

LE LIEU DU DESIGN

présente

TRAY
WAY

EXPOSITION
DU 04 AVRIL
AU 12 JUILLET
2014 *entrée libre*

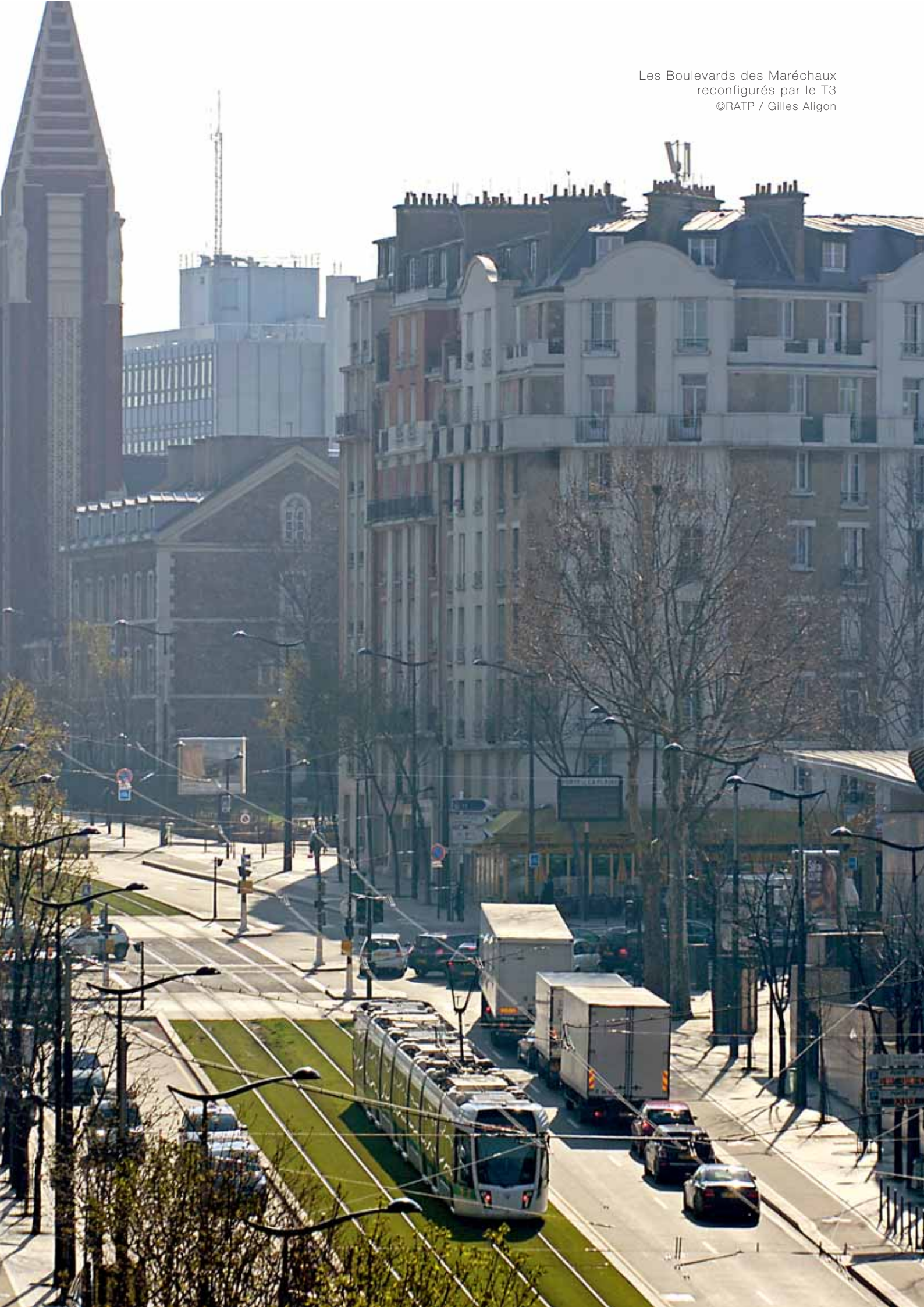
UNE ÉCOLE FRANÇAISE

74 RUE DU FAUBOURG SAINT-ANTOINE, PARIS 12^e
www.lielieududesign.com

DOSSIER DE PRESSE



Les Boulevards des Maréchaux
reconfigurés par le T3
©RATP / Gilles Alligon



SOMMAIRE

Communiqué de presse

4

—

L'histoire d'une reconquête

8

—

Le tram à la française :
une école de design urbain

14

—

Les aménagements

Les stations et les mobiliers

Les véhicules

Art et architecture

Information voyageurs et identité visuelle

Le management du design : clé de la réussite d'un projet de tram

Un manifeste pour l'Ecole française du tram

Publication

22

—

Partenaires

23

—

Le Lieu du Design :
l'alliance du design et de l'entreprise

26

—

Contact presse

Benoite Beaudenon,

T. 01 40 41 51 09

benoite.beaudenon@lelieududesign.com

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Depuis une trentaine d'années on assiste à un retour en force du tramway en France. De nombreuses villes se sont dotées de ce moyen de transport propre, sécurisant et confortable, qui transforme le visage de la ville. Ce phénomène est salué à l'étranger pour sa qualité et son ampleur. Pour la première fois, le Lieu du Design, avec l'aide d'ALSTOM, du groupe RATP et du STIF, va mettre en lumière ces « Trams à la française », véritables révélateurs de design urbain, au travers d'une exposition manifeste placée sous le commissariat de Yo Kaminagai (Délégué à la conception au Département Maîtrise d'ouvrage des projets de la RATP).

