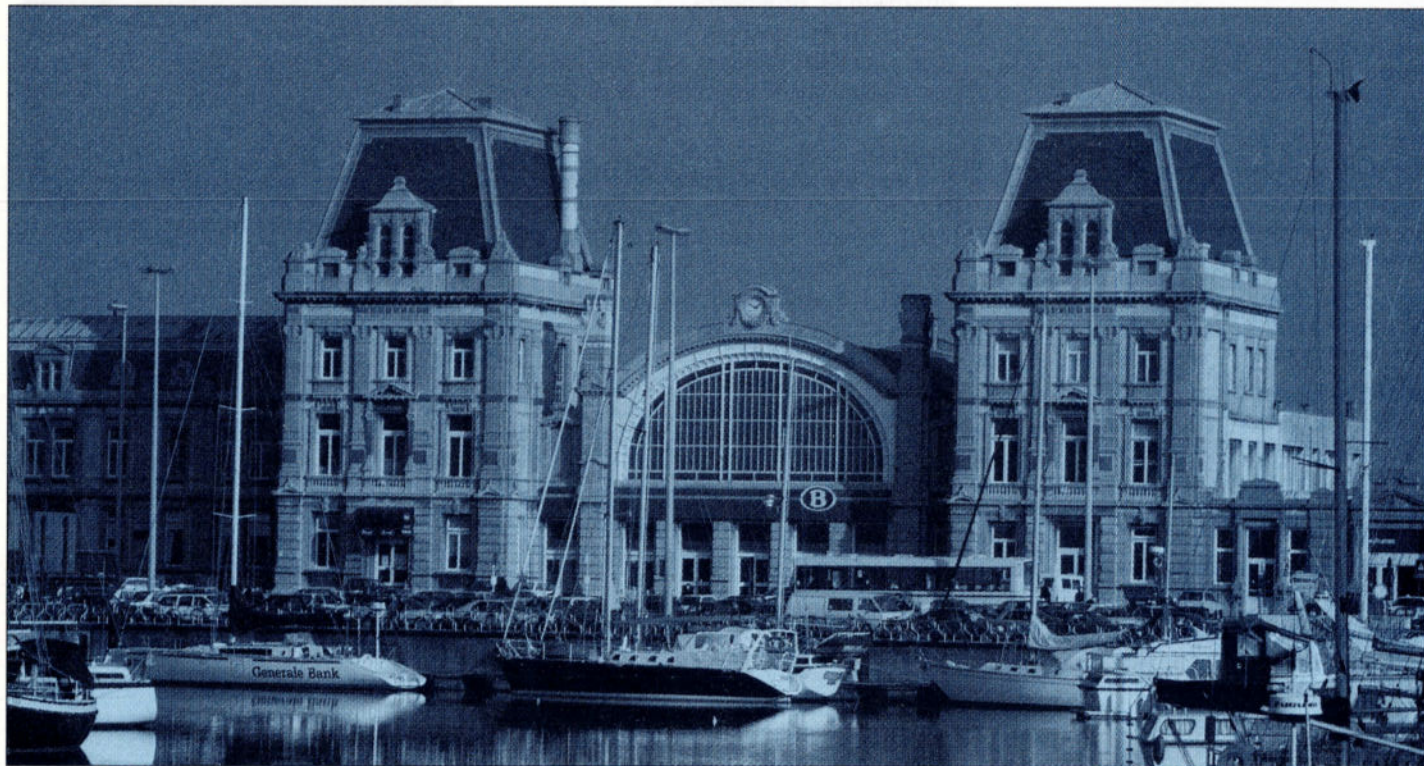


# C'EST A DIRE



1

## L'ACCUEIL SOUS LA LOUPE

Force est de reconnaître que ces 40 dernières années, nos gares ont - à quelques exceptions près - connu peu d'évolution. Beaucoup sont aujourd'hui frolées par un autodrome. Certaines se dressent au centre d'un vaste parking au sol bosselé et parsemé de flaques les jours de pluie; les rejoindre à pied n'a rien d'enchanté. L'intérieur n'a pas toujours reçu les meilleurs soins. Ou bien, le volume occupé ne correspond plus - en trop ou en trop peu - à la fréquentation quotidienne.

Aujourd'hui, parce qu'ils ont l'habitude des magasins bien tenus, bon nombre de nos clients as-

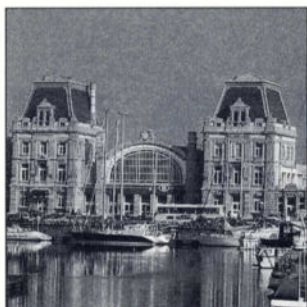
pirent à une rénovation de nos gares. Des tests ont été réalisés depuis quelques années dans quelques gares du réseau. A présent, nous sommes à l'aube d'une rénovation globale. Des crédits

(environ 7 milliards) sont inscrits au plan décennal d'investissements.

A nous tous de mener ce programme à bien, de l'enrichir d'idées simples et d'une attention permanente pour lui donner la dimension humaine indispensable. C'est une vaste opération, qui mérite tous nos soins. Un sujet que nous aborderons tout le long de 1992, pour explorer tous ses aspects, en feuilleton... à suivre de près.

# ABX PARTNERS: UN CONFRÈRE EST NÉ

Un nouveau medium de communication est né à la SNCB. Il a pour titre "ABX partners". C'est un trimestriel, développé en 8 pages - il pourra en compter 12 ou 16, en fonction des besoins d'information.



SOMMAIRE

|  |      |
|--|------|
| <b>ABX</b>                                   |      |
| ABX PARTNERS, UN NOUVEAU CONFRÈRE            | 2    |
| <b>VOYAGEURS</b>                             |      |
| TRAINS INTERNATIONAUX: NOUVEAUTÉS EN JUIN 92 | 3    |
| <b>TARIFICATION</b>                          |      |
| NOUVEAUX PRIX POUR NOS PRODUITS ET SERVICES  | 4-5  |
| <b>COLLABORATIONS</b>                        |      |
| INTERVIEW LANGUES: NOUS PARTICIPONS          | 6    |
| <b>DOSSIER ACCUEIL</b>                       |      |
| LA 3 <sup>ème</sup> QUALITÉ                  | 7    |
| DES GARES ACCESSIBLES                        | 8    |
| LA GARE ET SON UTILISATEUR: L'ENTENTE        | 9-11 |
| <b>MATÉRIEL</b>                              |      |
| NOUVELLE PARURE POUR LES AUTOMOTRICES BREAK  | 12   |
| <b>INFORMATION DU PERSONNEL</b>              |      |
| L'INFORMATION PAR LE VÉCU POUR 45 CHEMINOTS  | 13   |
| <b>TGV</b>                                   |      |
| 10 ANS DE TGV FRANÇAIS                       | 14   |
| <b>B-CARGO</b>                               |      |
| DU PORPHYRE BELGE POUR LE TGV FRANÇAIS       | 15   |
| <b>DICTIONNAIRE</b>                          |      |
| UN LEXIQUE POUR MIEUX SE COMPRENDRE          | 16   |

C'est la promotion des ventes d'ABX qui est l'éditeur de ce périodique. Et qui le destine à une cible précise: clientèle et prospects.

