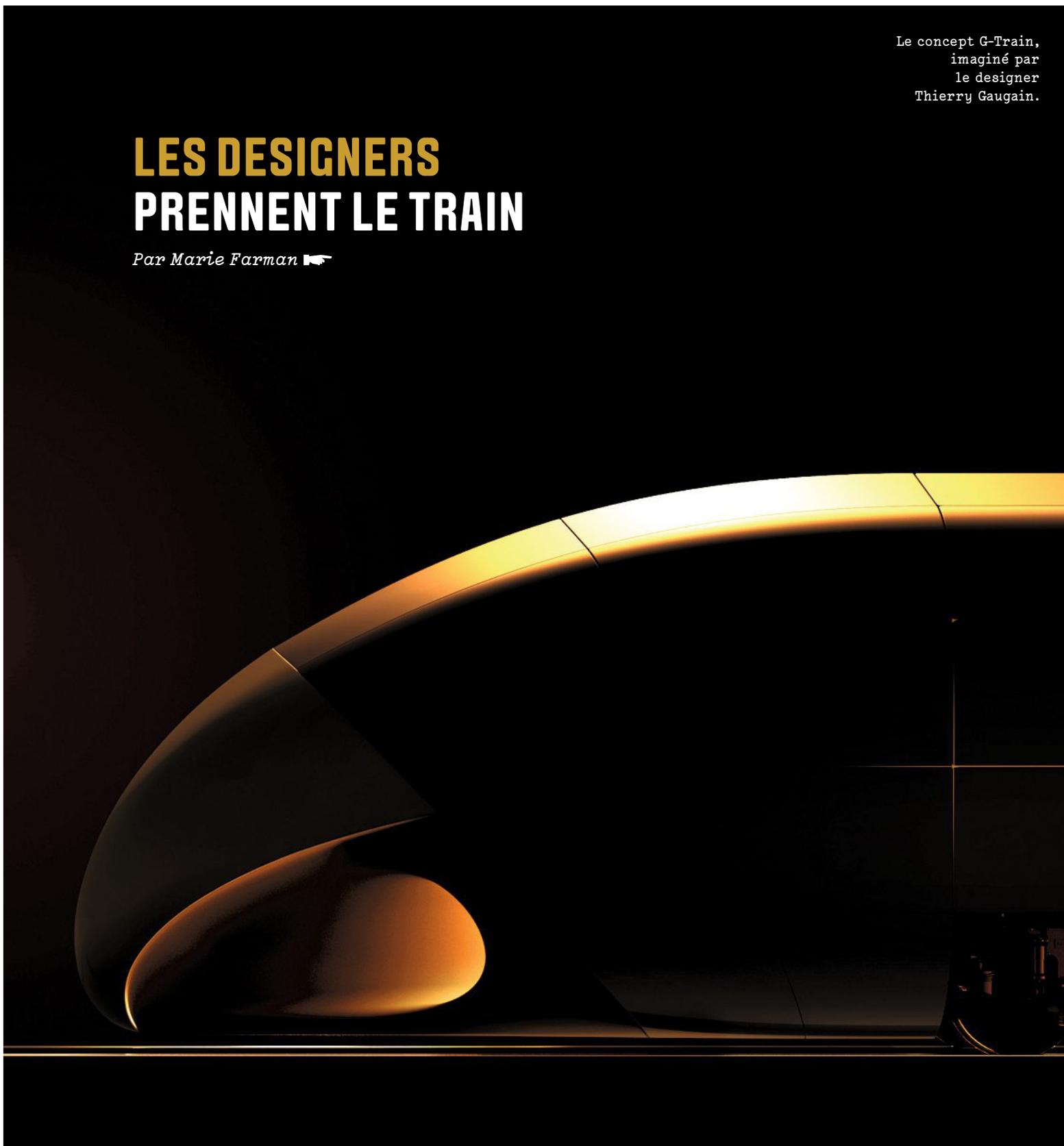

STYLE

12 JANVIER 2024

Le concept G-Train,
imaginé par
le designer
Thierry Gaugain.

