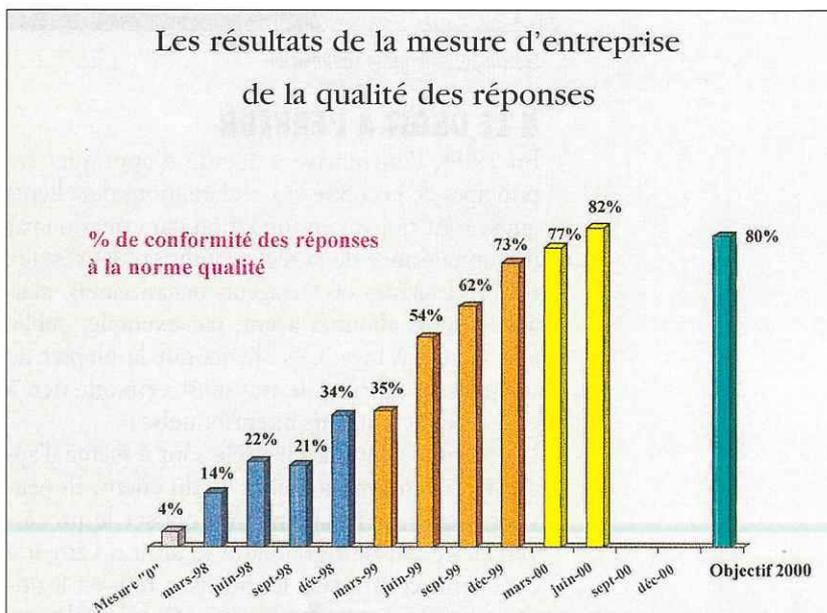


Figure 2.



RATP - DGC - B. Marguerite

Des voyageurs sensibles aux attentions manifestées.

passés de 4 % de réponses conformes avant la mise en place des actions (mesure zéro, fin 1997) à 82 % de réponses conformes au deuxième trimestre 2000 (voir figure 2).

Le deuxième axe d'actions a porté sur l'exploitation des informations contenues dans les réclamations en vue d'améliorer le service. Dans cette perspective, un système d'information unique a été conçu pour permettre à tous les services relations clientèle de traiter les réclamations de façon homogène, d'analyser et d'échanger les informations et d'offrir au client un traitement personnalisé ainsi qu'un suivi de ses contacts avec la RATP. Ce nouveau système d'information sera mis en place au cours de l'année 2001.

Par ailleurs, une organisation a été définie pour traiter, au bon niveau, les dysfonctionnements révélés par les réclamations. Un comité de traitement des dysfonctionnements a été mis en place au niveau du pôle service aux voyageurs. Des animateurs ont été formés pour animer des groupes de travail chargés d'analyser les dysfonctionnements transversaux et de proposer des solutions qui sont validées par le comité de traitement des dysfonctionnements. Leur mise en œuvre est confiée à des chefs de projet spécialement désignés. À ce jour, trois thèmes ont été traités : les problèmes d'acheminement du courrier client, la non-délivrance d'attestation de retard et le manque d'information sur la tarification à La Défense (double tarification induisant des situations d'infractions involontaires).

Le baromètre de satisfaction

La mesure continue de la qualité des réponses vue en interne (le standard d'entreprise) est complétée par une mesure de la satisfaction des clients réclamants. Un baromètre de satisfaction a été réalisé en juin 1999 (voir figure 3). Il a permis de constater des progrès sensibles de la satisfaction des clients réclamants : 63 % des clients étaient satisfaits de la façon dont la RATP a répondu à leur réclamation, soit une augmentation de 10 % par rapport à la première enquête réalisée en 1996. Ces résultats encouragent les équipes à

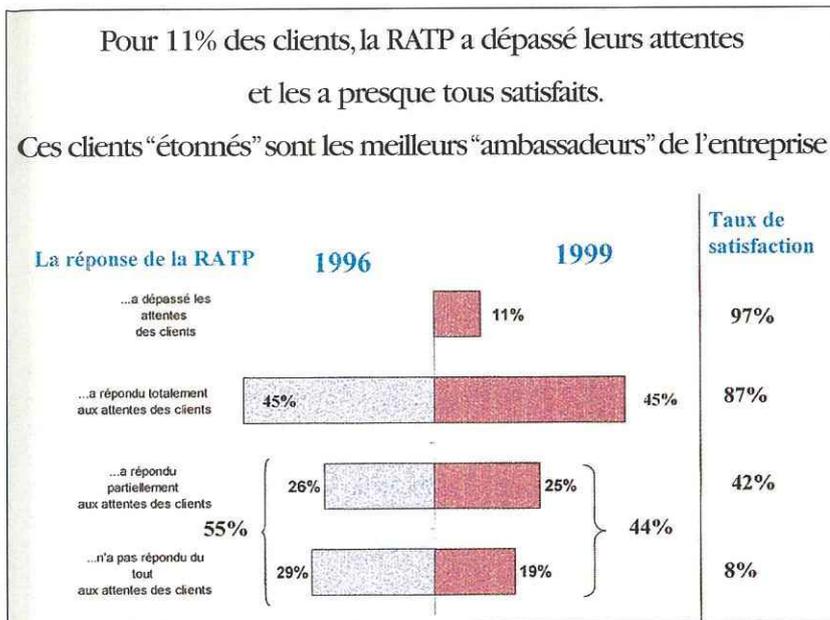


Figure 3.

continuer à s'améliorer. Ils confirment que les clients ayant reçu une réponse conforme au standard d'entreprise sont les plus satisfaits : 84 % d'entre eux se déclarent très satisfaits ou satisfaits. Cette enquête a également révélé que, pour faire progresser encore la satisfaction des clients réclamants, l'entreprise doit accentuer ses efforts sur le fond des réponses : explications, solution apportée au problème du client. Sur ces points, la satisfaction des clients a progressé plus faiblement. Cette démarche a permis d'engager des changements significatifs comportant de nombreux avantages :

- pour les clients, une relation de proximité, une meilleure réactivité des équipes pour répondre à leurs attentes,
- pour les agents, une responsabilisation vis-à-vis de la satisfaction des clients, une professionnalisation et un nouveau métier,
- pour la RATP, un changement d'état d'esprit à l'égard du client réclamant, qui contribue à faire progresser l'orientation vers le client, axe majeur de la stratégie de l'entreprise.