L'objectif est double:

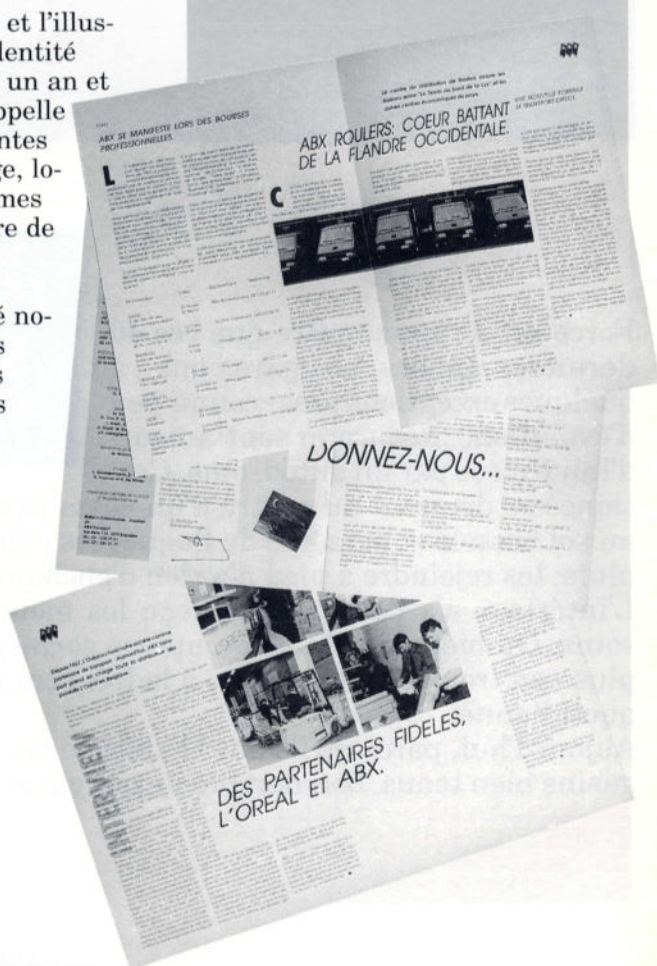
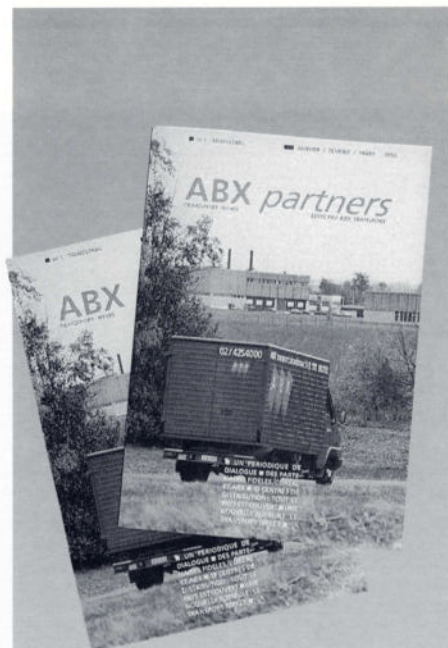
- assurer un contact régulier avec les clients de ce créneau de notre activité, tout en développant l'image de marque du service;
- disposer d'un support d'information et de promotion dans lequel seront présentées tant les nouveautés que les données qu'il est utile de connaître pour tirer profit de notre offre.

La première édition annonce les intentions de l'éditeur, présente l'équipe de vente, évoque le partenariat avec un client important (l'Oréal) et radiographie le travail d'un centre de distribution (Roulers). Le tout accompagné de nouvelles diverses.

La présentation générale et l'illustration s'appuient sur l'identité donnée au service depuis un an et demi environ (ce qu'on appelle la "corporate image"): teintes particulières bleu et rouge, logo, et rappel des graphismes utilisés dans une brochure de présentation globale.

ABX partners est adressé nominativement aux clients d'ABX et à des dirigeants d'entreprises susceptibles de devenir clients: 6.000 personnes en tout.

Bienvenue à ce nouveau confrère. ■



C'est à dire est publié par la cellule des relations extérieures des Services généraux, produit par l'imprimerie centrale de la SNCB et distribué par le fatage général (code 99999:00). Pour nous donner votre avis: C'est à dire - SG 01.4 - section 50 - Bruxelles

## ÉTÉ 92: DES CHANGEMENTS à l'offre internationale

*Chaque année, la conférence des horaires - qui met en présence les spécialistes de tous les réseaux européens - débouche sur des nouveautés. Les entreprises ferroviaires explorent les besoins de la clientèle, pour mieux servir celle-ci, parfois en lui offrant des trajets plus rapides et mieux adaptés (en heures de départ et d'arrivée) à l'organisation de son temps. Dès juin 92, quelques modifications intéressantes seront introduites.*

### TRAINS DE JOUR POUR LA SUISSE ET L'ITALIE

Le train Eurocity Vauban (EC 91/EC 92) Bruxelles-Midi - Bâle - Milan circulera via Berne, Brigue et Domodolossa (et non plus via Lucerne et Chiasso). En gare de Milan-Central, les trains pendolino donneront les correspondances pour les directions de Rome et Bologne - Florence. Le Vauban sera composé de matériel belge. Les contrôles de police et formalités de douane seront effectués dans le train. Les voitures directes à destination de Chiasso seront supprimées.

### TRAINS DE NUIT VERS...

#### Berlin

La relation quotidienne est améliorée. Le départ d'Ostende aura lieu à 20 h 34, de Bruxelles-Midi à

21 h 48, l'arrivée étant prévue à Berlin-Zoo à 9 h 06. Dans l'autre direction, le train partira de Berlin-Zoo à 20 h 05 et arrivera à Bruxelles-Midi à 6 h 55 et à Ostende à 8 h 09. Dans les deux directions, des lits, places assises et couchettes seront offerts.