LE RENOUVEAU DU TRAM

Il y a 30 ans, il n'existait plus en France que 3 lignes à Lille-Roubaix-Tourcoing, Saint-Etienne et Marseille, miraculeusement échappées de l'éradication généralisée du tramway. La première ligne de tram moderne s'est ouverte en 1985 à Nantes. À partir de réalisations urbaines pionnières (Grenoble en 1987, Ile-de-France en 1992, Strasbourg et Rouen en 1994), les pouvoirs publics de nombreuses villes ont été convaincus que leur stratégie de modernisation urbaine pouvait être portée par un projet de tram. Aujourd'hui une trentaine de métropoles françaises sont dotées d'un tramway, ou sont sur le point de l'être, faisant de notre pays un cas unique au monde, considéré comme une référence par les professionnels étrangers, notamment au Maghreb, en Espagne ou encore au Japon.

LE TRAM À LA FRANÇAISE, C'EST QUOI ?

Les tramways français présentent une valeur ajoutée qui s'appuie largement sur les métiers de la création : designers, urbanistes, architectes, artistes plasticiens. Ainsi, le projet de transport (véhicules, rails, lignes électriques, stations) s'enrichit des composantes suivantes : un design innovant et personnalisé pour le matériel roulant ; un aménagement de l'espace public autour des lignes, avec des paysages urbains parfois transfigurés (le Cours des 50 Otages à Nantes, les boulevards des Maréchaux à Paris, les quais de Bordeaux, ...) ; la création de stations emblématiques (L'Homme de fer à Strasbourg ; La Doua et Part-Dieu à Lyon, Mosson à Montpellier, ...) ; la conception d'une collection de mobilier urbain (Nantes, Lyon, Orléans, Rouen, Bordeaux, Mulhouse, Paris - Ile-de-France, ...) ; un accompagnement artistique et culturel ; de nouveaux systèmes d'identité visuelle et d'information voyageurs.

TRAM, MOBILITÉ ET RENOUVELLEMENT URBAIN

En France, la réalisation d'un tram est toujours motivée autant par une volonté d'amélioration de la mobilité que par une volonté de renouvellement urbain, visant ainsi un changement d'image globale de la ville : fluidification et meilleure offre de transport, nouveaux paysages urbains, création de zones piétonnes, réaménagement des quartiers et nouveau partage des espaces publics, intégration de zones enclavées. Une excellence architecturale est aussi recherchée, comme à Angers, en Ile-de-France, à Bordeaux, Toulouse ou Marseille, et bientôt à Besançon ou à Aubagne. Dans tous les cas, l'arrivée d'une ligne de tramway bouleverse positivement les usages de l'espace public et le cadre de vie des habitants.

UN MANIFESTE POUR UNE ÉCOLE FRANÇAISE DU TRAMWAY

Le retour du tramway dans les villes françaises et son caractère « augmenté », enrichi par l'apport déterminant du design et des autres disciplines créatives, a marqué l'histoire de l'urbanisme des villes françaises des dernières décennies. On peut ainsi parler de la naissance d'une « *École française du tramway* », dont cette exposition se veut être le manifeste, en présentant une analyse des principes qui composent ce phénomène et surtout une synthèse des méthodes, qui ont permis de réinventer le tram urbain. C'est donc en France et par le vecteur du transport public, que la notion de « *design urbain* » aura connu un moment fondateur. Et, c'est désormais dans le monde entier que ce concept s'étend, porté par les bureaux d'études en ingénierie, les industriels, les opérateurs de transport, et les créateurs.



Carrefour de la Chaussée d'Antin
Paris, 1925
©RATP



Double voie bidirectionnelle
autour de la place de l'Etoile
Paris, 1925
©RATP



Place de la Bourse, le long de la Garonne
Bordeaux, 2013
©Harald A Jahn



La place de la République complètement piétonnisée
Le Mans, 2007
©Richez_Associés

L'HISTOIRE D'UNE RECONQUÊTE

L'histoire du renouveau du tram en France est un phénomène dont l'ampleur n'est connue que des professionnels du transport, de la ville ou de la création. En 30 ans, pas moins de 30 réseaux de tramway, ont été mis en place en France ou sont sur le point de l'être. Ce mouvement, porté par ce que l'on appelle désormais « l'Effet Tram » repose sur le caractère « augmenté » ou enrichi du Tramway français, qui accompagne ou accélère les mutations urbaines. Si l'Etat a indéniablement impulsé une dynamique en faveur du tramway, la richesse du renouveau du tram en France est principalement issue d'initiatives locales. Une « contagion positive » de ville à ville qui a fait des décideurs publics et privés, des design managers et qui a marqué l'histoire de l'urbanisme en France, à la fin du 20^e siècle.

LES 30 ANNÉES QUI ONT FORGÉ LE CONCEPT

Pendant les années 1930-1950, les milliers de kilomètres de voies de tramways sont démantelées. Sur l'ensemble du territoire, trois lignes subsistent à Lille-Roubaix-Tourcoing, St Etienne et Marseille. À l'époque, selon la formule attribuée au président Georges Pompidou, « *il faut adapter la ville à la voiture* ». Après le choc pétrolier de 1973, cette politique du tout voiture montre ses limites : pollution de l'air, bruits de circulation, engorgement des villes... En 1975 est lancé l'appel à projets du Secrétaire d'Etat aux Transports, Marcel Cavaillé, invitant 8 grandes villes françaises à proposer des trams modernes de surface. Ce fut le début du renouveau du tram en France, une belle histoire qui s'est déroulée en trois temps.

DE 1985 À 1994, LES PREMIÈRES RÉFÉRENCES.

Le premier tram contemporain est apparu à Nantes en 1985. Si cette ligne n'a pas provoqué de réaménagements spectaculaires, l'énorme succès de fréquentation commence à installer le tram comme solution d'avenir. Les fondamentaux du tram moderne apparaissent en 1987 avec le tram de Grenoble. Le véhicule conçu par le designer Philippe Neerman, possède un plancher bas accessible aux fauteuils roulants et son aménagement permet la traversée du centre par une zone piétons-trams excluant la voiture.

