
Futurs Intérieurs

DOSSIER DE PRESSE
12 novembre 2002



SOMMAIRE

INTRODUCTION

LE TGV S'INVENTE UN NOUVEL INTERIEUR

- Anticipons le futur
- Trois créateurs, trois intérieurs
 - ✓ Voiture n°1 : *AVANT-PREMIERE Design*, groupe ANTOLIN et KENZO
 - ✓ Voiture n°2 : MBD Design, COMPIN, SOFANOR et Christian LACROIX
 - ✓ Voiture n°3 : BRAND COMPANY et RECARO
- Le TGV de demain entre les mains de chacun

Le TGV à la vitesse de demain

- Le futur TGV se lève à l'Ouest...
- ...Comme à l'Est



Introduction

DE LA TECHNIQUE AU SERVICE

- ✓ En 1981, le premier TGV fait son apparition. La France assiste à une véritable révolution technologique et la SNCF gagne le pari de la Grande Vitesse. Avec près de 270 km/heure, la force de la rame « Sud Est » (orange) repose sur la prouesse technique.
- ✓ En 1986, une nouvelle génération de TGV bleu et argent apparaît : les TGV « Atlantique ». Plus axé sur une vision client, ce nouveau TGV s'adapte davantage aux besoins des voyageurs. Apparaît un train diversifié avec des espaces variés en 1ère classe comme en 2nde (salon, club 4, kiosque, espace famille, salle). Des nouveaux services y sont également développés : un bar plus spacieux pour accueillir davantage de consommateurs, des publiphones et des toilettes plus nombreuses.
- ✓ Soucieuse de capitaliser les efforts réalisés sur ses rames, la SNCF lance en 1993 les rames « Réseau ». Poussant davantage le concept du confort, ces nouvelles rames vont encore plus loin dans l'agrément proposé aux voyageurs, avec notamment, l'augmentation des pas de siège en 2nde classe.
- ✓ En 1996, le « Duplex » fait son apparition et s'impose comme le « favori » des clients. Tout est conçu pour fournir au voyageur du confort. Avec l'avènement du Duplex, TGV repense l'espace à bord en offrant une vision en « 3D » : répartition des places sur deux étages et ouverture plus large sur l'extérieur grâce aux baies vitrées et au bar panoramique.
- ✓ L'arrivée des TGV dernière génération et leur impact sur les clients a suscité de nouvelles attentes. Deux phases de rénovation « Rénovation 1 » et « Rénovation 2 » ont été successivement lancées, la première en 1996 et la seconde en 1999 imposant de fait les valeurs de la marque TGV. La SNCF a ainsi harmonisé l'offre et le design de l'ensemble de sa flotte TGV, voyant peu à peu les livrées oranges « au look des années 70 » disparaître.

Durant plus de 20 ans, la SNCF a travaillé sur l'ergonomie et l'espace à bord de ses TGV, soucieuse de satisfaire ses clients, répondant et devançant leurs attentes pour leur offrir un véritable « moment de vie » à bord de ses trains.

Aujourd'hui, TGV s'invente un nouvel intérieur et renforce son avance déjà prise dans sa vocation unique : Réinventer le voyage.

LE TGV S'INVENTE UN NOUVEL INTERIEUR

Anticipons le futur...



L'objectif du TGV est d'assurer à ses clients un voyage fluide.

Ainsi toutes les nouvelles avancées qui sont proposées visent à affirmer cette fluidité. Cela passe par :

- * L'accompagnement du client en amont et en aval du TGV (simplicité de réservation, retrait d'un billet, réservation de taxis à l'arrivée en 1^{ère} classe par exemple).
- * Des prestations de service à bord qui permettent au client d'intégrer son voyage dans sa vie quotidienne.

Le travail de nouveau design intérieur TGV s'inscrit dans cette ambition et vient la renforcer :

... en anticipant les attentes

Dès l'automne 2000, la Direction Grandes Lignes offre un nouveau logo et affirme ses ambitions avec un film publicitaire qui incarne la fluidité et la richesse du temps passé à bord.

La 3^{ème} génération de design intérieur TGV se doit de devancer le futur et être en phase avec les valeurs de modernité portées par la marque.

La refonte de l'intérieur TGV a pour objectif de créer une rupture avec le passé, de réinventer le voyage, de porter et de valoriser les services et le confort en installant le « design des années 2010 ».

En allant au-delà du produit et en réaffirmant ses engagements vis-à-vis des clients, ce projet insuffle une dimension nouvelle au TGV et participe à la création d'une véritable personnalité de la marque.