#### Varsovie

Le train quotidien arrivant à Varsovie à 14 h 10 résultera de la fusion à Aix-la-Chapelle de deux trains, dont l'un part d'Ostende à 18 h 34 et de Bruxelles-Midi à 19 h 48, et l'autre de Charleroi à 18 h 33. Ces trains offrent un gain de temps de 2 h 40 venant d'Ostende et 1 h 30 venant de Charleroi.

Dans l'autre direction, le train part de Varsovie à 15 h 45. L'une des deux parties arrive à Bruxelles-Midi à 10 h 55 et à Ostende à 12 h 09

(un gain de temps de 1 h 20); l'autre arrive à Charleroi à 10 h 31 (un gain de temps de 2 h 05). Dans les deux directions, des lits, des places assises et des couchettes sont offerts.

#### La Suisse

Pendant les mois de juin et septembre, un train sera mis en marche chaque vendredi à destination de Lausanne et de Sierre. En haute saison d'été (du 26 juin au 28 août), ce train circulera tous les jours.

#### L'Italie

Le Freccia del Sole partira de Bruxelles-Midi à 17 h 57 (au lieu de 16 h 22). Il arrivera à Ancone à 10 h 52 en empruntant la ligne 161 (et non plus les lignes 124 et 130). Dans l'autre sens, l'horaire reste inchangé.

Le train auto-couchettes Schaerbeek-Milan partira, à partir de la saison d'été, le jeudi (au lieu du dimanche) et sera prolongé jusqu'à Bologne. Ce train s'arrêtera à Milan San Cristoforo au lieu de Milan Porto Vittoria. La destination Brigue sera supprimée. ■



## UNE AUGMENTATION TARIFAIRE MODÉRÉE ET MODULÉE de nos formules et services complémentaires

*Le 20 décembre, notre Conseil d'administration a adopté le projet d'adaptation des prix présenté par la Direction. L'augmentation a pris cours le vendredi 31 janvier 92. Elle porte sur l'ensemble de nos formules et de nos services complémentaires. Elle s'inscrit dans une politique de marketing ouverte sur des options d'avenir.*

### UNE HAUSSE MODÉRÉE

La loi de réforme de certaines entreprises publiques n'étant pas encore totalement en vigueur, c'est l'arrêté royal du 31 décembre 83 qui fait encore loi. Cet arrêté fixe la formule qui permet une adaptation automatique de nos prix au début de chaque année.

En fait, la SNCB n'a pas voulu appliquer le taux de 5,11 % que donne cette formule. La hausse est donc modérée: une moyenne de 4 % seulement.

### BILLETS ET CARTES TRAIN: AUGMENTATION MODULÉE

Mieux encore: l'augmentation n'est pas uniforme, mais modulée en fonction de la distance parcourue: minime pour les trajets courts, plus forte lorsque la distance augmentera.

C'est un retournement de politique, motivé par le souci de rendre le train plus attrayant pour de petits trajets. Cette volonté cadre dans la conception actuelle de la mobilité,

qui envisage le transfert de la voiture au train d'une partie des navetteurs qui convergent chaque jour vers les grandes agglomérations.

### Billets

Le prix minimum du trajet couvert par un billet passe de 35 à 40 francs. C'est ce qu'il en coûte, par exemple, pour voyager entre des gares d'une même zone.

Pour le reste, la part fixe (21 francs) ne change pas, mais le prix kilométrique - modulé - est adapté. Pour des distances de 5 à 25 km, le prix de 1991 est maintenu. Le pourcentage d'augmentation est léger sur les distances moyennes et plus élevé au-delà de 110 km.

### Cartes train

Le prix des cartes train est calculé par paliers de distance, qui vont de 5 à 30, 50 et 150 km. La modulation prévoit que le taux d'augmentation aille croissant de palier en palier, la part fixe passant de 580 à 610 F pour la carte train mensuelle.

La carte valable un an coûte 10 fois le prix pour un mois, au lieu de 11 fois jusqu'ici.

La carte-train scolaire d'un aller-retour par semaine est offerte à la baisse: elle coûte quasi 20 % de moins.

Et les prix des autres cartes (réseau entreprise et B-Tourrail) sont légèrement plus élevés.

### Déplafonnement

La SNCB a par ailleurs demandé l'intervention du Ministre des Communications en vue d'abolir le plafond de rémunération de 900.000 F pour le remboursement par l'employeur d'une partie de la carte train. Ce plafond était déjà supprimé pour les agents des services publics. La SNCB souhaite maintenant qu'il le soit aussi dans le secteur privé.

Autre demande, qui concerne en plus le Ministre des Finances: porter de 10.000 à 15.000 francs le montant déductible des revenus lorsque l'employeur rembourse une part de la carte train utilisée pour les déplacements domicile-travail.

### Go Pass: l'exception

Les prix des formules Pass restent inchangés. Le trajet en Go Pass coûte pourtant un peu plus: 124 F au lieu de 110, puisque la carte ne comprend plus que 8 cases (elle en comptait 9 depuis avril 90, soit une période de stabilité de 21 mois). Le 2.000.000<sup>ème</sup> Go Pass a été vendu fin décembre 91; et la moyenne de vente mensuelle est passée de 61.000 cartes en 1990 à 76.000 en 1991 !

Ce produit marche vraiment bien. Après sa période de lancement, il a acquis une renommée qui le place à la pointe de nos formules. Le marketing n'a pas décidé de le modifier sans étudier très sérieusement les effets que l'augmentation pourrait avoir. Si la hausse est supérieure à 4 %, c'est qu'il fallait maintenir le prix "psychologique" de 990 francs; on ne pouvait de ce fait jouer que sur le nombre de trajets.

### Souplesse

Les prix des billets Weekend et Une journée à la mer/en Ardenne sont



adaptés comme les prix des billets. En outre, leur utilisation est simplifiée. La journée à la mer/en Ardenne peut commencer après 12 heures (chose non admise auparavant). Le billet Weekend permet de partir du vendredi au dimanche et de revenir du samedi au lundi; ici aussi, c'est l'heure fatidique de midi qui tombe. Cette simplification sera appréciée tant par le personnel (de guichet et de contrôle, par exemple) que par les clients.

### PARCAGE DES DEUX ROUES ET VOITURES

Pour les "deux roues", là où le parage est encore payant, le prix par jour est inchangé, sauf pour les motos sous abri, et les abonnements mensuels sont majorés.