RATP - DGC - B. Chebiol

La qualité du contact...

Cependant, il est nécessaire d'augmenter encore le nombre de clients réclamants très satisfaits ou "étonnés", pour réduire le manque à gagner pour l'entreprise. Les clients encore insatisfaits ont tendance à réduire leur utilisation des réseaux RATP. C'est pourquoi toutes les personnes qui concourent au service au client et sont impliquées dans les réponses aux réclamations (agents de maîtrise sollicités pour des éléments de réponse, agents chargés des réponses sur les registres de réclamations...) devront être sensibilisées, voire formées, à cette démarche.

Il faut également communiquer largement sur cette démarche, ses enjeux pour l'entreprise et ses résultats, afin d'obtenir le soutien de l'ensemble de l'encadrement des équipes concernées. Il est indispensable de les encourager à poursuivre leurs efforts, de mettre en cohérence les organisations des services clientèle avec les objectifs qualité de l'entreprise, d'harmoniser les profils de compétences et les parcours professionnels des agents, enfin, de les valoriser et de les stimuler.

VERS UN TRAITEMENT "TOUS MEDIAS"

Au cours de l'année 2000, la politique de réponses définie en 1997 va être revue et mise à jour. La mesure de la qualité des réponses sera redéfinie pour intégrer à partir de 2001 des critères de fond : pertinence des explications et de la solution offertes au client. Par ailleurs, les actions de progrès engagées, d'abord sur les réclamations écrites, vont être étendues aux autres modes d'expression des réclamations. Une action d'amélioration du traitement des réclamations téléphoniques a été lancée en 1998. Dans ce cadre, un projet de service relations clientèle par téléphone est en cours de mise en place (voir encadré page 34).

Une démarche d'amélioration du traitement des réclamations par Internet va également être lancée, pour tenir compte du développement spectaculaire des contacts établis avec ce nouveau support.



RATP - DGC - B. Chebiol

... fait la qualité du transport.

L'AMÉLIORATION DU TRAITEMENT DES RECLAMATIONS TÉLÉPHONIQUES À LA RATP

par Véronique Lumia, département commercial service relations clientèle



RATP - DCC - B. Marguerite

À la suite de diagnostics, d'études d'opportunités et sur proposition de groupes de travail d'exploitants et de techniciens de SIT, le comité de pilotage des réclamations écrites a proposé, à la direction générale en avril 2000, un certain nombre de fonctions ayant toutes trait aux dispositifs de traitement de la relation clientèle à distance. Il s'agit de la création, au même endroit que le Centre d'Informations Téléphoniques, d'un numéro Azur derrière lequel seront techniquement regroupés un nouveau plateau téléphonique à créer - le service clientèle d'entreprise central - et les services clientèle des unités opérationnelles des départements d'exploitation. Cette architecture communiquera également avec le futur plateau des infractions et les plateaux téléphoniques sous-traités d'Imagine'R, de la Carte Intégrale et de Seniorcité.

Le numéro Azur ouvrira avec la fonction réclamations et sera complété progressivement par les fonctions "information générale", "conseil au client" portant sur les abonnements, les télé-services de la télébilletique et les réclamations s'y rapportant. Ce projet résulte d'un diagnostic qualitatif préoccupant en termes de cheminement du client, de dysfonctionnements d'ordre technique et d'organisation déficiente de l'accueil des appels.

Tour d'horizon des dysfonctionnements

■ Nous avons constaté que seulement 50 % de notre clientèle qui réclame par téléphone auprès d'un service relations clientèle de ligne ou d'un centre Bus obtient un "décroché". Une fois sur trois, le client a une solution avec le premier interlocuteur ; une fois sur cinq, il a une solution auprès du deuxième interlocuteur et parfois plus. Dans tous les cas, persévérance et patience, jusqu'à vingt minutes, sans compter de réelles qualités d'enquêteur, au maximum auprès de sept interlocuteurs, sont nécessaires pour obtenir une solution. En revanche, quand il a un interlocuteur, la qualité de l'accueil et la prise en charge sont bonnes.

■ Sur le plan technique, les dysfonctionnements sont relatifs au fort développement, en interne, de dispositifs techniques d'accueil isolés sans cohérence à l'échelle de l'entreprise : serveurs vocaux interactifs, création de groupement de postes. Si ces dispositifs garantissent une accessibilité systématique, ils ne permettent pas à l'entreprise d'avoir une vision globale des appels reçus tant le client peut arriver partout sur des systèmes qui ne différencient pas toujours les appels extérieurs des appels internes, et parmi les appels externes ceux des clients.

Par ailleurs, la pression de la certification, la multiplication de contrats de maintenance, les coûts élevés de maintenance, sans compter les nécessaires bricolages relatifs à la compatibilité des dispositifs avec les autocommutateurs de générations différentes, sont à l'origine de dysfonctionnements.