LES DESIGNERS PRENNENT LE TRAIN

Par Marie Farman ➔



Si le rail doit devenir un moyen de transport privilégié, il lui faut à nouveau faire rêver. Designers et architectes d'intérieur ont pour mission de réenchanter le voyage en train. TGV, train de nuit, train de luxe... À chacun son défi.



« U

n palais sur rails»: voici comment le designer Thierry Gaugain surnomme son concept «G-Train», destiné à un futur propriétaire prêt à déboursier 350 millions de dollars. Ce premier projet de train privé de luxe au monde est équipé de quatorze wagons en verre, de terrasses et d'un jardin. Il est entièrement modulable, on peut y installer une petite vingtaine de chambres, un spa, une salle de sport, un restaurant et même un lieu où stocker des engins, du buggy à l'ULM.

Si le designer – connu pour créer les yachts les plus spectaculaires – n'a pas encore trouvé d'acquéreur pour son «G-Train», son projet hors norme témoigne d'un changement de paradigme qui place les designers au centre des réflexions. «Aujourd'hui, le train n'est plus vu comme un mode de transport pour aller d'un point A à un point B. L'expérience à bord prime sur le déplacement», constate Arthur Mettetal, historien du ferroviaire.

Relance des trains de nuit, nouveaux concepts intérieurs signés par des stars du design, train de croisière ultraluxe... Les moyens sont mis pour inciter les voyageurs à délaisser l'avion au profit de ce transport en commun plus respectueux de l'environnement et qui

connaît un regain d'intérêt. L'été dernier, la SNCF a battu un record de fréquentation, avec 24 millions de voyageurs. En 2022, les trains de nuit ont connu une augmentation de 149%, selon une enquête Trainline avec YouGov.

Pour Julien d'Hoker, fondateur de l'agence de design Yellow Window spécialisée dans la mobilité, «nous sommes clairement à un tournant. Le train est un maillon de l'évolution de notre société dans le positif, mais il va falloir donner envie aux gens de remonter dedans.» Hormis le prix des billets, un des enjeux majeurs est de rendre désirable la lenteur, à rebours de la course à la vitesse des dernières décennies. Le design devient alors un outil central. «Les acteurs du domaine ont changé, on voit arriver des start-up et des nouveaux concepts qui viennent dépoussiérer le secteur du ferroviaire et permettent aux designers de s'exprimer comme ils avaient envie de le faire depuis des années», s'enthousiasme Julien d'Hoker.

À la SNCF, le design a toujours été au centre de grandes évolutions. L'entreprise collabore dès les années 1970 avec Roger Tallon; ce visionnaire passionné de grande vitesse jouera un rôle déterminant dans le design ferroviaire en France. Il travaille sur les concepts des trains Corail, des

TGV duplex et même de l'Eurostar. Il crée de nouveaux aménagements révolutionnaires, comme les différents espaces de vie au sein des trains, avec des salons destinés aux jeunes, aux voyageurs d'affaires ou des wagons-bar. Sa vision prospective résonne encore à l'heure actuelle. Au début des années 2000, une autre collaboration marque l'histoire de la SNCF, celle avec le couturier Christian Lacroix pour habiller les TGV. Si on retient surtout les nouvelles teintes flashy des sièges, le couturier a pourtant contribué à faire évoluer la forme des assises, la praticité des wagons avec des porte-bagages au centre des voitures, ou encore l'éclairage avec des rideaux remplacés par des stores.