Pour les voitures, modulation également. Dans nos 12 plus grandes gares, le prix par jour augmente sensiblement; mais la hausse de l'abonnement mensuel est bien plus douce pour les titulaires d'une carte train que pour les autres automobilistes. Dans 38 autres gares, on ne touche pas au prix de 60 F (400 F pour l'abonnement) pour les titulaires d'une carte train; les autres clients voient le prix de leur abonnement majoré. Et le parking est toujours gratuit dans 227 gares du réseau.

### AUTRES MESURES

Le tarif "train + vélo" et le tarif "groupes" sont fortement simplifiés. La carte TTB, qui rencontre assez peu de succès, devrait être supprimée après accord de nos partenaires des transports régionaux. Et la tarification d'un certain nombre de services complémentaires (la garde et le transport de bagages par exemple) est profondément remaniée. Dans tout ces cas, il s'agit d'une nette simplification de nos conditions, qui vise à rendre notre offre plus transparente pour les clients.

### RECETTES EN HAUSSE

Sur la base d'un trafic constant, ces hausses donnent un surplus de recettes de 500 millions environ pour 1992. Le résultat peut être supérieur, si les mesures d'encouragement, les actions de promotion et nos efforts d'accueil portent tous leurs fruits.

Lorsqu'un contrat de gestion aura



été conclu avec l'Etat, la SNCB pourra, pour son trafic "commercial", fixer les prix comme elle l'entend. Mais la modération observée cette fois-ci montre la démarche dynamique du marketing, et la modulation des hausses en indique les lignes de force:

- accroître la transparence (c'est-à-dire la facilité d'utilisation) de nos tarifs;
- positionner fortement les formules à succès;

- aborder le marché en fonction des besoins qui s'y expriment et des possibilités qu'il offre;

- profiler l'offre selon l'évolution globale de la mobilité, des problèmes qu'elle engendre et des solutions que les pouvoirs entendent y apporter. C'est, pour nous résumer, une volonté d'accroître le trafic tout en générant les recettes dont la santé financière de notre entreprise a besoin. ■





**POUR LES DÉVOREURS DE ROMANS:  
RENDEZ-VOUS LE 23 FÉVRIER**

Grande brocante aux livres le 23 février au mess de notre bâtiment central. Ce jour-là, pour 10 francs le volume, on pourra se payer Sartre, Camus, Saint-Ex, Balzac, Zola, Jules Verne, Slaughter, et enrichir les collections de polars: San-A, SAS, Maigret, Lupin... Quantité d'auteurs publiés en français, en néerlandais et parfois dans d'autres langues seront ainsi livrés aux cheminots en activité et aux retraités.

La raison ? Notre centre de documentation se débarrasse de ses ouvrages de "littérature générale", pour ne conserver que ce qui concerne le chemin de fer et toutes les sciences et techniques utiles pour le faire fonctionner et évoluer.

Retenez donc la date: dimanche 23 février, les heures: de 10 à 16, l'adresse: 85 rue de France, près de la gare de Bruxelles-Midi... Et n'arrivez pas trop tard: à ce prix-là, les meilleurs morceaux seront vite avalés.

COLLABORATIONS

**INTERVIEW LANGUES:  
nous participons**

*Jean-Pierre Gaillez est une vieille connaissance de la SNCB. Pendant plusieurs années, son Centre d'Animation en Langues a réuni dans certains trains des gens qui profitaient de leur déplacement quotidien pour travailler leur connaissance de la deuxième langue nationale.*

Depuis, Jean-Pierre Gaillez a lancé, avec la Fondation Roi Baudouin, l'opération Interview Langues. Des jeunes de 15 à 20 ans interviewent des gens qu'ils rencontrent par hasard, dans la langue que ces gens parlent et qu'ils étudient eux-mêmes. Pour chaque interview, ils complètent un formulaire (disponible dans les écoles et associations de jeunes) sur lequel l'interviewé porte aussi des indications. Et ils rentrent autant de formulaires qu'ils le désirent (ce qui augmente leurs chances en finale). En fin d'année, des lauréats (60 et 90 en

91) sont sélectionnés parmi les finalistes (550) du concours. Un bien bonne manière de pratiquer l'unification européenne !

**NOUS PARTICIPONS**

Pour la saison 91/92, la SNCB s'associe à l'opération. Dès qu'un participant a renvoyé un premier formulaire (avant le 1er mai 92), nous lui offrons un mini Go Pass - 2 trajets gratuits. Et en novembre 92, après la finale, nous verserons des cadeaux-train dans le paquet de récompenses. ■

## L'ACCUEIL: TROISIÈME QUALITÉ DE NOTRE OFFRE

*L'accueil est au centre de nos préoccupations. C'est logique. Le succès de notre entreprise en dépend pour une part. Nous pouvons rêver d'expansion du chemin de fer si nous acquérons une clientèle plus nombreuse et fidèle. Et nous y arriverons en conjuguant trois qualités:*

- de bons produits;
- un service impeccable;
- un accueil soigné.

L'accueil est une notion complexe. C'est un ensemble d'éléments qui comprend les conditions physiques dans lesquelles nous recevons les clients, et aussi bien le contact humain que nous établissons avec eux. Le client se sent accueilli dans un cadre agréable et bien accessible, où règne une certaine ambiance, qui respire la sérénité, où il trouve une bonne information et l'aide dont il a besoin.

### PAR COMPARAISON...

Nous préférons - il faut le reconnaître - faire nos achats dans un magasin bien aménagé, lumineux, agréable. Nous aimons y rencontrer des vendeurs courtois, qui nous donnent l'information voulue, nous respectent et nous mettent parfaitement à l'aise. En trois mots, nous

aimons être accueillis lorsque nous sommes clients.

Ce que nous attendons d'un commerçant et de sa surface de vente, les clients de la SNCB l'attendent de nous et de nos gares. La comparaison va de soi.

### A L'INVERSE...

A l'inverse, nous pouvons être féroces lorsque ces conditions ne sont pas remplies.

Le service obtenu n'est pas celui qui était annoncé ? Nous protestons. La garantie ne couvre pas ce que nous avons cru: nous nous fâchons. Le vendeur nous traite de haut: il ne nous reverra plus. Notre principe est simple: "le client est roi, je suis donc le roi".

C'est ainsi que le client pense et réagit lorsque nous sommes en face de

lui les vendeurs de la SNCB.

### A LA DIMENSION DU CLIENT

"Vendeur", ici, n'a rien de restrictif. Chacun, dans sa fonction, joue un rôle qui concourt à la qualité de nos prestations et à la satisfaction des clients.

