



DOSSIER DE PRESSE

Lundi 06 octobre 2008

« La propreté, on a tous un rôle à jouer »

La propreté au cœur de la politique de services de la RATP.

Qualité d'environnement, hygiène, sentiment de sécurité et de confort, la propreté fait partie intégrante de la relation de service que la RATP.

C'est également un indicateur important du contrat avec le STIF (Syndicat des Transports en Ile-de-France).

Pour les voyageurs, la propreté est un élément important de l'appréciation de la qualité de l'environnement des lieux, des véhicules ainsi que du sentiment de confort et de bien-être. Elle est étroitement associée à la maîtrise des espaces.

Les voyageurs ont un niveau d'exigence de plus en plus important face à l'amélioration du niveau de service et de confort en général dans les lieux publics. La propreté des réseaux est une attente particulièrement forte de leur part même si ils savent qu'ils sont aussi responsables de la propreté.

C'est dans ce contexte qu'en octobre 2006, dès son arrivée, Pierre Mongin, Président directeur général de la RATP, déclare la propreté comme un de ses 17 engagements publics "Partager l'exigence de propreté" ainsi que l'un des 5 chantiers prioritaires de l'entreprise.

L'objectif de cet engagement est de garantir aux voyageurs un réseau propre sur toute la durée du service. La RATP s'engage ainsi d'ici trois ans à améliorer notablement la propreté de ses réseaux :

- en augmentant les fréquences de nettoyage en fonction de la fréquentation des espaces,
- en contrôlant, partout dès la prise de service du matin, le niveau de netteté,
- en maintenant propres par des interventions ponctuelles les espaces voyageurs dans la journée,
- en réagissant rapidement à la moindre dégradation conséquente pour le confort des voyageurs,
- en menant des campagnes de communication régulières de respect des lieux auprès des clients.

Une vaste campagne de communication.

Déclinée sur tout le réseau, cette campagne de communication a pour but d'informer et de sensibiliser les voyageurs à la problématique de la propreté, de réussir à modifier certains de leurs comportements mais également de leur montrer les efforts entrepris par la RATP, ses agents et ses prestataires de nettoyage.

Pour être efficace, le dispositif de communication mis en place s'appuie sur deux niveaux de communication.

- Une campagne d'image :

Ce premier niveau utilise principalement l'affichage (62x100 quais, A4 bus, 200x150 couloirs). Le visuel montre une station de métro à l'entrée de laquelle est disposé un paillason avec la mention « Bienvenue » inscrite dessus. Tout un programme et une vraie ambition ; Accueil, service, propreté, respect... *On vous accueille de notre mieux. Respectez les lieux dans lesquels vous pénétrez.*

- Une campagne comportementale :

Elle se décline autour de plusieurs outils pour sensibiliser les voyageurs à participer au maintien de la propreté des espaces et des trains et faire en sorte qu'ils se sentent impliqués :

. Les **150 comptoirs d'information** sont habillés aux couleurs de l'opération. Ils permettent aux clients de parler propreté avec les agents et de leur signaler tout problème de propreté constaté dans une station ou dans une gare.

. Des stands - exposition itinérants sur chaque ligne, sont tenus par des agents RATP. Ils permettent de mieux visualiser les moyens mis en oeuvre au quotidien par la RATP et les agents de nettoyage et d'entamer le dialogue.

Des interventions d'agents de nettoyage des lignes concernées viendront parler de leur métier au quotidien.

. **1, 5 millions de plans de poche** et **1 million de plans de réseau n°1** aux couleurs de l'opération avec des messages rappelant les gestes simples à adopter seront diffusés.

. **Trois poèmes** différents prodiguant des conseils sur un ton humoristique sont affichés dans les rames de métro et de RER.

. Le site <http://www.ratp.fr/proprete> propose une rubrique Propreté pour bien informer les clients qui le souhaitent.

Précisons enfin que cette campagne est soutenue et encouragée par les associations de consommateurs agréées.

Le nouveau marché NET.

Pour répondre rapidement à cet engagement et à ces objectifs, le Conseil d'Administration de la RATP, réuni sous la présidence de Pierre Mongin, approuve le 1^{er} juin 2007 le nouveau marché NET (Nettoyage des Espaces et des Trains) qui est attribué à 4 prestataires, les sociétés **CHALLANCIN, COMATEC, ONET et TEP.**

Plus grand marché de service de la RATP avec un coût annuel de l'ordre de 65 M d'€ (année 2008), NET se veut plus réactif et plus visible.

En octobre 2007, le nouveau marché est mis en place. Organisé par ligne, au plus près des acteurs opérationnels, le marché est conçu pour être partenarial, c'est ainsi 1 800 salariés appartenant aux quatre sociétés de nettoyage qui travaillent en étroit partenariat avec les agents de la RATP.

Avec ce nouveau marché de propreté, la RATP souhaite améliorer la qualité de son environnement et de ses lieux pour le confort et le bien-être de ses voyageurs. Son ambition est claire : offrir un niveau de propreté semblable aux autres espaces publics. Elle souhaite également garantir aux clients un réseau propre sur toute la durée du service et leur offrir une qualité de service homogène sur l'ensemble du réseau.

