

LA « RAIL ATTITUDE » SUR TOUS LES FRONTS

Le train gagnant

A l'heure où la SNCF tire le bilan de l'événement phare : « J'aime le train », le chemin de fer confirme son spectaculaire « come back ». Dopé par les préoccupations écologiques, les besoins de confort et de vitesse, il poursuit depuis un siècle et demi, son action de transformation de la vie quotidienne, du voyage, de l'art, la géographie, l'économie... Il s'impose aussi comme l'une des grandes fabriques de changement sociétal et le transport fétiche du troisième millénaire, grâce à une stratégie offensive et raffinée.

En novembre dernier, les Californiens se prononçaient par référendum pour la construction d'une ligne ferroviaire grande vitesse entre San Diego et Sacramento de plus de 1 200 km. En gestation depuis plus de 10 ans, ce projet mettra Los Angeles à 2h20 de San Francisco et constituera le chantier le plus gros jamais entrepris par l'Etat californien.

Victoire technologique et environnementale, ce projet qui devrait, d'ici 2020, enregistrer une fréquentation d'une centaine de millions de voyageurs, constitue en même temps la preuve que, face à la crise économique et écologique, le train apparaît comme l'une des seules alternatives viables sur les longues distances. Il devrait en effet ramener les émissions de gaz à effet de serre au niveau de celles de 1990, puis les réduire, d'ici 2050, à 20 % de ce seuil !

Mieux, le président Obama, prévoit également d'autres liaisons : en Floride et en Nouvelle-Angleterre avec un prolongement jusqu'à Montréal. En outre, Washington dépensera un milliard par an sur cinq ans pour améliorer et accélérer sa communication avec Boston. L'objectif étant d'arriver à une vitesse moyenne de 350 km/h dans un pays où aujourd'hui seules cinq lignes dépassent les 127 km/h de moyenne !

Une révolution planétaire

De tels projets dans un pays qui avait résolument opté pour le tout avion et le tout voiture, sont plus éloquents qu'ils n'y paraissent. Ils mettront les USA à l'heure de l'écologie et de l'efficacité, dans un domaine où ils s'étaient laissés devancer par l'Europe et le Japon. Ils transformeront de toute évidence, les modes de vie de quantités d'Américains, habitués à deux modes de déplacements vedettes particulièrement polluants. Inutile de préciser encore que l'avènement des chemins de fer rapides dans un pays où le mythe des grandes routes avait surpassé celui de la ruée vers l'or dans l'imaginaire collectif, pourra à terme transformer également l'iconographie nord américaine. Les nouveaux trains américains plus que les Européens, ne parviendront-ils pas à imposer au monde de nouvelles images porteuses de progrès et d'une autre conception de l'évasion ?

Arts et imaginaires

Car, bien que la composante mythologique des moyens de transports semble futile, il n'en reste pas moins qu'elle a son importance. Ainsi, alors que l'automobile dès les années 50, a fortement imprégné la littérature, le cinéma, la peinture et contribué à imposer au monde de nouveaux standards de modernité et de nouveaux espaces de rêve, le train ne s'est jamais véritablement effacé de l'imagerie populaire. Bien que largement vieilli et dégradé aux lendemains de la seconde guerre mondiale, il a continué de compter parmi les jeux les plus populaires parmi les enfants, les objets de collection les plus prisés pour les adultes, tandis que la chanson ou le cinéma en ont fait un acteur et un sujet majeur d'inspiration. Depuis des tubes comme « j'entends siffler le train » jusqu'à des films comme « Un soir, un train », le train a eu beau se démoder sur un plan technique, il ne s'est pas démodé sur le plan artistique. D'autant que la remise en vogue des Grands Express comme le Venise-Simplon ou l'Orient-Express connaît un véritable succès auprès d'une clientèle haut-de-gamme en quête d'exception.