L'accueil occupe une place primordiale à cet égard. Car le chemin de fer n'est pas à la taille du client: son organisation est vaste, son matériel extrêmement puissant. Si nous voulons rendre le client fidèle, il faut donner une dimension humaine à son contact avec le rail. Grâce à un cadre dans lequel il se sentira en sécurité, une information qui lui donnera tous ses apaisements, un contact dont il tirera la sensation d'un passage et d'un moment agréables.

L'accueil est la troisième qualité de notre offre, sans laquelle le travail le mieux fait, la prestation la plus soignée ne donneront jamais le résultat maximal que nous espérons. C'est l'affaire de tous ceux qui rendent la technique vivante et utile. Nous tous, en réalité. ■



## DES GARES ACCESSIBLES: première étape de l'accueil

*La première qualité indispensable d'une gare est d'être accessible. Quiconque veut s'y rendre doit pouvoir l'atteindre facilement et sans perte de temps. Une approche double, écologique et économique, fournit d'intéressantes indications.*

Si l'on choisit le moyen de transport le moins agressif pour l'environnement, autant le rejoindre ou le quitter dans le même esprit. Écologiquement parlant, les priorités vont donc, dans l'ordre, aux piétons, aux usagers des transports publics urbains et régionaux, aux deux roues et aux automobilistes.

D'un point de vue économique, chaque groupe doit recevoir l'attention qu'il mérite: notre entreprise veut s'attacher une clientèle aussi nombreuse que possible, quel que soit son moyen de déplacement avant et après le voyage en train.

### ANNONCER LA GARE

Atteindre la gare au moyen d'un véhicule personnel, à deux ou quatre roues, n'est pas toujours facile pour qui n'en a pas l'habitude. Il faut baliser l'itinéraire, comme on le fait par exemple pour l'hôtel de ville ou

la poste, au moyen de flèches directionnelles.

A Schaerbeek et à Bressoux, par exemple, de telles flèches orientent vers la gare d'embarquement des Trains d'Autos Accompagnées.

Pourquoi ne pas le faire vers toutes les gares ? Et pas seulement à quatre ou cinq rues de là: carrément à tous les grands points de passage de la ville, voire à la sortie des grandes routes qui y convergent.

### PROTÉGER LES DEUX ROUES

Offrons dans les gares des abris pour vélos et motos: cela peut attirer des voyageurs qui réservent leur voiture pour d'autres usages.

Mais alors, que ces voyageurs soient en sécurité lorsqu'ils s'approchent de la gare. Aménageons-leur des voies protégées dans un rayon de deux à trois kilomètres autour de la gare même.

D'avantage de deux roues dans les abris adéquats, cela nécessitera une moindre surface de parking, et procurera un trafic automobile moins dense autour de la gare, et donc une circulation plus fluide pour les transports publics urbains et régionaux. Trois avantages appréciables pour tous.

### FAVORISER LES PIÉTONS

Aux abords mêmes des gares, à un moment ou l'autre, tout voyageur devient piéton. Mais il ne faut pas qu'il devienne en même temps un combattant soumis à un parcours de survie: c'est bon pour les loisirs sportifs, pas pour la vie quotidienne. D'où le besoin d'organiser la cohabitation des piétons et des véhicules routiers, au bénéfice de leur sécurité à tous, par exemple en instaurant une "zone 30".

Et de façon raisonnable pour les piétons: sur des trottoirs assez larges, pourvus d'un bon revêtement, et selon un cheminement logique, qui évite les détours "marathoniens". La liaison doit être optimale avec le



## LA GARE ET SON UTILISATEUR: une parfaite entente

terminus des autres transports publics, avec les parkings et - bien entendu - avec les quartiers qui se sont développés derrière la gare.

### AVEC LES COMMUNES

Tous ces principes doivent être discutés avec les pouvoirs communaux, maîtres de la planologie urbaine et de l'aménagement du quartier de la gare. La SNCB, une fois sortie des terrains et bâtiments de son ressort, n'a plus qu'un rôle consultatif. Mais puisqu'elle apporte une contribution à l'organisation économique et sociale, elle doit aussi, logiquement, apporter un avis constructif sur la structuration des abords de ses gares.

Ce sera affaire de réflexion, de créativité, de dialogue avec les spécialistes et décideurs locaux. Et de persuasion. Car il faut voir plus large. La gare n'est pas une île entourée de brisants. Rénovée par la SNCB, elle sera parfaitement accueillante et attrayante si à sa porte, et autour d'elle, le quartier réunit les mêmes qualités. ■

*Qu'elles soient belles, nos gares, nous le voulons absolument. Qu'elles soient facilement utilisables, nous devons y tendre.*

*La première approche dans ce sens part d'une idée simple: tout le monde doit pouvoir s'y rendre et s'y mouvoir dans les meilleures conditions.*

Lorsqu'il prend le train, le voyageur garde à l'esprit un objectif très précis: passer le plus vite possible de A (son domicile par exemple) à B (son point de destination finale). Le temps total du déplacement, de bout en bout, dépend de plusieurs facteurs: la rapidité du train, la rapidité du trajet terminal (domicile-gare, gare-point d'arrivée), la rapidité des transferts aux abords de la gare.

### DE BONS TRANSFERTS

Lorsqu'il combine deux transports en commun - bus et train par exemple - le voyageur attend de nous que les horaires soient raisonnablement coordonnés. Et surtout que le passage de l'un à l'autre ne lui prenne que très peu de temps.

Lorsqu'il rejoint la gare en vélo, en moto ou en voiture, il espère pouvoir

ranger rapidement son engin et ne pas avoir à marcher trop longtemps pour atteindre le quai de départ. L'installation des abris pour deux roues et l'implantation des parkings (SNCB ou publics) prennent alors toute leur importance. Il faut les envisager selon les besoins réels, avec une marge d'accroissement bien calculée, et établir une échelle de priorité.

Les emplacements réservés dans les parkings aux moins valides devront toujours être les plus proches des quais. Handicapés dans leur mobilité, ces clients doivent trouver les meilleures conditions possibles de se déplacer.

Vient ensuite une aire d'arrêt court. Kiss and ride. On vient déposer ou chercher quelqu'un à la gare. On range la voiture pour quelques mi-



nutes puis on repart. L'occupation de cette aire change tout le long de la journée. La surface peut donc être réduite.

Enfin vient le parking longue durée. Voiture déposée le matin, reprise le soir. C'est presque du parking résidentiel les jours ouvrables. Il faut un nombre d'emplacements plus élevé, sur une surface plus étendue, mais sans que la distance à couvrir jusqu'aux quais décourage le client.