■ Enfin, l'organisation des accueils des appels se révèle déficiente car peu lisible par le client comme par les agents en interne. La frontière des fonctions abonnement, informations générales, réclamations ou itinéraires sont tantôt traitées à des prix accessibles pour le client (numéros des services clientèle non majorés), à des prix majorés comme le CIT ou encore gratuitement par Internet. De ce fait, les frontières restent opaques pour le client pour qui des zones de recouvrement existent.

Des réponses à trois problématiques

■ Comment faire pour que l'entreprise "décroche" ?

Que le client appelle le numéro Azur ou celui du service clientèle décentralisé, affiché dans les abris bus ou sur le quai du métro, il sera accueilli sur un serveur vocal qui lui proposera un choix de services. Suivant son choix, le client entrera en relation avec le plateau concerné (futur plateau des infractions, plateaux sous-traités d'Imagine'R, de la Carte Intégrale ou de Seniorcité) ou avec le service clientèle de l'unité décentralisée dont dépend la demande. Le dispositif technique unique centralise les appels des clients en entrée.

Que le client appelle le numéro décentralisé ou le numéro de l'entreprise, il se sera mis en contact avec le même guide d'accueil puis en relation directe avec le service clientèle de l'unité ou avec l'arborescence de services. La particularité fonctionnelle de ce dispositif réside dans le fait que si le service clientèle de l'unité opérationnelle concernée ne répond pas, est occupé ou saturé, l'appel remonte automatiquement,

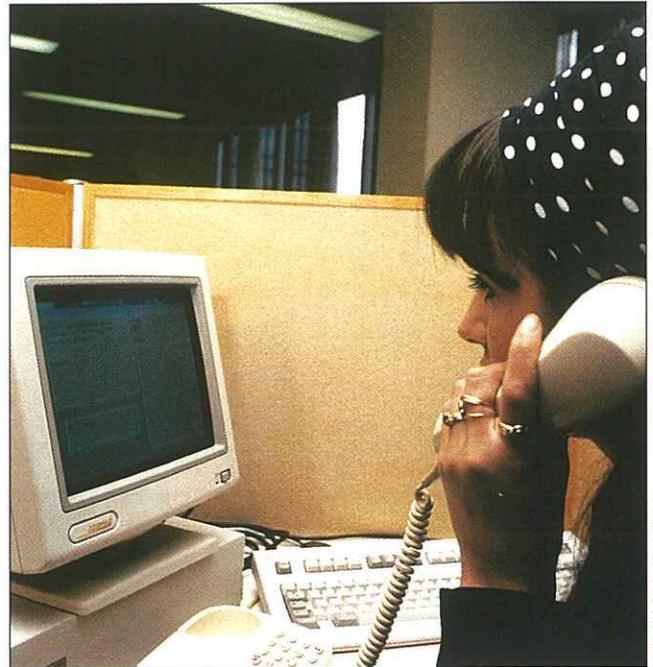
au bout de trois sonneries, c'est-à-dire de façon imperceptible pour le client, vers le plateau d'entreprise. L'agent du plateau récupère l'appel, il connaît sa provenance, prend le message et s'engage à un rappel sous vingt-quatre heures. Le plateau transmet, par courrier électronique, le message au service clientèle local concerné. C'est ce dernier qui traite la demande ou la réclamation et rappelle le client pour clôturer l'affaire. Outre la fonction de filet et d'aiguillage ou de premier niveau de prise en charge, l'agent du plateau ne traite, en deuxième niveau, que les réclamations téléphoniques transversales. Ainsi, le principe de décentralisation est respecté et renforcé. Le client est toujours pris en charge. L'accueil est assuré de façon performante entre 7 h 30 et 20 h, du lundi au vendredi, et de 8 h 30 à 18 h 00 le samedi. Il couvrira les horaires des services clientèle décentralisés ouverts du lundi au vendredi de 8 h 30 à 17 h 30. La technologie utilisée permet un fonctionnement en réseau et une supervision par les agents de l'activité téléphonique : nombre d'appels traités, en attente, temps de communication, pauses...

■ Comment faire, pour que le client obtienne, en moins de trois sonneries, le bon interlocuteur, au bon niveau, qui s'occupera de lui avec compétence, sachant qu'il ne racontera son histoire qu'une seule fois ?

Lorsque les clients entrent en contact avec un agent, le traitement du client respecte la charte des réclamations téléphoniques qui définit le service de référence. Elle est directement déclinée de la charte des réclamations écrites.

■ Comment faire pour que les offres téléphoniques de l'entreprise soient cohérentes, complémentaires et que le prix justifie le service rendu ? Comment faire pour que ces offres communiquent entre elles, partagent l'information par un accès facilité qui conduise au traitement de la réponse ?

Ce nouveau service à la clientèle sera positionné par rapport aux plateaux existants et à venir en fonction de la valeur ajoutée apportée par chacun d'eux : le CIT pour les itinéraires personnalisés et l'information en situation perturbée, les plateaux Imagin'R, Carte Intégrale, Séniorité et celui réservé au traitement des infractions.