Le troisième tramway apparaît en 1992 en Ile-de-France. Conçu par Chemetov-Huidobro et le Bureau des paysages, piloté par la RATP et le Département de Seine-St-Denis, ses aménagements « *de façade à façade* », sont jugés alors d'avant-garde. Enfin, l'Eurotram de Strasbourg, au design futuriste de Neerman, incarne la renaissance de ce mode de transport, avec notamment l'engazonnement des voies. Largement médiatisés, ces aménagements montrent que le tram moderne peut servir à changer l'image des villes.

LES ANNÉES 1995-2008 : LA PROPAGATION

À la fin des années 1990, le tram devient un symbole de la mobilité durable en France. Il répond aux objectifs de sécurité routière, de préservation de la qualité de l'air, et de solidarité, avec notamment la desserte des quartiers enclavés. Il est aussi un débouché pour les industriels et les exploitants dans de nombreux pays du monde...

Les projets se propagent de villes en villes et sont conduits comme des projets urbains visant à insuffler un nouveau dynamisme. En moins de dix ans, une dizaine de villes, Montpellier, Orléans, Lyon, Mulhouse, Valenciennes, Marseille, Le Mans, Nice, Bordeaux - une « *belle endormie* » dont le réveil est clairement associé au tram, puis Nancy, Caen et Clermont-Ferrand optent pour des trams. Les 2^{ème} et 3^{ème} lignes arrivent à Nantes, Grenoble, Strasbourg et en Ile-de-France.

C'est l'époque de la sortie du Citadis, qui permet à Alstom de passer de 2 % à 24 % du marché mondial des trams. Conçu par l'ingénieur Jean-Noël Debroise et le designer Neerman, le Citadis est un véhicule personnalisable, qui permet aux élus locaux et au public une appropriation forte. La haute qualité des projets mis en service à partir de l'an 2000 confirme l'effet stratégique du tram en termes de modernisation urbaine.

L'HISTOIRE D'UNE RECONQUÊTE

DEPUIS 2008 : UNE VOLONTÉ DE RATIONALISATION

Les contraintes budgétaires ont conduit les commanditaires à limiter les coûts, d'autant que le mode tram touche des villes moyennes comme Besançon (2014) et Avignon (2016) ou petites comme Aubagne (2014), et que le concept de « tram à la française » commence à être exporté vers des pays aux économies plus tendues. Les objectifs de design restent néanmoins au cœur de la fabrique des projets et tous les acteurs révisent leurs solutions pour maintenir la qualité.

Ainsi sont nés les réseaux de Toulouse, Reims, Angers, Brest, Dijon, Le Havre et Tours, tandis que la plupart des réseaux existants se sont étoffés de prolongements ou de nouvelles lignes.

En Île-de-France, le tramway connaît un coup d'accélérateur inédit, avec les prolongements des T1, T2 et T3 en 2012, la mise en service des T5, T6, T7 et T8 en 2013 et 2014, et demain avec les T9 et T10, plus d'1 million de voyageurs utiliseront quotidiennement le tramway en Île-de-France. Le réseau comprendra alors 10 lignes et 276 stations où circuleront 320 rames de tramway répartis sur 123 kilomètres.

Les coûts au kilomètre de ces projets se situent entre 20 et 25 M€ alors qu'ils avaient dépassé 30 à 35 M€ auparavant. Malgré cette contrainte, ces villes rivalisent de tramways originaux, d'espaces publics pacifiés, de paysages urbains embellis, et obtiennent toujours des fréquentations en forte hausse.

AUJOURD'HUI, LE DÉVELOPPEMENT À L'INTERNATIONAL

L'exemple français de renouveau du mode tram, unique au monde à cette échelle de concentration dans le temps et sur un territoire, retient l'attention de très nombreux spécialistes internationaux qui visitent les nouveaux réseaux français, soit en venant de pays désireux de s'en inspirer, soit en exprimant un sentiment d'étonnement en comparaison avec les systèmes dont ils disposent sur leurs territoires. Le savoir-faire et le matériel français s'exportent, en Chine, dans les pays d'Afrique du Nord, au Moyen-Orient...



Une ville transformée par l'arrivée du tramway
Casablanca, 2012
©ALSTOM Transport / F. Thebault



L'intérieur retravaillé du tram de Tours
Tours, 2013
©Richez-Michel Jolyot



Occitanie
Montpellier
©Harald A Jahn

LE TRAM À LA FRANÇAISE : UNE ÉCOLE DE DESIGN URBAIN

Derrière l'histoire rapidement décrite des « Trente Glorieuses du tram à la française », on peut donc affirmer qu'une « école » est née. Fondée sur la transformation de l'espace public de « façade à façade », sur un véhicule personnalisé, sur l'introduction du végétal au cœur des rues avec l'engazonnement des voies. Le tramway devient non seulement un support de régénération et de rénovation urbaine, mais aussi un support de modernisation de l'information voyageur ou de la billettique.

L'exposition met pour la première fois en lumière les spécificités de ces trams à la française et les processus de design animant ces projets. Le mot design est utilisé ici de manière décloisonnée, il dépasse les canaux historiques du design graphique et du design de produits, embrasse le design d'espace et d'environnement, qui interfère avec l'urbanisme et l'architecture.

Dans une scénographie immersive d'Eloi Lemétayer de La Fabrique de l'Est, l'exposition présente au Lieu du Design, l'ensemble des réseaux des villes françaises, structurés en 5 grands chapitres correspondant chacun à un objectif de design à savoir :

- Paysages et aménagements de l'espace public*
- Stations et mobilier urbain*
- Design des véhicules*
- Accompagnement artistique et excellence architecturale*
- Information et identité visuelle.*

Un focus particulier est fait sur les projets étrangers de Tram à la française et sur le rôle central du management du design dans ces projets.

PAYSAGES ET AMÉNAGEMENTS DE L'ESPACE PUBLIC

Le tramway en France se distingue avant tout par une haute qualité d'insertion urbaine. L'expression « *de façade à façade* » caractérise ce travail global de design, d'urbanisme, de paysage et d'architecture destiné à réduire la place de la voiture, favoriser les circulations douces, mieux partager l'espace public.