### S'ORIENTER

Tous les voyageurs ne sont pas des navetteurs quotidiens. Certains sont peu habitués à la gare. Pour eux, s'orienter peut être un exercice plus difficile, parce que tout nouveau, et donc une perte de temps. Une seule parade à cela: une signalisation de qualité. Qui indique les entrées. Qui guide vers les services: information, point de vente, dépôt de bagages... Qui met en évidence le passage vers les quais.

Toutes ces surfaces-cibles pour le voyageur doivent être structurées simplement, et non dispersées de gauche et de droite ou masquées par des commerces clinquants. Mouve-

ments faciles, mouvements rapides: l'aménagement de nos services est de première importance. Ils doivent être signalés par une pictographie bien au point, qu'on retrouve dans toutes les gares, pour que le voyageur découvre toujours un air de ressemblance et se familiarise vite avec notre univers.

Et tous les mouvements à l'intérieur de la gare doivent suivre une logique de "liberté" et éviter toute entrave - même réglementaire - au passage.

### ET L'INFO

L'information fait partie de l'orientation dans la gare. Une sonorisation adéquate, un stand bien visible, où un agent d'accueil répond aux questions, des tableaux horaires bien signalisés, un panneau indicateur des trains placé à un endroit stratégique...

Tout cela facilite la vie à tout le monde. Le voyageur trouve vite sur le panneau ce qu'il désire connaître, et ne va pas faire la file au stand d'information où des questions plus complexes doivent trouver de justes réponses.

L'information doit être multiple: les gens ont besoin de vérifier ce qu'ils savent déjà.

### "A LA CARTE"

On retrouvera donc dans toutes les gares des éléments standard: pictogrammes bleu et blanc, panneaux d'information habillés de bleu, tableaux indicateurs de la chronologie des trains...

Mais toutes les gares ne seront pas coulées dans le même moule. Chacune a son architecture, son organisation intérieure propre, une identité qu'il est bon de maintenir. La structuration des services se fera "à la carte", en fonction du bâtiment, de ses possibilités, de la facilité pour le client et des éventuelles concessions commerciales.

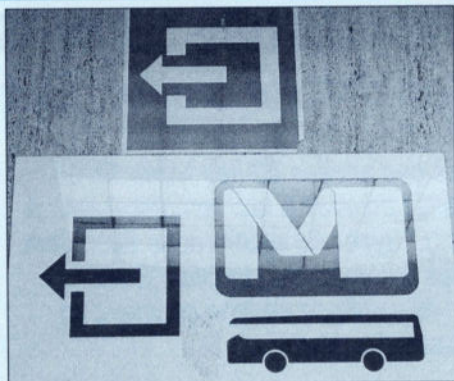
Bien sûr, les impératifs du service ne seront pas oubliés. Sans toutefois prendre le pas sur les principes de base de l'accueil: une gare existe autant en fonction des voyageurs qui y passent que du travail que les cheminots y accomplissent. ■





### GUERRE À L'ANARCHIE

Priorité aux mentions claires, qui informent vraiment. C'est la consigne désormais. Nous identifierons nos gares comme sur la photo en page 10. Et s'il s'agit



d'un point d'arrêt, sans autre construction qu'un abri de quai, le poteau rouge avec B blanc/bleu (ci-dessous à droite) est la règle optimale. La signalétique mérite aussi une attention particulière. Les pictogram-

mes non conformes, répétitifs ou incongrus (ci-dessus) doivent disparaître, et faire place à des indications standardisées, réellement informatives, et qui ne prêtent pas à confusion (ci-dessous).



## UNE VOITURE DE PLUS: les Breaks s'allongent

*Les automotrices mises en service au cours des années 50 (les types 50, 53, 54, 55 et 56) arrivent en fin de carrière. Il fallait pourvoir à leur remplacement. A leur place, on verra donc des automotrices "L" (types 86 et 89 - série 900), dont le nombre total a été porté à 52, et aussi des automotrices doubles "Break" transformées en automotrices triples. Les 140 unités de ce type se voient en effet ajouter une voiture entre les deux caisses d'origine.*

Une étude a montré que cette modification, d'un coût de 3,4 milliards, permet d'éviter l'acquisition de quelque 62 automotrices doubles nouvelles, qui auraient coûté 5,7 milliards. L'opération se justifiait d'autant plus que la puissance des Breaks était suffisante pour qu'en version triple leur vitesse courante ne soit pas diminuée. En outre, les coûts d'exploitation des nouvelles unités triples resteront sensiblement égaux à ceux des mêmes automotrices en version double.

### **COPRODUCTION PRIVÉ/SNCB**

La commande des 140 voitures intermédiaires a été passée à BN Constructions ferroviaires et métalliques. Cette entreprise a d'autres commandes à honorer: certaines voitures des rames TGV Transmanche,

des éléments des navettes Eurotunnel qui transporteront les véhicules routiers sous la Manche. Elle a donc fait réaliser, sous sa responsabilité, nombre d'opérations de garnissage et de peinture des nouvelles voitures par notre atelier central de Malines.

Celui-ci possède en effet le savoir-faire et les moyens pour entreprendre une telle opération. Tout en assumant ses autres charges pour de nombreux services de la SNCB, il agit donc ici comme un véritable sous-traitant, ce qui témoigne du dynamisme et de la qualité du travail des cheminots.

### **UNE VOITURE RÉSOLUMENT NEUVE**

Les sièges de la nouvelle voiture intercalaire - de 2<sup>ème</sup> classe et entièrement non fumeurs - sont d'un type

similaire à celui des voitures I 10. Ils sont tous répartis selon la disposition "2 + 2", ce qui accroît le confort offert aux voyageurs. La voiture comporte 82 places assises et une place spéciale pour handicapés. Une fois achevées, les voitures sont mises en rames à Malines, lors du passage en grande révision des Breaks doubles. A cette occasion, les rames transformées reçoivent une toute nouvelle livrée grise, les bas de caisse étant peints en bleu foncé rehaussé d'un liseré rouge. Les flancs sont ponctués de triangles rouges à hauteur des portes, rouges et bleus aux extrémités. Le front des rames est également peint en gris, surmarqué d'un grand triangle jaune pointe en bas.