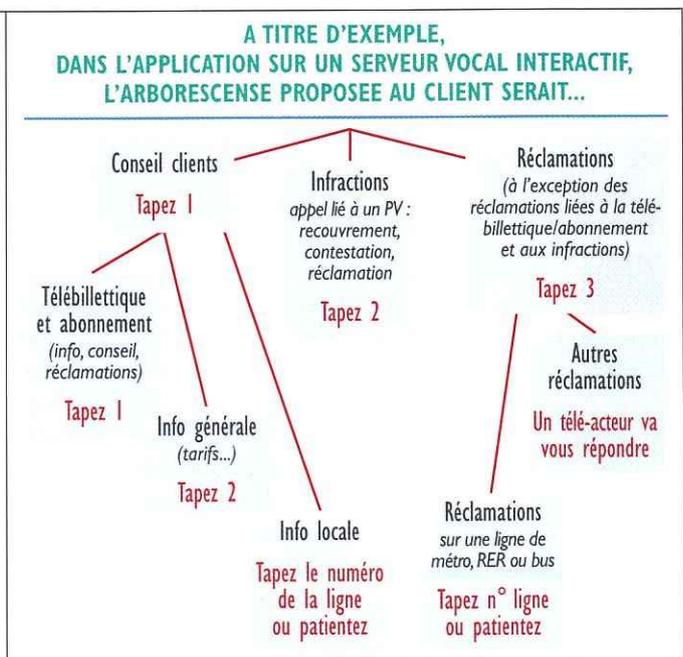
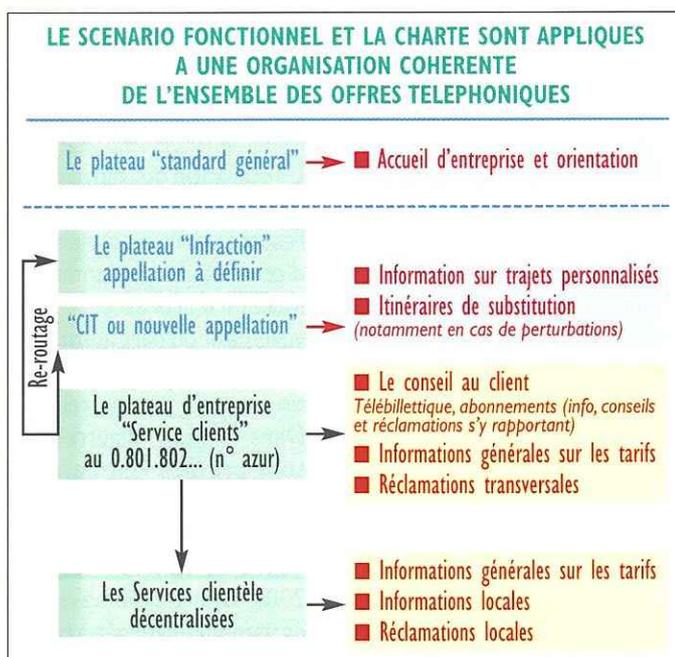


RATP - DGC - B. Marguente

Réception des appels téléphoniques.

Les postes téléphoniques seront couplés à l'informatique pour permettre :

- la remontée simultanée, sur leur PC, des informations en provenance des bases de données clients de l'entreprise,
 - l'assistance à la réponse par intégration des politiques de réponses consultables à l'écran suivant un système de menus déroulants,
 - la supervision de l'activité téléphonique sur le bandeau d'écran des PC des agents, tant en central que localement.
- Les agents pourront se retirer du trafic et le signaler, faire redistribuer leurs appels, se ménager un temps de traitement entre deux appels et avoir ainsi une meilleure maîtrise de l'activité téléphonique.





Le nouveau tramway de Montpellier à la station Corum.

RATP DGC-J. Tricoire

MONTPELLIER MISE EN SERVICE DU TRAMWAY

Le 1^{er} juillet 2000, avec trois mois d'avance sur le calendrier prévu, le tramway de Montpellier a été mis en service. La préfecture de l'Hérault est la huitième agglomération française à entrer dans le club des villes proposant ce mode de transport.

Le projet de tramway a été adopté en 1995, le tracé définitif arrêté en juin 1996 et déclaré d'utilité publique en mai 1997. En avril 1997, Alstom est choisi pour le matériel roulant - le Citadis - dont la première des rames commandées arrive en juillet 1999. La première ligne - il y en aura d'autres - du tramway de Montpellier est longue de 15,2 km. Elle comprend vingt-huit stations entre le terminus de Mossion à l'ouest et le nouveau centre de commerces et de loisirs de l'Odysseum à l'est. Elle passe par le quartier Antigone de l'architecte Ricardo Bofill, le centre-ville, la gare SNCF, les universités, etc.

La ligne de tramway dessert 40 % des habitants qui sont situés à moins de 300 m d'une station. Elle offre une fréquence de 5 mn en heures de pointe et de 6 à 8 mn en heures creuses, pour une vitesse commerciale de 20 km/h. Quelque 65 000 voyageurs sont attendus chaque jour. Les prévisions pour les mois qui suivent ont été revues à la hausse. Les responsables politiques locaux comme ceux des Transports de l'Agglomération Montpelliéraine (TAM) attendent des retombées positives de ce beau tramway bleu constellé d'hirondelles blanches, dont le design est dû à Elisabeth Garouste et Mattia Bonetti. Tout d'abord,

un gain de 2 % de la part des transports collectifs qui passeraient ainsi de 14,5 % à 16,5 %. L'installation du tram a été l'occasion d'un réaménagement de l'espace urbain avec implantation d'œuvres d'art, plantation de milliers d'arbres et... renouvellement du parc autobus avec la livraison de bus Agora fonctionnant au gaz naturel. Dans le futur, d'autres lignes sont prévues afin de réaliser un véritable effet réseau. Une seconde ligne, nord-est - sud-ouest, devrait voir le jour en 2005. Une troisième ligne est également envisagée à plus long terme.

Jean Tricoire

RATP Savoir-Faire n° 35 - 2000

VALENCIENNES

La société d'économie mixte des transports urbains de la région de Valenciennes a passé commande à Alstom Transport d'une tranche ferme de dix-sept rames de tramway Citadis 300 à plancher bas mixte et à accès bas intégral ainsi que d'une maquette grandeur nature. Est prévue en option la fourniture de une à quatre rames supplémentaires pour le prolongement de la ligne vers Denain et de une à sept autres rames pour l'extension envisagée vers Saint-Saulve.