... en offrant encore plus d'espace et de confort

L'espace est au cœur des préoccupations du voyageur TGV. Le design et l'implantation des sièges doivent offrir une assise confortable et une place généreuse pour les jambes. Élément principal du confort du voyageur, le siège représente une part importante du budget de l'opération puisque 70 000 places assises devront être équipées.

Davantage d'espace à bord, mais également un espace plus personnel avec l'individualisation des fonctions comme l'éclairage, la tablette, le porte-documents permettent à chacun de s'approprier pleinement son environnement de voyage.

... en mettant la sérénité toujours au cœur du voyage

Outre la volonté de créer un environnement agréable et confortable, la sérénité se pose aussi comme un élément fondamental de ce projet en permettant au client de pouvoir garder l'œil sur ses effets personnels pendant toute la durée de son voyage. Le nouvel intérieur TGV repense ainsi l'espace en plaçant les bagageries au centre des voitures.





Trois créateurs, trois intérieurs

Un appel d'offres européen a été lancé en janvier 2002. Parmi les six dossiers présentés, trois groupements ont été sélectionnés :

- **AVANT-PREMIERE**, associé à ANTOLIN (Italie), qui a fait appel au couturier **KENZO** pour l'ambiance.
- **MBD DESIGN**, avec COMPIN (France), qui a demandé à **CHRISTIAN LACROIX** de s'associer à sa réflexion.
- **BRAND COMPANY**, créateur du logo de la marque TGV, qui a choisi l'industriel **RECARO** (Allemagne).

Afin d'assurer la confidentialité des projets, c'est dans trois ateliers séparés de l'Etablissement Industriel du Matériel d'Hellemmes (59) que les trois concurrents ont pris chacun possession d'une des 3 voitures TGV, réparties par tirage au sort.

Chacun d'entre eux, partant d'une voiture de la rame Réseau 502 entièrement déséquippée par l'Etablissement d'Hellemmes, devait proposer sa vision d'une ambiance 1^{ère} Classe, 2^{ème} Classe et d'un espace spécialisé (convivialité, enfants, etc...) au choix.

Les trois voitures maquettes, remises à l'entreprise le 31 octobre dernier par les designers, ont ensuite été incorporées dans la rame de démonstration qui se compose :

- de la motrice de la rame 502
- de la **voiture n° 1** attribuée à **AVANT-PREMIERE**
- de la **voiture n° 3** attribuée à **MBD DESIGN**
- de la voiture-bar non rénoverée
- de la **voiture n° 5** attribuée à **BRAND COMPANY**
- d'une locomotive

✓ *AVANT-PREMIERE Design, groupe ANTOLIN et KENZO*

Autour de ce grand projet, s'est concrétisée la rencontre de trois mondes complémentaires : le monde du design, le monde industriel et le monde de la création. Avant-Première, groupe Antolin et Kenzo se sont rejoints autour de valeurs et d'une approche communes pour concevoir de nouveaux espaces TGV à la fois créatifs et intemporels, audacieux et réalistes.

Le Projet :

Des sièges d'un haut niveau de confort, des places d'une réelle intimité, le souci du détail..., tout a été pensé pour offrir au voyageur un espace de bien-être sans ostentation et sans superficialité.

Pour donner à ce concept tout son sens, Kenzo y a apporté des valeurs de sérénité, d'évasion, de ressourcement, avec pour ambition la création d'une atmosphère propice à la détente, à la rêverie, en alternative à l'effervescence du quotidien.

Ces "jardins du voyage", inspirés à la fois de l'habitat et de la nature, Kenzo les a créés dans un esprit d'équilibre autour de quelques codes forts essentiels, qui suffisent à marquer une évolution radicale dans la perception de l'espace. Ainsi, ce projet s'inscrit dans la mouvance actuelle de recherche de simplicité alliée à l'innovation créative.

Cette expérience unique, nous l'avons vécue comme un réel engagement qui dépasse délibérément une démarche de stylisme pour, au contraire, s'inscrire avant tout dans l'esprit d'une marque, celle de TGV.





✓ MBD Design, COMPIN, SOFANOR et Christian LACROIX

Compin, société créée en 1902, implantée en Normandie, est le leader européen dans la conception et la réalisation de sièges pour le transport de passagers (Thalys, Eurostar, TGV Duplex, TER, Transilien etc).

Pour concevoir le TGV 3ème génération de la SNCF, Compin s'est entouré de deux entités créatives, MBD Design et Christian LACROIX.

Sofanor, spécialisée dans l'aménagement intérieur des voitures, complète le groupe.

La rencontre des deux univers de création conjuguant savoir-faire technique et raffinement culturel a donné naissance à un projet résolument en rupture, répondant à la démarche innovante de la SNCF.