Ces aménagements privilégient des tracés en site propre (moins de voies pour les voitures et souvent plus de fluidité pour le trafic) et des espaces dédiés aux piétons. Après Grenoble, de nombreux cœurs de ville ont suivi ce principe comme à Strasbourg, Bordeaux, Nice, Tours ou Brest, favorisant ainsi la cohabitation avec les autres modes de transport, piétons, vélos.

Le choix de lignes aériennes de contact offre plus de discrétion que les caténaires, tandis que l'utilisation de matériaux de qualité requalifie les lieux. A Tours, la rue Nationale est en pierre blonde et à Angers, l'ardoise couvre le sol des stations. Des lieux stratégiques bénéficient d'aménagements visant à renforcer leur attractivité, comme à Nantes (Cours des 50 Otages), Brest (rue de Siam), Clermont-Ferrand (Jaude), Nice (Masséna), Angers (Ralliement), Orléans (Pl. de l'Etape). L'engazonnement des voies donne naissance à de beaux paysages, comme à Strasbourg (Esplanade), Paris (Maréchaux), Marseille (Euroméditerranée) ou Reims (cours Lenglet). De nouveaux commerces s'installent aux abords des stations et globalement, la valeur des baux augmente. Les centres-villes parfois délaissés sont revitalisés.

STATIONS ET MOBILIER URBAIN

Equipées d'abris, barrières, totems, distributeurs, afficheurs, les stations se transforment en espaces de transport, largement investis par les designers. Parfois des couvertures aériennes à grande échelle marquent des points de centralité : l'Homme de Fer de Strasbourg et dans une moindre échelle, Hôtel de Ville et Espace Villars à Valenciennes, Odysseum et Occitanie à Montpellier.

Des lieux d'échanges multimodaux bénéficient de couvertures complètes qui protègent des intempéries comme à Montpellier (Mosson), Lyon (La Doua), Nantes (Pirmil), Rouen (Sotteville), Caen (Hérouville et Ifs),...

Un mobilier de série est créé et adapté aux stations de tram, à Nantes, Lyon, Rouen, Bordeaux, Mulhouse, et en Ile-de-France. D'une façon plus modeste, certaines stations fortes ont reçu des mobiliers spécifiques, c'est le cas de Part-Dieu à Lyon (Part-Dieu) et d'Orvault, Bellevue et Le Cardo à Nantes.



Deux des huit couleurs
de Citadis
Reims, 2012

©ALSTOM Transport / E. Lamperti.



Montpellier, intérieur
par Christian Lacroix
©ALSTOM Transport / Ch. Lacroix

DESIGN DES VÉHICULES

En France les promoteurs des projets de tram ont fait du véhicule un média au service de leur stratégie urbaine et dès le départ, ceux de Nantes, Grenoble, Paris et Rouen ont fait l'objet de projets rigoureux de design. Le principe de « *customisation* » est généralisé avec le Citadis d'Alstom qui installe le design du matériel roulant comme une voie stratégique renforçant l'appropriation par chaque ville de son tram. La culture locale inspire parfois le nez des véhicules : forme en flûte de champagne à Reims, de ver à soie à Lyon...

L'accessibilité devient une fonctionnalité de référence. Dès 1987, le Tramway Français Standard se présente avec un plancher bas partiel et à partir de 2000, le Citadis propose un plancher entièrement plat.

Grâce au travail de design, les tramways sur pneus se réfèrent clairement au monde des tramways et non à celui des autobus (TVR de Bombardier pour Nancy et Caen, Translohr pour Clermont-Ferrand, l'Ile-de-France et l'export) ; tandis que les Trams-trains, mélangent avec succès les caractéristiques des deux modes de transport.

ACCOMPAGNEMENT ARTISTIQUE ET EXCELLENCE ARCHITECTURALE

Certains projets de trams ont bénéficié d'accompagnements culturels et artistiques, autant au bénéfice de l'image des villes que pour provoquer l'appropriation par les habitants de l'espace public transfiguré par le tram. Certaines stations ont intégré des œuvres d'art contemporain, comme à Rouen, Mulhouse, Nice ou Paris. Le cas de Montpellier est unique, avec des créateurs invités pour chaque livrée de ligne (Garouste et Bonetti sur les lignes 1 et 2, Lacroix sur les lignes 3 et 4, Miss'Tic sur la ligne 5). Mulhouse, suite à un vote public, a choisi le graphiste Peret, et Aubagne, l'artiste Di Rosa. A Strasbourg, Paris ou Nice, des compositeurs, ont conçu les messages sonores de véhicules.

Les nouvelles lignes forment parfois un écrin pour une excellence architecturale, en neuf ou en rénovation, en centre ville ou en périphérie, et un trajet en tram devient souvent un parcours d'architecture contemporaine. De nombreux exemples sont visibles, à Angers, en Ile-de-France, à Bordeaux, Toulouse ou Marseille. Les dépôts-ateliers des nouveaux réseaux de tram situés en périphérie, sont souvent des constructions exemplaires en matière de développement durable. A Nice, celui de Las Palmas a permis à l'architecte, Marc Barani, d'obtenir une Equerre d'Argent. Les ponts construits pour le passage du tramway à Angers, Brest, Lyon, Strasbourg, Tours ou en Ile-de-France sont des ouvrages d'art qui valorisent le tram dans le paysage urbain.

INFORMATION VOYAGEURS ET IDENTITÉ VISUELLE

L'arrivée d'un tram provoque des bouleversements dans les pratiques quotidiennes des habitants. Elle nécessite une refonte de la signalétique et la restructuration des lignes de bus. À Angers, Strasbourg, Mulhouse ou Le Mans, les autobus ont été habillés des livrées proches des tramways et en Ile-de-France, le STIF a déployé un marquage régional pour tous les modes de transport.

