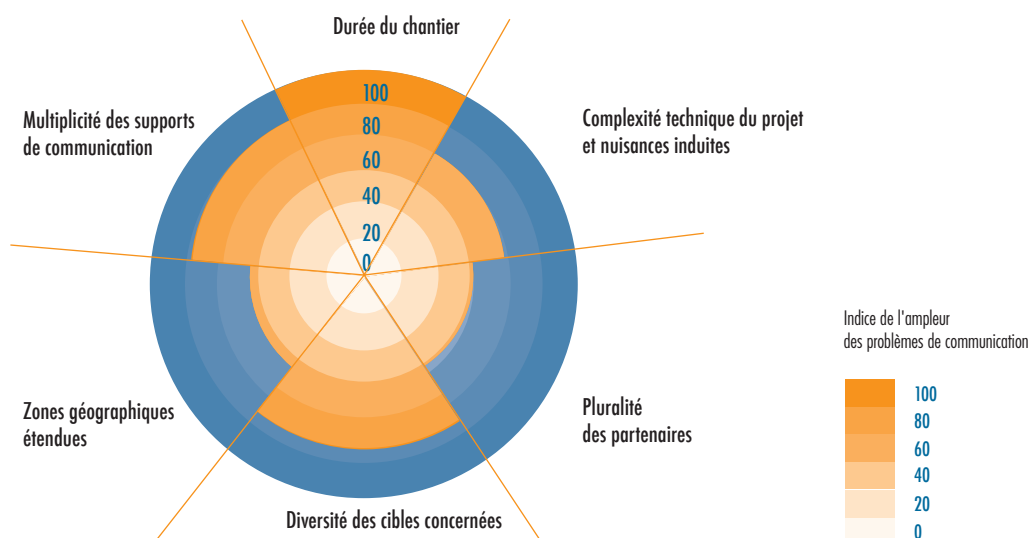


SYNTHESE DE L'APPEL D'OFFRE

A/ Le contexte

Projet RER B NORD + ampleur des paramètres de communication à privilégier



Le plan de communication du projet RER B Nord + est multi dimensionnel et revêt une complexité particulière, principalement en raison de :

- La pluralité des acteurs (6 porteurs du projet), ayant des messages, des phases d'intervention et de communication différentes,
- L'ampleur du projet, qui va occasionner à la fois des dérangements dans l'enceinte de plusieurs gares et des perturbations sur toute la ligne (retards, changements fréquents, annulations de rame...), y compris sur le réseau RATP RER B Sud.
- La durée des travaux qui s'étale sur environ 5 ans (2008-2013),
- Le nombre, la diversité et l'éparpillement des cibles : Usagers, riverains, institutionnels, associations, relais, réparties sur 4 départements, 117 communes (soit 600 000 habitants directement desservis par le RER B Nord et 400 000 voyageurs/jour incluant la liaison Gare du Nord),
- La multiplicité des lieux de communication : trains, gares et proximité, mairies, aéroport, Parc d'expositions, presse locale...
- La conduite en parallèle d'autres chantiers importants occasionnant des nuisances supplémentaires.

B/ Objectifs de la communication visuelle

PROBLÈMES À RÉSOUDRE

La stratégie créative vise à résoudre les problèmes suivants :

- Faciliter l'orientation des usagers pendant les travaux, améliorer la communication en proposant une signalétique claire et impactante,
- Prévenir des nuisances et des perturbations de la circulation,
- Rassurer la cible et en particulier les usagers pour éviter toutes réactions négatives,
- Promouvoir les bénéfices engendrés par les travaux de modernisation,
- Faire évoluer le projet dans le temps et dans l'espace,
- Mettre en avant les impacts positifs pour la collectivité et l'intérêt individuel (essor économique, développement durable, amélioration de la vie quotidienne des voyageurs).

L'objectif principal est de remporter l'adhésion de la cible, le projet nécessite le soutien et la compréhension du public.

La communication s'envisage de deux façons différentes : d'une part son rôle est de promouvoir le projet et ses bénéfices. D'autre part, elle doit informer, anticiper sur les perturbations. Elle se conjugue ainsi dans le premier cas au futur en annonçant aujourd'hui le devenir de la ligne B, et elle s'adresse au présent pour avertir en temps réel de l'avancée des travaux, de l'état de la ligne et de la circulation...

Des solutions graphiques sont à adapter en vue :

- D'identifier facilement les émetteurs du message,
- Unifier à l'aide d'une charte graphique la communication des divers acteurs du projet,
- Créer une cohérence visuelle dans la communication entre le comité de pilotage et la diversité des cibles,
- Harmoniser la communication relatant des multiples chantiers en cours,
- Rendre le projet RER B Nord + reconnaissable et visible tout au long des 5 ans de travaux et sur tous les supports de communication.

Afin d'atteindre ces objectifs, la communication visuelle a pour fonction de mettre en place les accroches notamment dans le cadre des campagnes publicitaires, les codes visuels identitaires, l'univers graphique et les choix iconographiques.

CIBLE

La cible est caractérisée par sa complexité et sa diversité. Elle comprend les usagers et les voyageurs occasionnels, les riverains, les institutionnels, les associations, les relais d'information. La cible à privilégier est celle des voyageurs, ils sont 400 000 par jour à emprunter la branche nord du RER B.

Il est donc nécessaire d'adapter la communication en fonction des attentes de chaque cible et de choisir le ton approprié.

TON

Il se veut rassurant, préventif, dynamique. Le message exprimé doit être positif.

Deux modes de communication se distinguent : l'information et la promotion.

Il s'agit :

- D'accompagner les travaux en relativisant les nuisances et les difficultés rencontrées,
- D'envisager le futur en insistant sur les valeurs du projet, les retombées économiques et environnementales, en évoquant l'essor de la région.

La conception graphique veillera à renvoyer une image moderne et vivante.

PROMESSE

Le projet RER B Nord + se conçoit dans une perspective d'avenir : les travaux actuels participent au développement durable et économique de demain, à une amélioration du quotidien des usagers.

C'est aujourd'hui qu'il faut imaginer la ligne B modernisée et anticiper sur les aménagements visibles en 2013.

Exemple d'accroche :

«Le futur s'envisage aujourd'hui».

«Participer aujourd'hui à la construction d'une ligne plus fiable, plus performante qui offrira une meilleure qualité de services, une fréquence accrue, une régularité, un confort et une accessibilité renforcée».

Pour conclure, les mots-clés du projet sont : + de régularité, + de fréquence, + de confort, + d'accessibilité, temps de parcours fiabilisé. Le signe + est ainsi le «leitmotiv» de la communication.