Le Projet :

Prenant pour objet la personnalité, l'individualité, le calme et l'intimité, l'étude des ambiances dédiées aux différents espaces révèle un nouveau territoire de valeurs, proches de celles de l'habitat.

Ainsi, les alliances franches de couleurs, la dissymétrie des formes, la surprise et la fantaisie s'équilibrent et s'harmonisent.

Par sa création empreinte de son imaginaire, Christian LACROIX invite au voyage.



✓ BRAND COMPANY et RECARO

Brand Company est une agence de design. Architecture intérieure, identité visuelle ou packaging, l'agence traite le design comme vecteur d'expression d'une personnalité de marque.

Brand Company a conçu le nouveau logo TGV en 2000.

Recaro fabrique les sièges des plus grandes compagnies aériennes et des marques automobiles les plus prestigieuses (Aston Martin, Porsche, Jaguar).



Le Projet :

Le logo TGV exprime deux traits de personnalité essentiels de la marque : fluidité et technologie.

Ce seront pour Brand Company et Recaro les fondements du concept de ce nouveau design TGV alliant féminité et masculinité. Un binôme qui se traduit par :

- Des lignes aux courbes fuselées que l'on va retrouver dans la forme des sièges, tablettes, plafonniers lumineux, décors des sols, parois et des espaces spécifiques.
- Un mariage de textiles stylisés et de matériaux alternant des textures telles que l'inox, l'aluminium et le verre teinté.
- Des couleurs en camaïeu de gris, vert et bleu et une architecture lumineuse qui confèrent à TGV une ambiance feutrée, raffinée, sereine.

Un design mais aussi un confort...

Les sièges bénéficient de la technologie avancée de Recaro en termes d'ergonomie et de fonctionnalité.

La garantie du bien-être du passager pour le confort de chacun : repose-pied et cale - tête adaptables, lumière et boîte à déchets individuelles.

Un design qui personnifie TGV comme la marque qui nous transporte dans une nouvelle dimension de temps et d'espace à vivre pour chacun.



Le TGV de demain entre les mains de chacun

✓ **Un grand tour de France**

Futurs Intérieurs, c'est un vrai enjeu pour TGV, pour son image, pour son avenir. Il était donc naturel que chacun puisse donner son avis sur les trois projets sélectionnés.

Présentée pour la première fois à Paris - Montparnasse le 12 novembre 2002, la rame de démonstration parcourra la France jusqu'au début du mois de mars 2003 et sera présentée aux clients dans une quarantaine de villes¹.

Les futurs utilisateurs des nouveaux TGV seront invités à classer les trois projets par ordre de préférence tandis que les groupes économiques et techniques rendront leur verdict. En effet, sur un projet de cette envergure, si les choix des clients et les coûts d'acquisition des sièges, moquettes, revêtement ... sont prépondérants, la faisabilité de la solution retenue, les sujétions liées à la maintenance de ces futurs TGV (qui devront être fiables et propres pendant 15 ans) et la sécurité des voyageurs devront être étudiées.

✓ **Mai 2003 : la révélation**

Les préférences des clients ainsi exprimées et la comparaison des différentes études réalisées constitueront un élément majeur dans la décision finale.

Le groupement lauréat de l'appel d'offres sera annoncé le 30 avril prochain et le projet retenu révélé à l'occasion de l'inauguration de l'exposition "Train Capitale" sur les Champs - Elysées.

¹ Itinéraire : 12>15/11/2002 Paris-Montparnasse ; 16>18/11/2002 Toulouse ; 19/11/2002 Bayonne ; 20/11/2002 Dax ; 21/11/2002 Bordeaux Saint-Jean ; 22/>23/11/2002 Poitiers ; 24>26/11/2002 Tours ; 27>28/11/2002 Nantes ; 29>30/11/2002 Rennes ; 04>06/12/2002 Strasbourg ; 07>09/12/2002 Nancy ; 10>11/12/2002 Metz ; 12>14/12/2002 Reims ; 18/01/2003 Charleville-Mézières ; 19/01/2003 Thionville ; 20/01/2003 Forbach ; 21/01/2003 Mulhouse ; 22/01/2003 Colmar ; 23/01/2003 Bar-le-Duc ; 24/01/2003 Châlons-en-Champagne ; 28/01/2003 Orléans ; 29/01/2003 Vierzon ; 30/01/2003 Châteauroux ; 31/01>01/02/2003 Limoges ; 02/02/2003 Brives ; 03/02/2003 Cahors ; 04/02/2003 Agen ; 05/02/2003 Montauban ; 06>07/02/2003 Tarbes ; 08>09/02/2003 Pau ; 10>11/02/2003 Angoulême ; 12>13/02/2003 Libourne ; 14>16/02/2003 La Rochelle ; 17/02/2003 Niort ; 18/02/2003 Châtellerauld ; 20/02/2003 Angers ; 21>23/02/2003 Le Mans ; 24>25/02/2003 Saint-Nazaire ; 26/02/2003 Vannes ; 27/02/2003 Lorient ; 28/02>02/03/2003 Quimper ; 03>04/03/2003 Brest ; 05/03/2003 Saint-Brieuc