L'IMMENSE DÉFI D'UN DESIGN GLOBAL

Aujourd'hui, relooker un train va au-delà de la dimension esthétique et du confort, les designers doivent impulser une nouvelle façon de voyager. Et si pour certains, dessiner l'intérieur d'un train est un rêve d'enfant, tous s'accordent pour dire que le défi est immense. Il est impossible d'en ignorer les contraintes au profit d'une démonstration de style ou de caprices décoratifs. Le cahier des charges est lourd et complexe. «Concevoir l'intérieur d'un



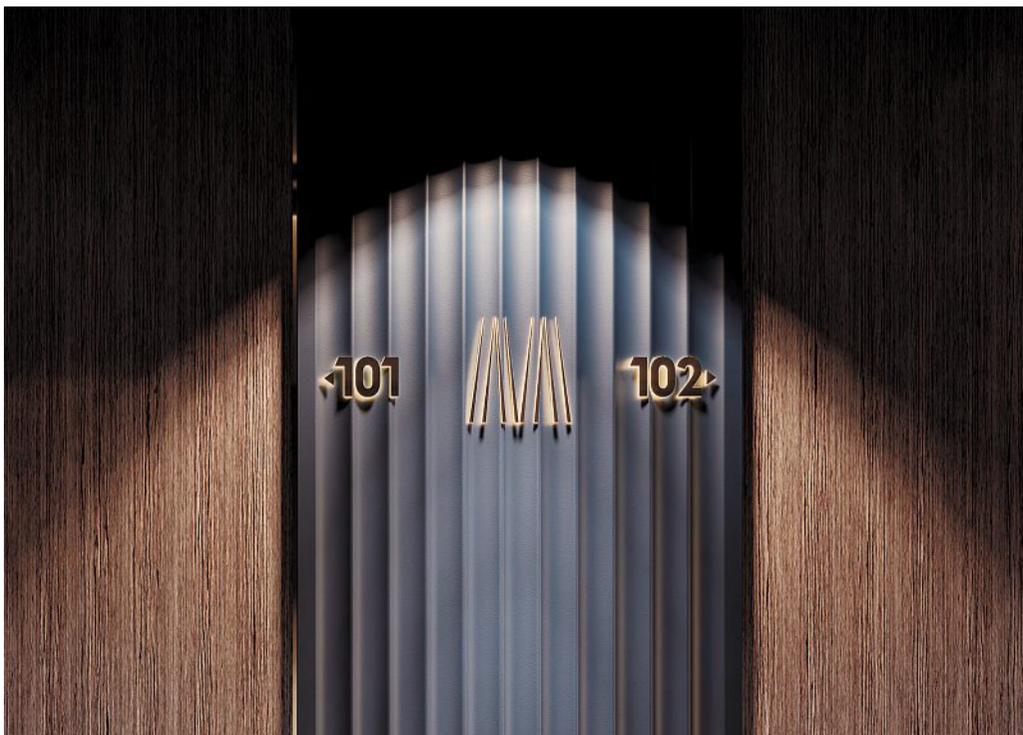
Pour l'Orient-Express, le designer Maxime D'Angeac a réinterprété les décors du Nostalgie-Istanbul-Orient-Express.

Page de droite: un des salons de la voiture-bar.

Ci-dessous: les Midnight Trains, annoncés au départ de Paris pour 2025, reprennent les codes de l'hôtellerie. Ici, la porte d'une chambre privative.

WAGON ONIRIQUE

Le designer français Benjamin Guedj a contre toute attente comptabilisé près d'un million de vues en postant une image 3D « Le voyage de la meringue » – du nom de sa lampe best-seller – sur son compte @bureaubenjamin. Dans ce train « chaleureux et onirique » tout en bois, les wagons sont transformés en chambres chic et zen donnant sur un paysage enneigé hypnotique. « L'idée était de créer un intérieur où on se sentirait comme à la maison », explique le designer. Son image possède un pouvoir fantasmagorique qui fait rêver. Devenue virale, elle est repostée par des magazines de décoration et des comptes d'inspirations dans le monde entier.



train est un concentré de simplicité et d'intelligence ergonomique, la praticité fait la réussite et l'exception de l'expérience. Le voyageur ne doit pas souffrir d'un mauvais design », explique Tristan Auer, auteur des grandes suites du Royal Scotsman de l'hôtelier de luxe Belmond.