SAINT-NAZAIRE

La ville de Saint-Nazaire met en service, tous les jours entre 9 h 45 et 20 h 30, une navette bus gratuite entre le centre-ville et l'ancienne base sous-marine réhabilitée. Sur les 2,5 km du trajet, les arrêts se font à la demande des clients. Le bus est un véhicule propre mû à l'électricité. Il peut emmener cinquante voyageurs ; il est accessible aux personnes à mobilité réduite.

GRENOBLE

Afin de faciliter les transports dans l'agglomération dauphinoise, le syndicat organisateur des transports grenoblois, le conseil général de l'Isère et la région Rhône-Alpes viennent de mettre en vente un titre unique de transport valable à la journée, à la semaine ou au mois. Ce nouveau titre permet d'utiliser les TER de la SNCF et les lignes routières départementales en correspondance avec le réseau urbain grenoblois exploité par la SEMITAG.

TOULOUSE

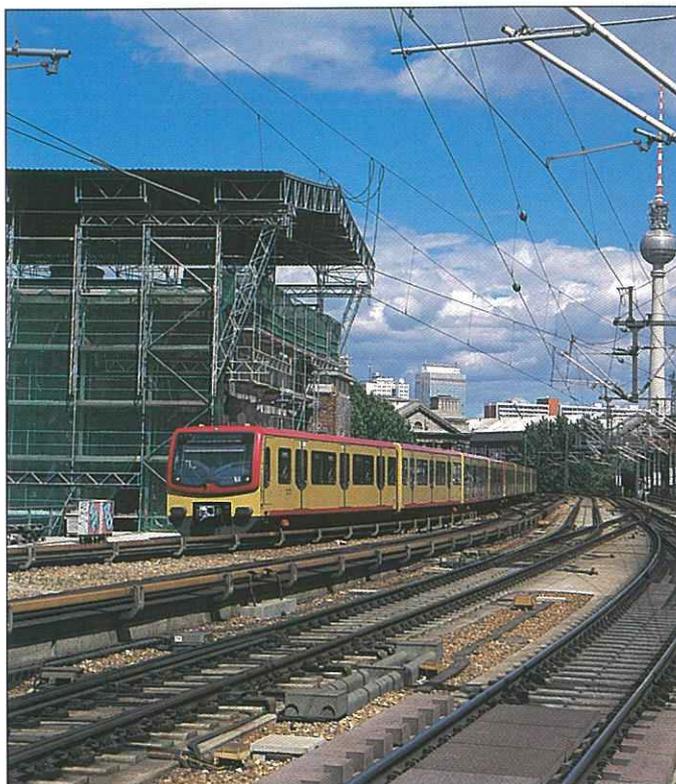
Le contrat du prolongement du Val de Toulouse a été signé entre la société du métro de l'agglomération toulousaine et Matra Transport International. Ce prolongement de 2,5 km permettra de relier le terminus actuel de Jolimont à la station Balma-Gramont.

ORLEANS

La première rame du tramway d'Orléans, reçue le 16 mars 2000, a été baptisée "Combleux" le 22 mars dans le nouveau dépôt-atelier de la Source. La deuxième rame, réceptionnée le 14 avril, a été baptisée "Marigny-les-Usages". Les essais ont pu commencer, notamment pour les performances de freinage.



RATP - DGC - C. Carol



RATP - DGC - J. Tricore

Une automotrice moderne de S-Bahn de Berlin.

BERLIN
DU NOUVEAU POUR LE RER ET LES TRAMWAYS

La modernisation du matériel roulant du S-Bahn

Le S-Bahn berlinois, équivalent de notre RER, est long de quelque 320 km. Il comprend à la fois des lignes radiales et des lignes circulaires. Sa physionomie a sensiblement changé depuis la fin de la séparation hermétique de la ville en deux par le "Mur". Dans les premières années qui suivirent la chute du "Mur" (1989), les responsables se sont attelés à "re-unir" les deux réseaux en modernisant les infrastructures et le matériel roulant grâce à des investissements massifs d'origines régionale et nationale. Désormais, il s'agit d'investir pour le futur pour proposer un moyen de transport performant en termes d'accessibilité, de rapidité et de confort. À la fin de

2001, le bouclage de la rocade S 5 au nord, maillon manquant de 5,2 km, devrait être terminé. D'autres prolongements sont prévus en périphérie de la ville, très loin du centre, ou plus exactement des centres.

Le matériel roulant est également au cœur des préoccupations des responsables de S-Bahn Berlin, filiale à 100 % des chemins de fer allemands. En effet, des trains de la série 477 datant d'avant-guerre et modernisés à plusieurs reprises circulent encore. Il est prévu de les retirer du réseau en 2004. De nouveaux trains, série 480, ont été mis en service à la fin des années 80 à l'Ouest comme à l'Est. Enfin, ces dernières années, une nouvelle série (481/482) fut mise en service sur le réseau réunifié.

Le renouveau du tramway

Le premier tramway à chevaux est apparu à Berlin en 1865. Au cours des années suivantes, le réseau se développe et compte 113 lignes en 1911. Après la Seconde Guerre mondiale, les autorités occidentales privilégiant le métro et le bus, les premiers tramways disparaissent de Berlin-Ouest.

Le dernier roule jusqu'en octobre 1967. En revanche, ils sont maintenus à Berlin-Est, car les extensions prévues sont moins coûteuses que celles du métro. En 1950, le parc est modernisé ou reconstruit.