Les premières rames seront prêtes pour le printemps 92. Elles seront affectées à l'atelier de traction de Stockem, près d'Arlon. Elles prendront du service sur la relation IC L Bruxelles - Luxembourg. Celles qui les suivront rouleront sur la relation IC F Knokke/Blankenberge - Hasselt - Genk/Liège - Maastricht. ■



# 1 TÉMOIN PAR 1.000 CHEMINOTS ou l'information par le vécu

*Depuis novembre 1989, l'information des cheminots belges passe notamment par le périodique que vous êtes en train de lire. En novembre 1991, la direction a choisi un nouveau moyen pour communiquer avec ceux qui forment l'assise porteuse de l'entreprise: le vécu. Une délégation de cheminots de tous grades a pu jeter un coup d'oeil très intéressé sur notre dernière née: la voiture Bar-Bistro. Et cela lors d'une rencontre au cours de laquelle on a beaucoup parlé métier.*

Les journalistes connaissaient déjà cette voiture, qu'on leur avait présentée juste avant sa mise en service. Pour les cheminots, elle était une furtive apparition, dans la presse écrite, et en 55 lignes et 1 photo dans C'EST À DIRE 8/91.

Aménagement très discret dans notre atelier de Malines, mise en service immédiate dans l'EuroCity Memling... On n'avait pas eu le temps de la voir de près. Pourtant, nous en sommes les parents. Et si les clients peuvent jour après jour s'y attabler pour casser la croûte ou boire un verre, c'est grâce à beaucoup d'entre nous. Du visiteur de matériel au chef de train, en passant par le signaleur, l'équipe de la gare, le nettoyeur, le guichetier...

## UN MESSAGE POUR LES CHEMINOTS

Le 12 décembre, trois administrateurs-directeurs (Antoine Martens, Maurice Page et Léo Pardon) ont donc emmené de Bruxelles à Osten-

Leur message était clair: ouvrez les yeux et les oreilles, pour comprendre mieux encore dans quelle chaîne de production vous vous intégrez. Découvrez ce qui n'était peut-être



**Antoine Martens (Transport): Chacun dans sa fonction contribue à la réalisation du programme**

pas évident de prime abord: la nouvelle identité donnée à notre entreprise et à son offre, les moyens de promotion employés, la volonté de vendre nos produits selon des méthodes bien de notre temps. Souvenez-vous de cet objectif central que nous poursuivons: offrir un bon produit, c'est-à-dire des trains qui roulent à l'heure et un service de qualité. Et n'oubliez surtout pas que chacun, dans sa fonction, contribue d'une certaine manière à la réalisation de ce programme.

## ON PARLE MÉTIER...

Côté invités, après un moment d'incertitude (normal, quand il s'agit de jamais fait - jamais vu), les visages s'éclairent. Cette plongée dans l'information par le vécu ouvre le champ de vision et suscite des réflexions du genre: "Ca fait du bien de savoir comment tout cela se met en place".



**Maurice Page (Services généraux): Un organisme bien vivant au sein duquel on peut se parler**

Dans la voiture-cinéma, à quai à Ostende, les membres de la direction présentent l'essentiel de leur message. Ils développent ensuite, parmi les groupes formés au hasard dans la voiture M 4 qui ramène l'équipe à Bruxelles. Là aussi, les cheminots échangent leurs avis, leurs expériences. On parle métier... On interroge les directeurs... On découvre - peut-être - que notre entreprise est un organisme bien vivant au sein duquel on peut se parler, même avec passion.

Le déplacement s'achève, chacun rejoint son lieu de travail. Peut-être comme un "reporter" qui propagera en cercles concentriques cette information qu'il a reçue par le vécu, mais qui concerne tous les collègues, de tous les métiers, dans le pays entier. ■



**Léo Pardon (Voyageurs): Nous vendons nos produits selon des méthodes bien de notre temps**

de - et retour - une bonne quarantaine de cheminots (à peu près 1 par 1.000 membres du personnel) pour le même voyage qu'avec les journalistes.



**On parle métier... même avec passion**

## 10 ANS DE TGV EN FRANCE la saga de la grande vitesse

*Nous allons bientôt entamer les travaux d'implantation du TGV en Belgique. Mais nos voisins du sud utilisent déjà ce train super rapide depuis 10 ans. Le TGV, c'est un fameux bond technologique, un sacré succès commercial, un formidable espoir pour l'avenir du rail... et déjà une étonnante épopée en France. Petite synthèse.*

C'est le 27 septembre 1981 que le TGV a pris du service commercial entre Paris et Lyon. Le trajet durait 2 heures 40. Et on appelait ce train le TGV PSE - pour Paris-Sud-Est. Cinq jours plus tôt, le 22 septembre, le nouveau président français, François Mitterrand, avait inauguré officiellement la ligne. Dans son allocution, il avait prié la SNCF de se mettre au travail pour implanter une deuxième ligne, le TGV Atlantique, qui relierait Paris à Bordeaux en trois heures.

### LES PRÉMICES

La conception du TGV remonte à 1967. La SNCF imagine alors un train mù par des turbines à gaz, le TGS. En 1972, elle développe son TGV 001, et en 1974 son RTG. Mais la crise pétrolière éclate, et la SNCF choisit définitivement la traction électrique.

Le 26 février 1981, un prototype de rame TGV bat le record du monde de vitesse sur rails: 380 km/h; le précédent record, 331 km/h, tenait depuis 1953. La tentative n'avait pas d'autre but que tester la sécurité du nouveau train: on ne dépasserait pas 260 km/h en service commercial (270 un peu plus tard). Ce record a été battu par les allemands, avant de revenir en France grâce à une rame Atlantique qui a pulvérisé le 500 à l'heure (515,3 exactement).

### UNE LIGNE SPÉCIALE

Un train très rapide, c'est une chose. Encore faut-il qu'il atteigne la vitesse pour laquelle on l'a conçu, même s'il emprunte aussi (mais moins vite) les voies ordinaires pour s'insérer dans un réseau national. Il fallait donc construire une voie d'une conception nouvelle, entièrement clôturée, sans passages à niveau, avec des courbes très amples, et qui évite les agglomérations. Question de sécurité. Le gouverne-



ment français en décide en 1974.

Le 22 septembre 1981, de Saint-Florentin à Sathonay, la ligne nouvelle couvre 301 kilomètres. Plus tard, on en pose également 116 kilomètres de Combs-la-Ville à Saint-Florentin. Et le trajet Paris-Lyon est de ce fait ramené à 2 heures tout rond.

### UN VÉRITABLE RÉSEAU

Grande vitesse sur les lignes nouvelles, vitesse "ordinaire" sur le réseau traditionnel: le TGV a cet atout inestimable de ne pas vivre "en pa-

rallèle". Il peut desservir toutes les villes qui possèdent une gare. Le PSE en relie 11 en 1981, et 56 une dizaine d'années plus tard. Il traverse toute la France, de Lille à la Méditerranée. Et sa ligne nouvelle de 417 kilomètres est la colonne vertébrale d'un véritable réseau qui couvre un quart de la France et une partie de la Suisse.