L'Agence Neter est intervenue sur l'identité graphique de 14 réseaux dont ceux de Caen, Strasbourg, Reims et Mulhouse, contribuant à une requalification de l'espace urbain. Des totems porteurs de la lettre T permettent parfois de repérer les stations comme à Lyon, Nice, Toulouse, Angers ou en Ile-de-France. Deux réseaux ont lancé des projets de design global d'identité : Reims avec le principe multicolore de Ruedi Baur décliné sur les véhicules et les stations, et Tours avec son système identitaire artistique qui est, à ce jour, l'exemple le plus intégré dans ce domaine.

Les travaux d'un tram étant très intrusifs, un accompagnement de projet en communication est nécessaire. Les designers conçoivent des outils évènementiels mis en œuvre à quelques moments clés des projets ou des plateformes d'échanges numériques et interactives permettant d'informer le public sur l'actualité du projet de tram et les grandes étapes de son avancement.

LE TRAM À LA FRANÇAISE : UNE ÉCOLE DE DESIGN URBAIN

LE MANAGEMENT DU DESIGN : CLÉ DE LA RÉUSSITE D'UN PROJET DE TRAM

La qualité perçue par les voyageurs et les habitants des villes constitue la caractéristique forte de tous les projets réalisés. Sur chaque territoire, chacun des projets de tram a été développé suivant une stratégie voulue par ses décideurs et, même si chacune de ces réalisations est singulière, il se dégage des éléments méthodologiques communs qui forment le canevas d'une Ecole française du tram, alliant le transport et l'urbanisme.

Pour obtenir un tel résultat, un management de la création approprié est indispensable afin que le travail des concepteurs soit spécifié dès l'amont et soutenu tout au long d'un projet, en coopération fine avec les équipes d'ingénierie qui forment le socle habituel des projets de transport et d'espace public. Pour viser l'excellence, un projet de tram doit s'appuyer sur un « *carré d'as* », notion synthétique qui identifie les quatre types d'acteurs à solliciter : les décideurs (élus locaux, autorités organisatrices du transport, maîtrise d'ouvrage), les acteurs du transport (opérateurs, bureaux d'étude en ingénierie), les industriels (en ferroviaire, en mobilier urbain, en systèmes d'information, en travaux publics), et les concepteurs (urbanistes, paysagistes, architectes, designers, artistes).

La singularité française en matière de tramways tient tout autant de la qualité de conception des éléments du système, que de la force de la commande assumée au plus haut niveau, et de la culture de projet qui fait appel à un travail multidisciplinaire managé par une direction de projet expérimentée.

Un design de qualité est l'expression perceptible d'une stratégie de qualité mise en oeuvre par un management de projet approprié : avec une trentaine de villes touchées par le tram en 30 ans en France, le développement à l'international peut s'appuyer sur cette vitrine qu'est le design, preuve du savoir-faire des acteurs français du secteur.

UN MANIFESTE POUR L'ÉCOLE FRANÇAISE DU TRAM

L'exposition et sa publication, visent à formaliser le « *cahier des charges* » qui forme l'ossature stratégique d'une « *Ecole française du tram* ». Destiné aux urbanistes, aux paysagistes, aux architectes, aux designers, aux artistes, ce cahier des charges l'est également et avant tout, aux commanditaires que sont les autorités politiques et leurs maîtrises d'ouvrage.

Il se diffuse désormais à l'export, parce que les bureaux d'études, les opérateurs et les concepteurs interviennent à la demande d'un nombre croissant de villes dans le monde, en s'appuyant sur les références créées dans les villes françaises.

C'est en continuant d'interroger les besoins des collectivités, à relever les défis de demain (énergétiques, maillage de centres urbains, finances publiques en berne, ville connectée, ouverte et intelligente, partage de la voirie) que cette école perdurera.



Place de la République
Dijon, 2013
©Grand Dijon / Ville de Dijon



Le Citadis rémois au coeur de la ville
Reims, 2011
©ALSTOM Transport / E.Lamperti

Station Hôtel de Ville d'Hérouville
Caen, 2003
©YK





Le travail de Buren sur le tramway et
sur la place de la Tranchée
Tours, 2013
©Harald A Jahn



Le futur tramway qui sera mis en
service cette année
Aubagne, 2014
©ALSTOM Transport / C. Michon



L'œuvre de Jaume Plensa place Massena
Nice, 2008
©YK



Passage du T3 à Paris, sur le Pont
du Canal de l'Ourcq
©RATP



Dépôt atelier
Bordeaux
©JFA



Le nouveau pont de la Recouvrance
traversé par le tram
Brest, 2012
©BMO

PUBLICATION

À l'occasion de l'exposition
« TRAMWAY : Une école française »,
le Lieu du Design a conçu une publication
éditée par l'Institut d'Aménagement et
d'Urbanisme (IAU idf).

TRAMWAY : Une école française est un
ouvrage collectif, sous la direction de
Yo Kaminagai, Commissaire de l'exposition
et Délégué à la conception au Département
Maîtrise d'ouvrage des projets à la RATP.

ARTICLES

Aux origines du Tram à la française
par *Frédérique Prédali*, chargée de mission
à l'IAU îdf

Renaissance du tramway en France :
métropolisation et espace public
par *François Laisney*, architecte-urbaniste,
chercheur à l'IPRAUS

Le tram à la française : une école
de design urbain
par *Yo Kaminagai*

La fabrique des projets de tramway
à la française
par *Marc Chataigner*, designer

TÉMOIGNAGES

Gunnar Heipp,
Directeur Stratégie et planification de la MVG
(Transports publics de Munich),
Allemagne

Harald A. Jahn,
photojournaliste d'architecture Vienne,
Autriche



PARTENAIRES PREMIUM



TRAMWAY À LA FRANÇAISE,
LA FLUIDITÉ AU CŒUR
DES AGGLOMÉRATIONS

La France a développé une technologie de pointe reconnue pour le tramway, devenant ainsi une vitrine à l'étranger. La particularité de l'école française du tram tient à sa vision singulière des déplacements dans la ville, repensée totalement depuis les années quatre-vingts.