À la suite de la réunification de la ville, le réseau est entièrement restructuré en 1992. D'importants travaux de modernisation des infrastructures sont

entrepris et l'alimentation électrique est renforcée.

Le matériel roulant comprend des tramways Tatra modernisés et des rames à plancher bas GT6N construites par AEG Adtranz dont les derniers ont été livrés en 1998. Tous ces matériels sont unidirectionnels, ce qui impose une boucle de retournement à chaque extrémité de ligne et interdit les services partiels.

Pour supprimer ces inconvénients et rendre plus faciles les prolongements de lignes, la BVG, autorité responsable des transports berlinois, a passé commande de nouvelles rames bidirectionnelles tricaisses dérivées des derniers GT6N.

Jean Tricoire
d'après IRJ



Rencontre d'un tramway moderne et d'un Tatra modernisé à Alexanderplatz.

IZMIR

C'est en fanfare que le maire d'Izmir - en Turquie - a inauguré, le 22 mai, la première ligne du métro léger. En souterrain et en viaduc, la ligne longue de 11,6 km dessert dix stations entre le centre-ville et le quartier de Bornova au nord-est. Le matériel roulant est composé de trains de trois voitures alimentés en 750 V par troisième rail. Les travaux de prolongement de cette ligne sont déjà entamés afin d'augmenter sa longueur de 5,2 km. ..

ROTTERDAM

Pour son réseau RET, qui n'est desservi ni par le métro ni par les chemins de fer, Rotterdam a choisi le tramway Citadis d'Alstom. Ayant décidément le vent en poupe, la société Alstom livrera soixante rames unidirectionnelles à partir de juillet 2002. Elle confirme ainsi sa présence sur le marché ferroviaire néerlandais.

AGENDA

- 8-13/10 2000 ▶ UITP, Asia Pacific Congress **MELBOURNE** Australie T: (32) 2 673 61 00 F: (32) 2 660 10 72 www.uitp.com
- 10-12/10 2000 ▶ UITP, City Transport Exhibition 2000 **MELBOURNE** Australie T: (32) 2 673 61 00 F: (32) 2 660 10 72 www.uitp.com
- 6-9/11 2000 ▶ ITS Congress Association, 7th World Congress on Intelligent Transport Systems **TURIN** Italie T: (32) 2 400 07 00 F: (32) 2 400 07 01 c.courty@itscongress.org
- 9-10/11 2000 ▶ INRETS, Colloque "Piles à combustibles et Interfaces pour les transports" **BELFORT** France T: 33 (0) 3 84 57 82 00 F: 33 (0) 3 84 57 00 32 www.inrets.fr
- 21-23/11 2000 ▶ Railtex 2000, 5^e exposition des Equipements, Systèmes et Services Ferroviaires **BIRMINGHAM** Grande-Bretagne T: 44 (0) 1707 278 200 F: 44 (0) 1707 2878 201 railtex@macbrooks.co.uk
- 27-29/03 2001 ▶ SIFER 2001, 2^e salon international de l'industrie ferroviaire **PARIS** France T: 00 44 1273 300 434 F: 00 44 1273 300 986 channel.pub@dial.pipex.com

DEMANDE D'ABONNEMENT A LA REVUE TRIMESTRIELLE DE LA RATP "SAVOIR-FAIRE"

NOM :

PRÉNOM :

ENTREPRISE OU ORGANISME :

ADRESSE :

VILLE :

CODE POSTAL : [][][][][][][]

Date :

Signature :

Prix pour 4 numéros : 200 F (France et étranger)

Cette commande d'abonnement ne sera prise en compte qu'accompagnée de son règlement en francs français à l'ordre de la RATP.

Elle est à renvoyer à
RATP - REVUE "SAVOIR-FAIRE",
54, QUAI DE LA RAPEE - LAC A85 - 75599 PARIS CEDEX 12

En application de la loi 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, nous informons les souscripteurs d'abonnements que les données recueillies ci-dessus feront l'objet d'un traitement informatique et ne seront utilisées qu'à seule fin d'expédition de la revue. Tout abonné désirant accéder à l'extrait de fichier le concernant et rectifier éventuellement les informations qu'il contient doit s'adresser à la Délégation Générale à la Communication de la RATP, seule destinataire des données et utilisatrice du fichier.

L'IDEE DU SERVICE PUBLIC EST-ELLE ENCORE SOUTENABLE ?

par Jean Marie CHEVALIER, Ivar EKELAND, Marie-Anne FRISON-ROCHE

La question des services publics est aujourd'hui au cœur des débats politiques et économiques en France. L'ouverture européenne et l'émergence des services d'utilité publique transforme l'organisation des services publics industriels et commerciaux. Leur idée même est mise en question. Peut-on encore la soutenir ? En quels termes ? L'exception française est-elle durable ? Archaïsme ou nouvelle modernité ? Les auteurs de cet ouvrage tentent d'apporter des réponses et

L'idée de service public est-elle encore soutenable ?

sous la direction de
Jean-Marie Chevalier
Ivar Ekeland
Marie-Anne Frison-Roche

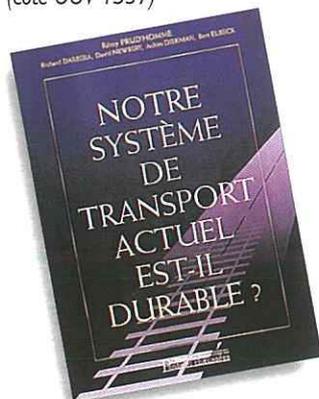


développent des réflexions prospectives.
Paris, PUF, collection Droit, Ethique, Société, 1^{ère} éd., 1999,
261 p, graph, tabl,
ISBN 2-13-0500031-5,
(cote OUV 1489-1)

NOTRE SYSTEME DE TRANSPORT ACTUEL EST-IL DURABLE ?

