Communiqué de presse

« Bienvenue en ville » : le groupe RATP repense sa marque avec Babel

Jeudi 19 novembre 2026

Pour beaucoup, la RATP évoque avant tout le métro parisien. Pourtant, le groupe RATP est aujourd'hui implanté dans 17 pays, exploite une large diversité de modes de transport (bus, tramway, trains régionaux et interurbains, entre autres) et développe également de nombreux services urbains, tels que les réseaux de chaleur et de froid, le logement, les espaces de coworking, la fibre optique ou encore la reconversion de bâtiments.

Repensée en profondeur avec Babel, la marque du groupe RATP s'exprime désormais à travers une nouvelle signature, « Bienvenue en ville », une nouvelle identité et le premier volet d'une campagne d'image qui vise à positionner le groupe comme le partenaire de référence des collectivités pour améliorer la qualité de vie en ville.

Une dynamique d'internationalisation et de diversification qui a démarré il y a plusieurs années et que le Président – directeur général du Groupe, Xavier Piechaczyk, a réaffirmé dans ses nouvelles orientations stratégiques en octobre dernier.

> *« Quand on pense à la RATP, on pense naturellement au métro et à l'Ile-de-France. C'est notre ADN et une part essentielle de notre identité, mais aujourd'hui notre réalité va bien au-delà. Au fil des années, nous nous sommes développés ailleurs en France et à l'international et nous avons élargi nos activités dans tous les services urbains. Il était important que notre marque raconte cette évolution, reflète ce que nous sommes devenus et accompagne l'ambition que nous portons pour les années à venir. »*
>
> **Jimmy BRUN**
> Directeur de la communication et de l'engagement du groupe RATP

Pour soutenir cette ambition, le groupe a confié à Babel la refonte de sa marque à travers trois grands axes : un nouveau positionnement, une nouvelle identité et une nouvelle campagne de marque.

Service de presse RATP
servicedepresse@ratp.fr — 01 58 78 37 37

Un nouveau positionnement, résumé dans une signature : “Bienvenue en ville”

Afin d’être reconnu pour tout ce qu’il fait au-delà du transport, en France comme à l’international, le groupe RATP se positionne désormais comme un acteur global au service des villes. Il affirme un positionnement stratégique autour de ses rôles qu’il met à leur service :

- Opérateur et mainteneur complet de solutions de transport ;
- Gestionnaire et valorisateur d’infrastructures urbaines ;
- Concepteur, financeur et exploitant d’équipements et bâtis urbains.

L’ambition du Groupe : les rendre les villes plus durables et plus agréables à vivre, pour que chacun s’y sente bien. C’est le sens de la nouvelle signature, “Bienvenue en ville” : une promesse que le Groupe s’engage à tenir aux côtés des collectivités qui font appel à lui.

Une nouvelle identité autour d’un symbole fort : les connexions

Le nouveau territoire de marque repose sur une forme simple : la connexion. Des lignes fines et souples qui se croisent et se rejoignent en un point pour composer les différents supports de communication du groupe RATP. Cette forme exprime ce que le Groupe fait pour les villes : relier. En intervenant dans les transports, les infrastructures, l’énergie et les bâtiments, il les met en lien pour que la ville fonctionne comme un tout et relève mieux ses défis les plus complexes. L’emblème historique du Groupe, qui date de 1992, est aussi modernisé et sa présence est renforcée afin d’allier patrimoine et projection stratégique vers l’avenir.

Par ailleurs, les logos ont été revus pour être plus lisibles et plus cohérents entre les différentes entités, tout en donnant davantage de place à l’emblème historique de la RATP. Les couleurs et les codes graphiques évoluent et sont enrichis d’une nouvelle police, permettant de créer une identité commune à l’ensemble du Groupe, plus moderne, plus humaine et plus facilement reconnaissable.