À la différence des écoles étrangères qui adoptent un point de vue utilitaire, les constructeurs français ne pensent pas matériel roulant uniquement, mais système complet autour de la totalité du parcours du voyageur, en repensant la qualité de vie améliorée des citadins et l'urbanisme.

Aussi, chaque tramway constitue une occasion de réécrire le tissu urbain et les liens entre ses habitants. Dans les 43 agglomérations qui l'ont choisi, le Citadis d'Alstom accompagne pleinement cette transformation.

Le tramway est la solution préférée des français pour se déplacer : une dimension sociale révélée par son facteur d'apaisement, sa capacité à créer du lien entre toutes les populations. Son adoption par une agglomération est synonyme d'investissement durable et évolutif. Plusieurs courants de style ont parcouru l'histoire du tramway post-guerre allant d'un design enrichi vers un trait simplifié, un design épuré pour devenir pragmatique.

Cette école française du tramway évolue au gré des innovations et des besoins de nos sociétés ; en perpétuel mouvement pour adapter notre savoir-faire aux besoins nouveaux des petites villes par exemple, ou pour traduire des projets globaux porteurs de rêves, de collectif et de culture.

C'est ce que nos designers et ingénieurs traduisent aujourd'hui à travers des formes plus artistiques, plus participatives, et courageuses pour rassembler.

Jérôme Wallut,
*Directeur Général ALSTOM TRANSPORT
France*

CONTACT PRESSE
Virginie Hourdin-Bremond
Service de presse
T. 06 12 54 51 45
virginie.hourdin-bremond@alstom.com



LES TRAMWAYS
DU GROUPE RATP :
UNE EXPERTISE
FRANÇAISE,
UNE AMBITION
INTERNATIONALE

Conciliant haute technologie et mobilité durable, le tramway connaît actuellement un essor sans précédent au niveau mondial, de nombreuses métropoles plaçant ce mode au cœur de leur système de mobilité.

Axe majeur du développement du groupe RATP, le tramway possède de nombreux atouts : il apporte confort et régularité aux voyageurs et il s'installe en parfaite complémentarité avec les autres modes pour enrichir l'offre globale de mobilité. Le tramway est aussi un formidable outil de requalification urbaine qui désenclave les quartiers et embellit la ville.

Avec déjà cinq lignes en exploitation en Ile-de-France, et les nouvelles lignes T6 et T8 qui entreront en service courant 2014, le groupe RATP exploitera bientôt le premier réseau de tramway de France et le troisième d'Europe, en trafic voyageurs.

À l'international aussi, notre Groupe est devenu une référence mondiale sur le mode avec l'exploitation de tramways en Angleterre, en Italie, en Algérie, au Maroc, en Chine et bientôt les lignes de Washington D.C., de Tucson, Arizona (2014) et de Rio de Janeiro (2015).

Ici ou ailleurs dans le monde, chaque nouveau tramway, porté par le groupe RATP, cherche à satisfaire la même exigence : réussir l'intégration du mode dans la ville pour offrir à ses habitants un espace urbain réinventé en même temps qu'une nouvelle solution de transport.

Cette approche globale fut un vecteur clé dans la renaissance du tramway en Ile-de-France, et notre entreprise est fière de contribuer à une vision « à la française » qui fait école et qui participe au succès universel du tramway.

Pierre Mongin,
*Président-Directeur général
du groupe RATP*

CONTACT PRESSE
Céline Gautier
Service de presse
T. 01 58 78 36 64 - 06 31 45 94 36
celine.gautier@ratp.fr



LES TRAMWAYS
D'ÎLE-DE-FRANCE :
DES VOYAGEURS,
UN RÉSEAU,
UNE IDENTITÉ

Afin d'améliorer et de moderniser le service de transport d'Ile-de-France, le STIF porte un développement de grande ampleur du réseau de tramways dans l'ensemble de la région.

Ces 3 dernières années avec les prolongements des T1, T2 et T3 (2012), la mise en service des T5, T6, T7 et T8 (2013 et 2014), et demain avec les T9 et T10, plus d'un million de voyageurs utiliseront quotidiennement ces 10 lignes de tramway.

Une nouvelle ligne de tramway est une occasion unique de réaliser des aménagements importants dans la ville et d'accompagner les évolutions des quartiers. C'est une des raisons qui a conduit le STIF et ses partenaires à concevoir ces projets en prenant en compte les aménagements urbains, au-delà de l'implantation du nouveau système de transport. Cette démarche conduit, entre autres, à repenser le partage de l'espace public pour trouver un équilibre entre les différents modes de déplacements et à requalifier les espaces de vie dans la ville.

Par ailleurs, les « signes » des transports en commun sont très présents dans la ville et dans la vie des Franciliens, que ce soit à travers l'habillage des véhicules, les stations, les gares, les plans de lignes ou tout simplement la carte Navigo.

C'est pourquoi le STIF travaille depuis plusieurs années à apporter une vraie cohérence régionale à ces « signes » facilitant ainsi le trajet des voyageurs.

C'est cette même démarche qui est engagée par le STIF afin que le design des tramways s'adapte aux besoins fonctionnels et de confort des Franciliens, ainsi qu'à leurs attentes esthétiques.

Sophie Mougard,
Directrice Générale du STIF

CONTACT PRESSE
Guillaume Autier
Service de presse
T. 01 82 53 81 05 - 06 32 26 52 08
guillaume.autier@stif.info

PARTENAIRES ASSOCIÉS



LE TRAMWAY : UN LEVIER D'INNOVATION ET DE RENOUVELLEMENT URBAIN

Le retour du tramway à Paris, marqué en 2006 par la mise en service du T3, a considérablement changé le visage de nombreux quartiers parisiens. S'accompagnant d'un aménagement de façade à façade sur les boulevards des Maréchaux, le tramway constitue une véritable opération de requalification urbaine.