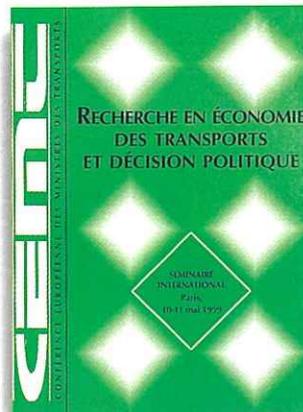
par Rémy PRUD'HOMME, Richard DARBERA, David NEWBERY, Achim DIEKMAN, Bent ELBECK

Cet ouvrage est une réponse aux études existantes dont les auteurs contestent le côté monodimensionnel, simpliste, définitif et trop chargé d'émotion. L'étude tente de savoir si les systèmes de transports européens actuels sont durables ou si des changements drastiques sont nécessaires. Trois domaines de durabilité sont analysés : la mobilité, l'environnement et les finances publiques.
Paris, mars 1999, Presses de l'école Nationale des Ponts et Chaussées,
91 p, tabl, graph, ill.,
ISBN : 2-85978-305-9,
(cote OUV 1537)



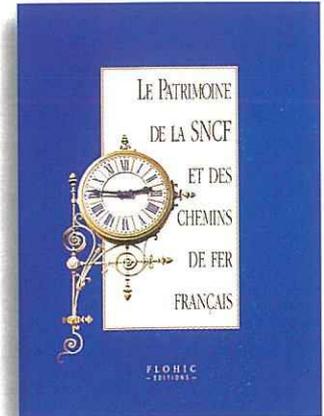
RECHERCHE EN ECONOMIE DES TRANSPORTS ET DECISION POLITIQUE. SEMINAIRE INTERNATIONAL, PARIS 10-11 MAI 1999

Synthèses et rapports extraits du séminaire international pour comprendre les liens qui existent entre la recherche en économie des transports et la décision politique. Des expériences présentées, se dégagent des recommandations utiles à la définition des politiques nationales en matière de recherche. A partir de diverses expériences, cet ouvrage énonce des recommandations pour mieux organiser les liens entre recherche économique et politique dans le secteur des transports.
Paris, 1999,
Éditions de l'OCDE,
186 pages, tabl,
ISBN 92-821-2249-2,
(cote CEMT 0066)



PUBLICATIONS CONSULTABLES A LA MEDIATHEQUE RATP

Elle met à votre disposition des informations sur les transports publics urbains en France et à l'étranger ainsi que les archives de l'entreprise.
Unité spécialisée "Mémoire de l'entreprise-Information documentaire" département du Patrimoine, LAC C 21 - 54, quai de la Rapée, 75012 Paris. ☎ : 01 44 68 21 04 M°, RER, bus : Gare de Lyon.



LE PATRIMOINE DE LA SNCF ET DES CHEMINS DE FER FRANÇAIS

Cet ouvrage de référence recense le patrimoine industriel, technique et social de deux siècles d'aventure ferroviaire : documents d'archives, ouvrages d'art, matériel roulant, éléments de signalisation, bâtiments, objets du quotidien.
Paris, 1999, Éditions Flohic,
1000 p, photo, 2 tomes
ISBN : 2-84234-069-8,
(cote OUV 1558 et OUV 1559)

DANS LA REVUE GENERALE DES CHEMINS DE FER

Sommaire d'octobre 2000

- IVOIRE : la détection des empreintes de ballast sur lignes à grande vitesse à 300 km/h.
- L'homme et la réglementation au service de la sécurité des circulations.
- AZC : gestionnaire des espaces commerciaux en gare.
- Eurotunnel : les nouvelles navettes porte-camions.

Sommaire de novembre 2000

- L'aluminium dans la construction ferroviaire.
- Le géoréférencement des lignes ferroviaires.
- Le TRIVE : Trinômes de Vérification des Essieux.
- Un ans de Transilien.

Sommaire de décembre 2000

- Numéro spécial KVB
- Besoins fonctionnels, contraintes, réponse fonctionnelle.
- Le KVB au sol.
- Le KVB à bord.
- Le déploiement du programme.
- L'interface homme-machine.
- Evolutions programmées, prévues et envisagées.

EN TEMPS REEL : S'OUVRIR AU CLIENT TOUJOURS PLUS EXIGEANT

par Régis McKENNA

Le développement des technologies informatiques et des télécommunications engendre une ère nouvelle, celle du temps réel. L'interconnexion, l'accès direct, l'interactivité et la réactivité bouleversent les méthodes de travail et l'environnement de l'entreprise. Les demandes des clients évoluent et entraînent de nouvelles stratégies commerciales et managériales pour l'entreprise.
Paris, 1998,
Éditions Village Mondial, 222 p,
ISBN : 2-84211-032-3,
(cote OUV 1503)

POLE D'ECHANGES

Création d'un pôle d'échanges à Noisy-Champs (RER A)

Depuis la création du pôle universitaire de la Cité Descartes, les accès secondaires de la gare de Noisy-Champs, situés à l'extrémité est des quais, n'étaient plus adaptés au flux des voyageurs et à l'augmentation du trafic des bus. Pour ces nouveaux besoins, la RATP, en concertation avec les élus locaux et EPAMarne, aménageur du secteur, construit, en complément du bâtiment existant, un véritable pôle d'échanges.

UN BATIMENT VOYAGEUR

D'une surface de plancher d'environ 1 000 m², le bâtiment vitré à l'architecture moderne enjambe les voies et s'ouvre, au nord sur le boulevard Archimède et au sud sur le boulevard Newton. Durant les heures d'ouverture de la gare, le bâtiment est traversant.