Une nouvelle campagne de marque, qui montre ce que le Groupe peut faire pour les villes

Pour faire évoluer son image, le groupe RATP lance le premier volet de sa campagne d’image nationale, qui s’adresse d’abord aux villes et à leurs décideurs. Présente en presse depuis fin octobre, la campagne repose sur une série de visuels : chacun part d’un défi concret des villes (les embouteillages et la pollution, la connexion numérique, la transformation d’un quartier) et s’appuie sur ce que le Groupe accomplit déjà à leurs côtés, chiffres à l’appui.

> *« Ce qu’on aime dans la marque RATP, c’est qu’elle a toujours été proche des gens. Il ne fallait surtout pas perdre ça. “Bienvenue en ville” vient de là : elle parle moins de technique que de ce que le Groupe apporte, concrètement, au quotidien de chacun. Le reste a suivi : une identité construite autour de la connexion, et une campagne qui part des vrais problèmes des villes. »*
>
> **Juliette Mutel,**
> Présidente de de Babel

Cette nouvelle marque se déploiera progressivement sur l’ensemble des supports du Groupe.

Service de presse RATP
servicedepresse@ratp.fr — 01 58 78 37 37

L'ensemble des assets est disponible ici :
https://agencebabel.fromsmash.com/BABELxRATP_ASSETS_18112026 et BABELxRATP_MOTION

Fiche technique

Annonceur : GROUPE RATP - Jimmy BRUN, Mariah DE STAAL, Agnès DESMAREST-COULON, Clément BOCOGNANI, Sandrine COURTOIS, Anne JACQUINOT, Thomas LAYDIS, Elodie CHADEL-AMANOU, Laure d'AUZAY
Agence : Babel
Responsables : Juliette MUTEL, Matthieu ANGEVIN, Barbara LEGUET, Frédéric PELLOSIO, Nolwenn RENOUARD, Agathe Lemoine, Gauthier DE SAINT SALVY, Mathilde RICROS, Lucie DE CAZOTTE
Directeur de création : Laurent NUYEN, Jean-Laurent PY
Concepteur-rédacteur : Cédric HAMELIN
Directeur artistique : Louis GRZESKOWIAK
Production : Anthony ROBERT
Agence média : DENTSU

À propos du groupe RATP
Leader mondial du métro automatique et acteur majeur du transport urbain, le groupe RATP est présent dans 17 pays dans lesquels il exploite et maintient des réseaux complexes, durables et à haute performance grâce à 73 500 collaborateurs. Chaque jour, nous assurons 14 millions de voyages à travers le monde, grâce à notre maîtrise de neuf modes de transport complémentaires, des plus capacitaires aux solutions de transport à la demande. Pour répondre aux nombreux défis rencontrés en 75 ans d'histoire, le Groupe s'est aussi forgé de solides savoir-faire, dans les domaines de la gestion et l'optimisation d'infrastructures - transport, data, énergie –, de l'aménagement urbain et de l'habitat. Soucieux de l'intérêt général, il entend aujourd'hui, mettre à disposition des territoires ces expertises éprouvées et reconnues. C'est leur conjugaison qui fait du groupe RATP un acteur global au service d'une meilleure qualité de ville. ».
LinkedIn : @RATPGroup.

À propos de Babel
Agence indépendante, Babel œuvre à une communication corporate plus simple, plus sincère et plus excitante, qui met en résonance les stratégies et les transformations des entreprises et des institutions avec les attentes et les usages de tous leurs publics. L'agence réunit 140 collaborateurs qui associent maîtrise de la complexité, exigence créative et performance opérationnelle dans tous les champs de la communication corporate : stratégie de marque, design, publicité, digital, contenus, communication interne et employeur, communication d'intérêt général, influence et réputation. Rendez-vous sur agencebabel.com
LinkedIn : @Agence Babel

Contact presse

Agathe Nougué
01 58 78 37 37
servicedepresse@ratp.fr

Bureau de relations presse & relations publiques Blondie Paris – Contacts
Nathalie Roland nathalie@blondie.paris : 06 09 49 63 29
Julie-Marie Bouchet julie-marie@blondie.paris : 06 87 78 28 65