Il rend accessibles des quartiers jusqu'alors enclavés et crée de nouveaux liens entre Paris et la métropole. Le tramway offre à ses centaines de milliers de voyageurs une exposition itinérante grâce à de multiples interventions artistiques, certaines sous la forme de mobiliers urbains extraordinaires.

C'est le cas par exemple de Twisted Lamppost Star, de Mark Hendforth, ce lampadaire rose installé sur la place de la Porte de Bagnolet, ou encore de la nouvelle station Porte de la Villette, entièrement dessinée par l'artiste Anita Molinero.

Ces œuvres jalonnent le parcours de la ligne et s'intègrent dans des espaces publics entièrement repensés. Le design du tramway, des aménagements et des mobiliers qui l'accompagnent, concilie modernité et respect de l'identité parisienne.

De nouveaux bancs, candélabres et kiosques équipent les places et les boulevards aux côtés d'œuvres d'art, faisant ainsi du tramway un formidable levier d'innovation et de renouvellement urbain.

Julien Bargeton
Adjoint au Maire de Paris chargé des déplacements, des transports et de l'espace public



LE TRAM EN VAL-DE-MARNE, C'EST UNE LONGUE HISTOIRE.

Une histoire commencée à la fin du XIX^e siècle au rythme des premières lignes à traction animale, desservant les communes les plus proches de la capitale. Une histoire prolongée ensuite à la faveur de la traction mécanique, puis de l'électrification qui a développé ce mode de transport pour en faire un outil du quotidien, irrigant les principaux axes de notre territoire.

Mais une histoire ensuite interrompue à la fin des années 30, pour laisser place à l'automobile. Il a fallu l'exigence des populations, la ténacité des élus et l'innovation des ingénieurs, des techniciens, des designers, pour que le « tram à la française » revienne enfin au tout premier plan.

Nous sommes ainsi très fiers en Val-de-Marne, après plus de 20 ans d'interventions et de mobilisations d'avoir réussi à obtenir la réalisation du Tramway T7, qui désormais garantit une meilleure desserte des communes du Sud-ouest du département et du pôle d'Orly-Rungis, deuxième pôle d'emplois d'Île-de-France.

Le rôle décisif joué par le Conseil général du Val-de-Marne pour la réalisation et l'accompagnement de ce beau projet prouve si besoin était toute l'utilité des Départements dans l'amélioration de la vie quotidienne des citoyens.

La mise en service de ce tramway et l'importante fréquentation dont il est l'objet, nous encouragent à continuer. C'est notamment le cas avec le projet de métro du Grand Paris que nous appelons Orbival en Val-de-Marne, du projet de téléphérique urbain Téléval ou de la future ligne de tramway qui viendra bientôt s'élancer le long de la RD5 en remplacement de la ligne de bus la plus chargée d'Île-de-France. Ce faisant nous apportons notre pierre à l'école française des projets innovants.

Christian Favier
Sénateur, Président du Conseil général du Val-de-Marne



UNE DESTINATION QUI TRANSPORTE SES VISITEURS

Une « destination touristique » se définit généralement par la combinaison de trois facteurs : un site remarquable, une capacité d'hébergement, et un moyen de transport. Cette troisième composante est donc fondamentale dans l'équation touristique. Qu'il s'agisse à la fois de l'accès à l'Île-de-France depuis la France et l'étranger bien sûr, grâce à ses trois aéroports, véritables Hub européens, et ses huit gares internationales. Mais cela concerne aussi les déplacements sur le territoire régional. Et à ce titre, la densité de transports en commun de Paris et sa région, et sa constante amélioration, en fait l'atout indispensable pour rester la première destination mondiale du tourisme.

Le tramway T3 complète ainsi de manière innovante et écologique le réseau de métro et de bus et devrait à terme faire une boucle autour de la capitale. Il participe à ce maillage régional et permet notamment de desservir le Parc des Expositions de Paris de la Porte de Versailles, site majeur où convergent les millions de visiteurs notamment du Mondial de l'Automobile ou de la Foire de Paris. Cependant les temps de trajets vers certains sites touristiques d'Île-de-France sont toujours plus longs qu'un Paris-Lille en TGV. Et une liaison rapide entre Paris et l'aéroport Roissy Charles-de-Gaules reste indispensable pour améliorer l'arrivée des touristes des marchés lointains. C'est pourquoi la modernisation du RER et les futures lignes du Nouveau Grand Paris Express permettront de mieux irriguer l'ensemble de la région. Et comme c'est le cas du tramway, tous les transports doivent s'inscrire dans la dynamique d'accessibilité universelle et de tourisme durable.

François Navarro,
Directeur général délégué
Comité Régional du Tourisme Paris
Île-de-France



LE TRAMWAY, UNE MOBILITÉ D'AVENIR

En France, la consommation de pétrole est majoritairement attribuable au secteur des transports. Avec plus de 30% de la consommation finale d'énergie en 2011, les transports sont le premier émetteur de gaz à effet de serre.

Dans les territoires urbanisés, il représente une source importante de nuisances sonores et de polluants atmosphériques, notamment de particules fines, d'oxydes d'azote et de composés organiques volatils.

Une rame de tramway transporte en moyenne l'équivalent en passagers de 170 voitures (source Ademe). Le retour des tramways contribue à la densification des agglomérations et à l'émergence de solutions de transport en site propre parmi les plus performantes, à la fois du point de vue énergétique et environnemental. Cette recombinaison vertueuse de l'espace public urbain met également en valeur le cœur des villes et améliore leur image.

D'ici à 2020, 90 % des Français vivront dans les villes. Le tramway est en pleine reconquête de l'espace public et il accompagne les modes de déplacements actifs comme le vélo et la marche à pied. Aujourd'hui, près de 30 villes de l'Hexagone l'ont remis sur les rails pour renforcer leur offre de mobilité partagée entre centres urbains et périphéries. La renaissance du tramway est donc un élément clé des changements de comportement en matière de mobilité individuelle. Autant d'atouts qui ont incité l'Ademe à accompagner cette exposition conçue par Le Lieu du Design.