✓ **A partir de 2004 : la réalisation**

La réalisation de la première rame commencera fin 2004 et sera achevée un an plus tard. Les intérieurs des 105 TGV Atlantique, dont six rames pendulaires destinées à la desserte Paris - Orléans - Limoge - Toulouse et 78 TGV Réseau, seront rénovés dans un laps de temps de quatre ans.

Quelques chiffres...

- 10 000 heures : nombre d'heures de travail estimé pour chaque rame.
- Coût global par rame : 10% du coût d'acquisition d'une rame neuve.
- 2010 : date à laquelle les 183 rames offriront des nouvelles conditions de voyage.



LE TGV A LA VITESSE DE DEMAIN

Année après année, TGV n'a cessé de progresser. Des temps de trajet plus courts, mais aussi des services. Profiter de dessertes fréquentes aux heures de pointe, trouver toujours son TGV sur le même quai, pouvoir échanger instantanément son billet... autant d'attentions taillées sur mesure pour la clientèle.



Le futur TGV se lève à l'Ouest...

Pour TGV, la conquête de l'Ouest est déjà bien avancée... Au départ de Paris, les liaisons desservent aujourd'hui la Bretagne, les Pays de Loire, le Centre, le Poitou-Charentes, l'Aquitaine et le Midi-Pyrénées.

En tout, 61 villes sont ainsi concernées. Une richesse de destinations qui satisfait tant une clientèle voyageant pour raison professionnelle que pour motif privé. Au total, chaque année, 30 millions de clients empruntent un TGV entre Paris - Montparnasse et les régions de l'Ouest et du Sud Ouest.

Cadencement entre Paris et Nantes : 21 Allers - Retours en 2h

Cadencement entre Paris et Rennes : 20 Allers - Retours en 2h

Paris - Angers : 15 Allers - Retours en 1h30*

Paris - Bordeaux : 19 Allers - Retours en 3h*

Paris- St Pierre des Corps : 16 Allers - Retours en 55 min*

**meilleur temps de parcours*

Le futur intérieur TGV habillera en premier lieu le TGV « Atlantique » qui, à ce jour, est le matériel roulant à grande vitesse dont les aménagements intérieurs sont les plus anciens.

Cette rénovation permet ainsi de capitaliser sur l'opportunité de l'arrivée à mi-vie de ces TGV. A cette étape, la plupart des intérieurs et des sièges sont habituellement changés. Il faut avoir en tête qu'une telle opération représente un investissement de l'ordre de 150M€ soit 10 fois moins que l'achat de nouveau matériel.

Créant une rupture avec le passé, le TGV « Atlantique » bénéficiera alors d'un nouveau souffle.



...Comme à l'Est

Alsace, Lorraine, Champagne - Ardenne... toutes ces régions verront leurs principales agglomérations desservies par TGV en 2007.

En tout, plus de 26 villes seront plus proches de Paris :

- 1h30 pour Nancy ou Metz,
- 2h20 pour Strasbourg
- 45 min pour Reims...

Le projet TGV Est Européen va bouleverser la géographie des transports français et européens.

Vecteur de mobilité, le TGV Est offrira des liaisons directes entre les régions de l'Est et les régions du Nord et de l'Ouest de la France. Européen, le TGV Est offrira également des relations rapides entre Paris et respectivement le Luxembourg, la Suisse et l'Allemagne.

Produit de la marque TGV, le projet TGV Est Européen reprendra toutes les promesses de la marque en valorisant le couple confort et services pour ses clients de demain.

Dans son souci permanent d'anticiper les attentes des futurs clients, le choix du matériel a constitué un point central dans la réflexion du projet TGV Est Européen.

En effet, le choix en matière d'agencement, d'ergonomie des espaces individuels constitue un élément fondamental dans la perception du voyage.

Ainsi, la nouvelle génération de design des intérieurs TGV s'inscrit dans le projet du TGV Est Européen. Elle équipera l'ensemble des rames TGV affectées aux circulations sur l'Est (en France et vers les destinations internationales).

En effet, si l'ouverture à l'Est permet un rapprochement entre les régions, c'est également une ouverture vers l'Europe... Désormais, l'alternative à l'avion ou à la route s'appellera TGV.