

RATP *la ligne.*

Une collection d'objets design et urbains pour fêter les 70 ans de la RATP lancée à la rentrée !

Pour ses 70 ans, la RATP offre à ses voyageurs l'occasion de s'approprier une partie de son univers avec sa nouvelle marque « RATP la ligne ». Un mug à l'effigie du mythique Serge le lapin, un t-shirt à imprimé ticket de métro, les indices de ligne déclinés sur un tote bag : la RATP revisite son patrimoine avec une trentaine de produits dérivés à la vente en ligne dès le 12 septembre.



Une marque iconique, au cœur de la ville

Logos, design de bus, de tramway, de RER et de métro, couleurs de lignes, noms de stations ... l'univers de la RATP fait partie intégrante de la vie francilienne et est ancré dans l'imaginaire collectif. Avec cette nouvelle marque, la RATP revisitera son patrimoine, bien connu des voyageurs, pour offrir une collection



d'objets reprenant des symboles emblématiques des transports parisiens, auxquels les voyageurs sont attachés.

Pensée dans un esprit *lifestyle* et urbain, la collection de « RATP la ligne » fait écho au rôle de la RATP dans la ville. Une ligne urbaine, nourrie par une histoire riche, mais résolument actuelle et populaire.

3 collections disponibles dans une boutique en ligne

Pour ses clients du quotidien, pour les amoureux du patrimoine et des transports, ou pour les touristes de passage dans la capitale, la RATP propose des produits inscrits dans son identité. Il y en aura pour tous les goûts : textile, maroquinerie, papeterie, mugs, gourdes, et même impressions de photos issues du fond photographique de la RATP.

La boutique « RATP la ligne » proposera à partir du 12 septembre, 3 univers :

ICONIQUE : des produits inspirés de la signalétique RATP (tee-shirt reprenant le jeu de mot de « Opéra/ Apéro », mini carnets au nom de stations de métro, magnets).





POP : des produits réinterprétant subtilement des éléments graphiques de l'univers RATP, la campagne de communication phare « Ticket Chic, Ticket Choc » des années 1980 (T-shirts, sweat) ou mettant en scène l'émblématique Serge le lapin.



VINTAGE : d'autres produits, plus *vintage* et « *street* » s'autorisent un parti pris plus radical en affichant fièrement les logos RATP des années 1960 et 1976 (mug, sacs à dos bleu et kaki, tee-shirt), l'architecture de certaines entrées de stations (carnets à l'effigie des entrées Guimard ou Val d'Osne), ou encore les couleurs de matériels roulants historiques



La collection sera régulièrement enrichie de nouvelles références, et des collaborations éphémères avec d'autres marques viendront compléter la gamme.



Ci-joint un lien pour télécharger les visuels des produits : <https://we.tl/t-jCQ9400CAH>.

Zoom sur un design atypique

Depuis les origines du métro, de grands architectes et designers ont contribué à imaginer les bâtiments et les infrastructures des espaces exploités par la RATP : **le matériel roulant MP89 de la ligne 14 et le funiculaire de Montmartre par le designer Roger Tallon, le Centre bus de Lagny (Paris XXème) par Brigitte Métro** ou encore **la typographie emblématique du réseau Parisien, le Parisine créée par Jean François Porchez**. Autant d'œuvres d'art et de design au contact de plus de 12 millions de voyageurs chaque jour.

Depuis sa création, le métro est également un lieu d'expression artistique majeur : des entourages Art Nouveau de l'architecte Hector Guimard jusqu'au Kiosque des Noctambules de Jean-Michel Othoniel, l'union entre la RATP et l'art a toujours été porteuse de création et d'innovation.

CONTACTS PRESSE

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

Publicis Consultants
deborah.zaffran@publicisconsultants.com
laura.asselineau@publicisconsultants.com
olivier.josserand@publicisconsultants.com
01 44 82 45 88