Joëlle Colosio
Directrice régionale Île-de-France de
l'Ademe



LE COUPLE URBANISME-TRANSPORTS : UN AVENIR DURABLE

Voici trente ans que les tramways ont réinvesti l'espace urbain de nos villes. Cette évolution doit tout autant à la prise de conscience des élus et techniciens qu'à la promotion, depuis les années 1970 et 1980, d'un mode de transport maillant le bus et le métro.

Le contexte historique de la décentralisation et l'essor du « marketing territorial » ne sont pas étrangers à cette évolution. Le résultat est là : il existe aujourd'hui un « tramway à la française », spécifique à notre ingénierie, à notre design, mais aussi à la manière qui est la nôtre, en France, d'articuler urbanisme et transports.

L'IAU Île-de-France s'est très tôt inscrit dans une approche de la planification associant les impératifs techniques des mobilités aux réalités des formes urbaines. Précurseur dans le domaine de l'environnement, il ne peut qu'observer avec satisfaction ce résultat, ayant depuis les années 1970 soutenu des modèles de planification que l'on qualifie aujourd'hui de durables, affirmant régulièrement l'importance de la qualité urbaine pour les habitants de nos villes.

Cette réalité est plus que jamais d'actualité dans notre région capitale. Au moment où le maillage des transports du Nouveau Grand Paris s'engage, où la Métropole du Grand Paris s'esquisse et où le projet « Île-de-France 2030 » entre dans une phase opératoire, une approche globalisante, associant urbanisme, transports, qualité de l'air, énergie ou encore santé, est importante. Le « tram à la française », et plus largement le couple urbanisme-transports, ont encore de beaux jours à vivre.

François Dugeny
Directeur général IAU Île-de-France

LE LIEU DU DESIGN

Créé en 2009 par la Région Île-de-France, le Lieu du Design a pour objectif de valoriser et soutenir la conception de nouveaux produits et services intégrant une démarche design. Il accompagne les entreprises, les designers, les chercheurs et les écoles de design, dans le développement de leurs projets d'innovation par le design. Dirigé par Laurent Dutheil, il a vocation à réunir tous les acteurs du design.

L'ALLIANCE DU DESIGN ET DE L'ENTREPRISE

Alors que le design concerne 40 000 emplois et génère un chiffre d'affaires d'environ 5 milliards d'euros, le taux de pénétration du design dans les TPE-PME- PMI reste faible. Pourtant le design, formidable levier de croissance et véritable gisement d'emplois, est la clé de voûte de la performance des entreprises. Il participe d'un processus global intégrant les recherches sur les matériaux, les process de fabrication, de conditionnement, de distribution...

Le Lieu du Design a pour objectif de faire du design industriel et de l'écodesign un atout majeur de transformation et d'adaptation de l'outil industriel et une arme de différenciation dans la conquête des marchés. En cinq ans seulement, Le Lieu du Design a instruit plus de 800 projets et 3,5 millions d'euros ont été mobilisés par le Lieu du Design pour le développement de projets innovants.

LE LIEU DE TOUS LES DESIGNS

Le Lieu du Design est aussi un espace didactique ouvert au grand public. Les expositions qu'il organise soulignent les enjeux économiques, sociaux et sociétaux du design. Son centre de documentation rassemble tous les derniers ouvrages de références. Il organise des formations, des colloques, des conférences. Son site Internet permet d'accéder à toute l'actualité du design en France et à l'étranger, à un annuaire de plus de 1500 agences de design et de 35 écoles, à une liste complète des programmes d'aides, à une bourse de l'emploi et aux dernières veilles technologiques, économiques, juridiques, matériaux et éco- design.

UNE FORCE DE FRAPPE

Le Lieu du design est le noyau d'une synergie nouvelle qui vise à favoriser le développement de multiples projets partenariaux, avec la matériauthèque MateriO et ses 5000 échantillons de matériaux innovants, avec les pôles de compétitivité Cap Digital et Moveo, avec l'INPI, ou encore dans le cadre de Paris Région Entreprises, avec le Centre Francilien de l'Innovation, l'Agence Régionale de Développement et la Fonderie. L'objectif ? Faire du design une force de frappe de la compétitivité .



TRAMWAY : UNE ÉCOLE FRANÇAISE

UNE EXPOSITION RÉALISÉE PAR LE LIEU DU DESIGN

Laurent Dutheil

Directeur général du Lieu du Design

Florence Lamblin

Directrice du projet du Lieu du Design

Yo Kaminagai

Commissaire de l'exposition

Délégué à la conception au Département

Maîtrise d'ouvrage des projets à la RATP

Eloi Lemetayer et Benjamin Schneider

Scénographie et graphisme / La Fabrique de l'Est

INFORMATIONS PRATIQUES, CONTACTS

Le Lieu du Design

74, rue du Faubourg Saint-Antoine
75012 paris
métro Bastille/Ledru Rollin

Ouvert du lundi au samedi, de 13h à 19h

Entrée libre

contact@lelieududesign.com

www.lielieududesign.com

Presse et communication

Benoite Beaudenon

T. 01 40 41 51 09

benoite.beaudenon@lelieududesign.com

ALSTOM

**GROUPE
RATP**

stif

IAU
INSTITUT
D'AMÉNAGEMENT
ET D'URBANISME
ÎLE-DE-FRANCE

**PARIS
REGION**
COMITÉ RÉGIONAL
DU TOURISME

MAIRIE DE PARIS

**VAL de
MARNE**
Conseil général

moveo

ADEME
Agence de l'Environnement
et de la Métré et de l'Énergie
DIRECTION RÉGIONALE
ÎLE-DE-FRANCE

Le Monde

Direct Matin

Challenge^s

Le Rail

**Ville Rail
& Transports**

**Transport
Publics**

Mobu City

**Transports
Publics 2014**
The European Mobility Exhibition