Economie et politique

A quelques mois de l'ouverture à la concurrence européenne, les trains à grande vitesse dont la France s'est fait le plus dynamique des promoteurs sont également à l'évidence les meilleurs artisans de la construction européenne. Que l'on soit pour ou contre, l'Union Européenne est d'autant plus à même de prouver sa réalité que les distances d'un pays à l'autre ont été

considérablement réduites. Et, ce n'est pas fini : bientôt Amsterdam ne sera plus qu'à 3h 15 de Paris contre plus de 4 aujourd'hui, tandis que Perpignan, avec retard, se prépare à être relié à l'Espagne, en 2012, grâce à une ligne transfrontalière de 44,4 kilomètres qui aura nécessité 8 ans de travaux ! La proximité de Londres et de Bruxelles, des villes allemandes... ont également fortement contribué à rapprocher les populations européennes et, à globaliser un peu plus leurs modes de vie... Car, le train contrairement à l'avion, offre une continuité dans le déplacement et non pas une rupture. Reliant des centres villes, il relie des espaces vivants et non pas artificiels comme les aéroports. Brassant des populations autochtones et exogènes, les gares surtout sont des lieux où le choc du dépaysement est atténué. Le changement se fait en douceur mais en profondeur.

Train et ville : la fusion

Tandis que les projets du Grand Paris attendent de pouvoir rapprocher la banlieue de la capitale, le train a bel et bien affirmé sa présence dans le paysage et le territoire urbain partout en Europe, grâce au renouvellement et la modernisation des gares. Si, tous les travaux auxquels la SNCF a consacré plusieurs centaines de millions d'euros chaque année, ne sont pas achevés, à Paris, des gares comme celles de l'Est, du Nord ou Montparnasse sont devenues des espaces de vie à part entière. Offrant commerces de qualité, restaurants, cafés, services, centres d'affaires ...partout où elles ont été rénovées, elles combinent les fonctions de lieux de transit pour les usagers des centres urbains pour et, la population sédentaire. Généralisée à travers le monde, cette tendance affecte l'Allemagne où la révolution sur le rôle et la forme des gares est encore plus radicale, les Etats-Unis, où certaines équipes d'architectes n'hésitent plus à réfléchir sur l'aménagement des villes autour des gares, en espérant modeler à travers ces espaces de nouveaux modes de consommation.

Trains et fêtes

Enfin, les trains internationaux à grande vitesse ont bel et bien totalement révolutionné les déplacements intra-européens et contribué à développer le tourisme urbain entre grandes capitales nationales et régionales. Encore plus nombreux que les touristes, les excursionnistes internationaux et nationaux sont devenus légions, bien qu'ils soient impossibles à compter.

Et, ce n'est qu'un début ! La course à l'innovation et à la fidélisation de la clientèle a donné lieu à une créativité débordante, chez Thalys, TGV, et Eurostar ! Outre le développement de services à la personne – seniors,

familles-, création de réseaux sociaux...- le train se réinvente en permanence à travers une promotion et une attitude festive et conviviale, capable surtout de donner aux jeunes, leurs futures clientèles, le goût du rail ! Ainsi, Eurostar joue la carte « friendly ». Son créneau : proposer régulièrement des prix bradés, jouer la récurrence en revenant tous les deux mois avec de nouvelles offres, opter pour les médias de proximité (affichages - kiosques, métros, cafés -, journaux, radios)... Fer de lance de sa stratégie marketing : les campagnes publicitaires à forte personnalité relevant à la fois de l'humour, de la pertinence et de la fameuse « British Touch ». La dernière en date : les affiches représentant un journal anglais au titre éloquent : « French invasion, London at only 77 euros ». Quoiqu'on en pense, on en parle !

Et le train amuse !

En 2008, Thalys n'en finit pas sa métamorphose : nouveau design intérieur, vaisselle moderne et carte revisitée, collection élégante d'uniformes créée par Eva Gronbach pour relooker le personnel à bord et en gare, nouveaux services et technologies de pointe... Confort, qualité, esthétique...

Mais, ce n'est pas tout, Thalys joue aussi la carte « branchée » en s'associant à des événements culturels. A l'occasion de l'ouverture du musée Magritte à Bruxelles le 2 juin prochain, un train sillonnera l'Europe, paré de l'univers poétique du peintre.

IdTGV, pour sa part, séduit les jeunes et les fêtards avec son concept récent idNight : les fameux trains voyageant la nuit, bar ouverts, et DJ aux platines jusqu'au petit matin. La formule, créée en 2008, connaît un résultat très satisfaisant : 70% de remplissage pour la première année, en grande majorité des jeunes, 80% des clients ont moins de 34 ans. L'argument « prix au rabais » est déterminant : en moyenne 15% des billets sont au prix imbattable de 19 euros, et ils se placent systématiquement en dessous des tarifs du marché !

En pleine réinvention face à un avion ayant largement perdu de son prestige, il est clair que le train devenu une fête, un divertissement, un moment de convivialité a l'avenir pour lui !

Mai 2009