Les designers doivent s'adapter à une quantité de normes, prendre en considération la sécurité, l'ergonomie, la durabilité, la maintenance, l'accessibilité, l'acoustique, tout en initiant une nouvelle dynamique. Pour Maxime d'Angeac, designer du nouveau décor de l'Orient-Express, « l'exercice est très complexe. Ce n'est pas un travail de décorateur, mais du design global extrêmement poussé, nous n'avons pas le droit à l'erreur. Un train comme l'Orient-Express n'est pas seulement beau, il est détaillé, pointu et maîtrisé. Il n'y a pas de décors gratuits, tout a une fonction et doit fonctionner. »

Le train est également un espace clos où il faut cohabiter en harmonie les uns avec les autres. Les activités, les comportements et les envies ont considérablement évolué. « Le train est un espace de vie partagé dans lequel on doit pouvoir créer sa bulle comme un second chez-soi, ou au contraire échanger avec ses voisins, c'est tout le défi du designer », relève Julien d'Hocker.



The Royal Scotsman, du groupe hôtelier Belmond, embarque les voyageurs pour une croisière ferroviaire de luxe à travers les Highlands écossais. Ses suites (page de droite) ont été conçues par Tristan Auer.

La SNCF prend le sujet à bras-le-corps, faisant du design un marqueur emblématique. «*Il nous faut mener une réflexion globale au regard des enjeux actuels. L'ampleur de la tâche est énorme*», consent Florence Rousseau, directrice marketing de TGV Inoui 2025. L'entreprise publique dévoilait il y a quelques semaines l'aménagement intérieur des futurs TGV Inoui, conçus par le célèbre studio de design japonais Nendo et l'Arep, agence française experte en mobilité.

Leur réinterprétation mise sur une expérience à bord qualitative, douce et poétique. «*Le train n'est pas un mode de transport comme un autre, c'est à la fois un bureau, une chambre, une salle à manger, un lieu de rencontres. L'idée, ici, est de créer des bulles de douceur et de donner la part belle au paysage afin d'oublier que l'on se trouve dans un espace contraint*», détaille Isabelle Le Saux, directrice Design SNCF Voyageurs. «*La discrétion et l'intemporalité, signature du studio Nendo, sont également essentielles car ces rames doivent durer une quarantaine d'années*», complète Florence Rousseau. Une grande attention est portée aux nouveaux sièges hyperfonctionnels, dotés d'une mousse innovante revêtue d'un tricot 3D en fibres naturelles. Elle produit un effet hamac, épouse la forme du dos et s'adapte à toutes les morphologies. Une nouvelle lampe de table jaune citron, tout en rondeur, fait écho à une

ambiance plus familière et domestique, nous éloignant ainsi de l'univers ferroviaire. Les designers ont également entièrement repensé le bar de manière à en faire «*le bijou de l'expérience à bord*», selon Florence Rousseau.

Le retour du train de nuit fait également partie des grandes préoccupations contemporaines car il est une alternative sérieuse aux vols moyen-courrier. Deux jeunes entrepreneurs, Adrien Aumont (l'un des cofondateurs de KissKissBankBank) et Romain Payet, prennent le pari de redorer le blason du



Lampe signée Arep-Nendo pour TGV Inoui 2025. Un objet presque familier, qui apporte une touche d'humour au décor.

train de nuit en créant les «hôtels sur rails» Midnight Trains. Ces trains, qui relieront Paris à une dizaine de grandes villes européennes à partir de 2025, ont pour ambition d'être une option plus en phase avec notre époque, loin de l'image rébarbative des trains couchettes. «*Si nous voulons que les gens descendent de l'avion, il faut que le voyage en train soit hyperdésirable. Nous ne croyons pas à l'écologie punitive, nous voulons proposer une nouvelle formule qui séduira même les plus réfractaires*», assure Romain Payet.