Aujourd'hui, le niveau d'exigence en matière de propreté a été augmenté avec des nettoyages plus fréquents, des contrôles systématiques dès l'ouverture des gares, des interventions ponctuelles dans les espaces voyageurs pendant la journée et une réaction rapide à toute dégradation notable.

Caractéristiques du marché.

- **La consultation Marché NET a été lancée le 29 juin 2006 auprès des 11 entreprises sélectionnées ayant répondu à l'avis de candidature.**
- **L'ensemble des marchés de la consultation NET représente un montant global minimum de 299 millions d'euros et un montant maximum de 474 millions d'euros.**
- **Par rapport aux anciens marchés propreté, le nouveau marché NET se veut plus simple, plus réactif, plus visible et plus souple. Le marché NET est conçu pour être partenarial, les prestataires sont intéressés aux résultats des contrôles propreté.**
- **La rémunération des 4 prestataires est désormais impactée :**
 - **Par les résultats des contrôles effectués pour répondre à l'exigence du STIF,**
 - **Par les résultats des contrôles quotidiens opérés par la RATP et la réactivité du prestataire pour faire face aux signalements.**
- **La durée du marché est de 5 ans (éventuellement prorogables deux fois un an, soit une durée maximale de 7 ans et 3 mois).**
- **Ce marché concerne : près de 1,3 millions de M² de surfaces au sol (dont 60% sont nettoyées quotidiennement), un parc de plus de 1000 trains et 400 km de voies.**

Le rôle des 1 800 agents de nettoyage :

- Avant 7h00 du matin, ils dépoussièrent les gares et les quais, lavent les sols et les murs, désinfectent les sièges, ramassent les déchets sur les voies et enlèvent les graffitis.
- Dans la journée, ils vident les poubelles, ils nettoient les escaliers, les guichets et les appareils de billetterie automatique des gares.
- Dans la soirée, c'est le balayage, le lavage des sols et la désinfection des surfaces en contact avec les voyageurs.
- Dans la nuit, c'est une équipe spéciale qui s'occupe des trains : vitrerie intérieure et extérieure, carrosseries, sièges, sols et parois.

Le rôle des 6 000 agents de la RATP :

- Chaque matin, lors de leur prise de service, dans chaque station, chaque gare et chaque gare routière, les agents effectuent les contrôles du matin et les transmettent instantanément via un logiciel spécialisé avant 6h00.
- Les prestataires sont tenus d'intervenir à nouveau dans l'heure suite à un contrôle du matin qui serait non conforme. Les agents doivent constater que le nécessaire a été fait et doivent, à nouveau, le saisir avant la fin de leur service.
- En cours de journée, les agents signalent dans le logiciel spécialisé tout problème de propreté constaté.

C'est ainsi, plus de **65 000** contrôles du matin et 50 000 demandes de nettoyage supplémentaires qui ont été effectués par les agents au cours du 1^{er} semestre 2008.

Les agents : les meilleurs ambassadeurs.

Pour faire passer le message et contribuer à améliorer la propreté, le dialogue est primordial pour une bonne compréhension et une sensibilisation des voyageurs.

En créant des occasions de dialogue sur le terrain au travers des 141 comptoirs d'information, la RATP échange avec les voyageurs, pour leur faire connaître, comprendre et respecter ses missions au quotidien et les efforts réalisés par elle en matière de propreté. Cela doit permettre d'engendrer plus facilement une prise de conscience des voyageurs sur leur rôle en matière de propreté. Il est important de les co-responsabiliser afin qu'ils respectent davantage les lieux qu'ils utilisent quotidiennement. Les clients doivent devenir plus responsables vis à vis de leurs stations, de leurs gares et des trains utilisés.

Le rôle des voyageurs au quotidien.

Adopter des gestes simples comme :

- utiliser les **14 000** poubelles mises à sa disposition,
- emporter avec lui son journal même s'il l'a lu,
- ne pas hésiter à signaler à un agent tout problème de propreté rencontré.

La propreté en chiffres:

- 6 000 agents RATP participent quotidiennement à la propreté des lieux,
- plus de 1 800 agents de nettoyage des 4 entreprises travaillent à la propreté des lieux,
- 400 kilomètres de voies, 1,3 million de m² de surface au sol sont nettoyés, dont 60% quotidiennement,
- 14 000 poubelles sont mises à la disposition des voyageurs,
- 10 000 tonnes de déchets en sont récoltées chaque année,
- le parc de plus de 1 000 trains est nettoyé quotidiennement,
- 65 000 contrôles du matin et 50 000 demandes de nettoyage supplémentaires ont été effectuées par les agents au 1^{er} semestre 2008,
- En 2008, le montant du budget alloué à la propreté est d'environ 65 millions d'euros.

Les prestataires du marché:

- COMATEC pour les lignes 3, 7, A et B
- CHALLANCIN pour les lignes 2, 9, 10, 11 et 13
- ONET pour les lignes 4, 5, 6 et 12
- TEP pour les lignes 1 et 8