Dans les locaux, se trouvent un accueil, un point de vente et d'information et un commerce Relay.

Deux ascenseurs permettent aux personnes à mobilité réduite d'accéder aux quais. L'escalier pour les voyageurs venant de Paris est mécanisé.

UNE GARE ROUTIERE

Cinq Abribus sont positionnés sur un quai "départ", le long du boulevard Archimède. Tous ces Abribus sont vitrés sur quatre côtés, permettant une attente confortable l'hiver.

Le quai "arrivée" est situé le long du boulevard Newton et permet l'arrivée simultanée de quatre bus et deux positions d'attente.

DES EMBLEMES PARKING

Un parking gratuit de 276 places est situé, au sud, à proximité de l'accès boulevard Newton sur la commune de Champs-sur-Marne. Un parking, couvert, payant, se situe non loin, côté boulevard Archimède sur la commune de Noisy-le-Grand.

Deux garages à vélos seront respectivement situés à proximité des accès nord et sud de la gare.

Une attente taxis et une dépose minute sont respectivement localisées boulevard Newton et boulevard Archimède.

L'AMENAGEMENT DES ABORDS

Les carrefours à proximité du pôle d'échanges sont remaniés par EPAMarne pour une meilleure circulation des autobus.

Sur les boulevards Archimède et Newton, la circulation est mise à sens unique et des passages protégés sont créés aux débouchés du nouveau bâtiment.

Les talus sont replantés pour garder à ce quartier le charme de ses espaces verts.



RATP - DR

COUTS ET FINANCEMENTS

Montant total du projet : 32 MF

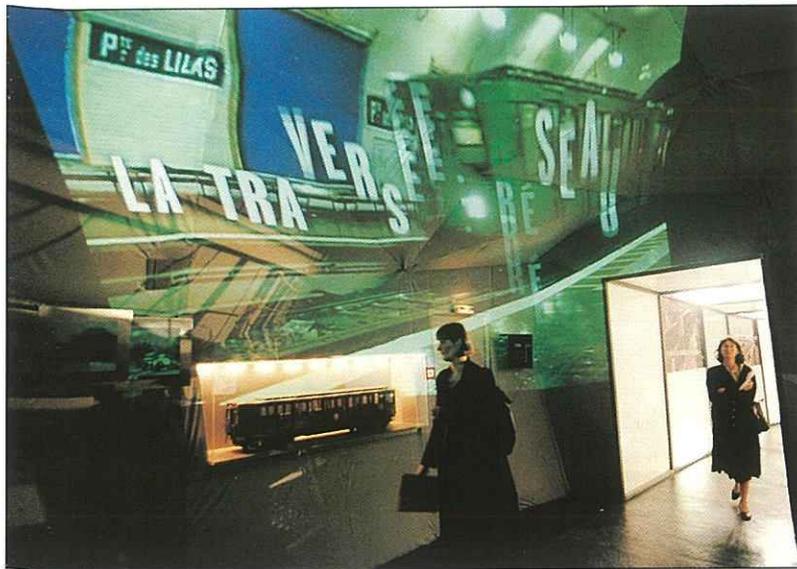
Conseil régional IDF : 25 %

Syndicat des Transports Parisiens : 25 %

RATP : 50 %

MISE EN SERVICE

Elle est prévue pour mi-novembre 2000.



RATP - J.F. Mauboussin

EXPOSITION "LE SIÈCLE MÉTRO"

DANS LE CADRE DES FESTIVITÉS DU CENTENAIRE DU MÉTRO, LA RATP A OUVERT, LE 20 JUILLET 2000, AUX AGENTS ET AU PUBLIC, UNE EXPOSITION-SPECTACLE INTITULÉE "LE SIÈCLE MÉTRO". CETTE EXPOSITION GRATUITE, RYTHMÉE PAR L'IMAGE ET LE SON, S'ÉTEND SUR 1000 M². A VISITER À LA MAISON DE LA RATP.

LA SIGNATURE DE LA CONTRACTUALISATION

LE MERCREDI 12 JUILLET 2000, LES CONTRATS RATP-STP ET SNCF-STP, POUR LA PÉRIODE 2000-2003, ONT ÉTÉ SIGNÉS RESPECTIVEMENT PAR JEAN-PAUL BAILLY, PRÉSIDENT DE LA RATP, LOUIS GALLOIS, PRÉSIDENT DE LA SNCF, ET JEAN-PIERRE DUPORT, PRÉSIDENT DU SYNDICAT DES TRANSPORTS PARISIENS ET PRÉFET DE LA RÉGION ÎLE-DE-FRANCE.



RATP - J.F. Mauboussin

"NÉ UN 19 JUILLET" MÉTRO, VOYAGEURS, AGENTS FÊTENT LEUR ANNIVERSAIRE

POUR LES CENT ANS DU MÉTRO, LA RATP A INVITÉ LES NATIFS DU 19 JUILLET, DONT KAREN CHERYL ET DANIEL VAILLANT, MINISTRE DE L'INTERIEUR, À FÊTER LEUR ANNIVERSAIRE DANS LE MÉTRO. PRÈS DE 1500 PERSONNES SE SONT RÉUNIES À LA STATION MONTPARNASSE-BIENVENUE TRANSFORMÉE, LE TEMPS D'UNE SOIRÉE, EN UNE IMMENSE SALLE DE RÉCEPTION. UNE FÊTE INÉDITE, ORGANISÉE DANS LA STATION DU "FONDATEUR DU MÉTRO", LE BRETON FULGENCE BIENVENUE.



RATP - J.F. Mauboussin