UN ÂGE D'OR RESSUSCITÉ

Ces nouveaux trains inspirés des codes de l'hôtellerie possèdent des chambres privatives, un vrai restaurant, dont la carte est imaginée par un pilier de la bistronomie parisienne, et un bar à cocktails. L'entrée de gamme pour une nuit dans une chambre façon capsule japonaise équivaut au prix d'un billet d'avion low cost. Julien d'Hoker, qui supervise la conception et l'aménagement intérieur des Midnight Trains, a conçu une ambiance feutrée et chaleureuse, misant «*sur un luxe de sensations et non sur l'ostentation*», car la volonté de Midnight Trains est de révolutionner l'expérience du train de nuit tout en restant accessible.

Ce mode de voyage davantage tourné vers le lifestyle n'a pas échappé aux groupes hôteliers et de luxe, qui investissent eux aussi le marché



avec des trains de croisière misant sur l'imaginaire, l'héritage et le faste. Ils font appel à des célébrités du design et même du cinéma pour faire revivre l'âge d'or des trains de luxe avec des modèles rivalisant de sophistication. La lenteur et la nostalgie sont au cœur du propos. Ces trains d'hyperluxe contribuent à redorer l'image du voyage sur rail en le transformant en une expérience exceptionnelle.

L'hôtelier Belmond, acquis en 2019 par LVMH (également propriétaire des Échos), a ainsi décelé le potentiel de ces trains de légende dès 1982 en relançant le Venice Simplon-Orient-Express. Depuis, il a développé plusieurs trajets spectaculaires à travers le monde. À bord du British Pullman, on voyage dans un wagon conçu par le cinéaste esthète Wes Anderson. À bord du Royal Scotsman, dont le décor cosu fait écho aux traditions et aux paysages écossais, Tristan Auer promet une expérience immersive. « J'ai composé les grandes suites sur mesure comme un tailleur, pensant les moindres détails. Séjourner à bord du train Royal Scotsman est pour certains passagers le voyage d'une vie. En tant que designer, je dois relever le pari de combiner rêve et réalité », indique Tristan Auer, habitué à concevoir des intérieurs de voitures et d'avions.

Pour écrire la nouvelle histoire du mythique Orient-Express mis en service dans les années 1920, marque aujourd'hui détenue par le groupe

Accor, Maxime d'Angeac a conçu un écrin d'un luxe extrême, sublimé par le talent des meilleurs artisans français, comme il le fut à son origine paré de marqueteries Morrison et de panneaux signés Lalique. Ce train, dont la mise en service est prévue pour 2026, présage un voyage hors du temps. D'ici là, les impatients pourront embarquer dès novembre 2024 dans les autres trains Orient-Express La Dolce Vita, qui traversent l'Italie. Leurs intérieurs flamboyants sont imaginés par Dimore Studio, l'une des agences milanaises de design les plus en vue du moment. Elle célèbre l'âge d'or du design italien des années 1960 et 1970 avec un décor cinématographique.

Clive Lamming, historien des chemins de fer, se montre toutefois plus sceptique quant à ce retour en grâce – et surtout en masse – du rail : « Il va selon moi être difficile de faire remonter massivement les gens dans le train. Notamment dans les campagnes, où les gares ont disparu et où les usagers privilégient la voiture, plus pratique et confortable. Il ne suffit pas de changer la couleur d'un train et la qualité du café, hormis pour une clientèle restreinte de bobos voyageurs. » Alors, charge à ces talentueux designers, comme dit le célèbre slogan de la SNCF, « de vous faire préférer le train ». ●

Plus d'infos sur lesechos.fr/weekend



Bernard Magrez
GRANDS VIGNOBLES

CHÂTEAU
PAPE CLÉMENT
GRAND CRU CLASSÉ DE GRAVES

Premières vendanges en 1252



L'icône

771^{èmes} Vendanges
en Octobre 2023

www.chateau-pape-clement.fr