Ce qui fait son succès. Le 27 février 1986, il fête son 50 millionième voyageur. Et le 29 mars 1989 son 100 millionième. Sur des liaisons comme Paris-Genève ou Paris-Montpellier, parcourues pour une bonne part en vitesse ordinaire, la fréquentation en vient à doubler, voire à tripler !

### L'ATLANTIQUE

C'est encore le président Mitterrand qui annonce en 1983 la construction d'une ligne Atlantique. Les premières voies sont posées le 1<sup>er</sup> juillet 1987 et l'électrification commence le 7 octobre 1988. L'inauguration a lieu le 20 septembre 1989, présidée par Michel Rocard, Premier Ministre de l'époque. Et 4 jours plus tard, la ligne est en exploitation commerciale.

Aujourd'hui, on prépare le TGV provençal et une ligne Est, tandis que les travaux de la ligne Nord se poursuivent à grand train.



## DU PORPHYRE BELGE pour le TGV français

### LE TGV FRANÇAIS EN CHIFFRES

"La Vie du Rail" n° 2313, du 3 octobre 91, donne quelques chiffres que nous reprenons ici.

#### 180 millions:

c'est le nombre total de voyageurs qui ont pris le PSE jusqu'ici. Avec l'Atlantique, la SNCF dépasse le cap des 200 millions.

#### 33 millions:

nombre total de voyageurs TGV en 1990; le PSE s'en adjuge 20,6 millions.

#### 327 millions:

voilà le nombre de kilomètres parcourus en 10 ans par toutes les rames TGV.

#### 88:

ici nous totalisons les villes desservies par un TGV; on peut même parler de 99 en saison de sports d'hiver.

#### 207:

la SNCF possède 207 rames TGV; 108 (dont 2 rames postales) sont affectées au PSE, et 99 à l'Atlantique.

#### 80 %:

ce remarquable taux d'occupation est celui du PSE en 1990. ■

*La SNCF a eu besoin de nous. Elle construit sa ligne TGV Nord à grande vitesse. Elle absorbe d'énormes quantités de ballast. Enormes au point de dépasser les possibilités des carrières de la région. La Belgique fait l'appoint. C'est Quenast qui fournit. Et la SNCB met des wagons à disposition.*

Tracez autour d'une carrière un cercle d'un rayon de 200/250 kilomètres. Vous avez ainsi déterminé la zone dans laquelle elle peut espérer vendre ses produits. Au-delà de cette distance, le transport coûte démesurément plus cher que le produit lui-même. Et le client cherche un autre fournisseur.

Or, la ligne à grande vitesse (LGV) que la SNCF construit entre Paris et la Manche peut s'approvisionner dans les carrières de l'Île de France. Mais les besoins sont considérables: 35 à 70.000 tonnes par semaine, car la couche de ballast pour une ligne à grande vitesse est sensiblement plus épaisse que pour une ligne ordinaire et la SNCF met les bouchées doubles. La matière ne manque pas en Île de France, mais la capacité de production est insuffisante. Quenast fera l'appoint jusqu'en janvier 93.

### LE GRATIN DU BALLAST

C'est le porphyre qui convient le mieux pour le TGV. Il est particulièrement dur et compact; de ce fait, il résiste très bien aux chocs et au frottement. Le porphyre, au fond,

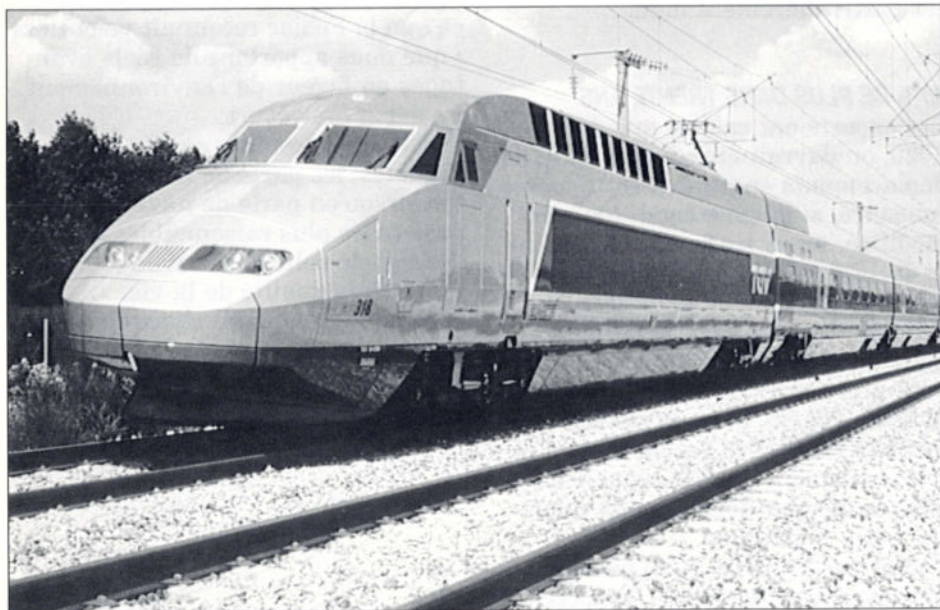
c'est le gratin du ballast. Gralex - la société qui exploite Quenast - a choisi cette carrière pour honorer le contrat de 300.000 tonnes en un peu plus d'un an. Le porphyre est extrait dans une ancienne cheminée de volcan, exploitée depuis le début du XVème siècle. Il est broyé de manière à atteindre un calibre de 25/50 mm. Et en bout de production, après une série de contrôles très sévères, il est chargé dans une station toute neuve, et prend, par trains complets, la direction des chantiers du Nord français.

### APPUI LOGISTIQUE BELGE

Il fallait des wagons-trémies pour transporter en vrac ce ballast de haute qualité. La SNCB en a mis en construction, pour ses besoins lorsqu'elle posera la couche de ballast sur ses lignes à grande vitesse. Pourquoi ne pas les rentabiliser dès maintenant ? Négociation, accord, contrat: nos wagons entrent dans le pool de 1.400 unités que la SNCF utilise pour son approvisionnement. Le contrat de Gralex n'est pas lié à cet apport de wagons. Mais cet appui logistique fourni par notre entreprise a certainement simplifié la vie de nos collègues français.

### BEAUCOUP DE BON

Pour la coopération internationale des réseaux ferroviaires, c'est un nouveau signe de vitalité et d'entente très cordiale. Et pour Quenast, c'est un événement: un premier contrat pour les chemins de fer français; une nouvelle station de chargement ferroviaire, très moderne, avec surveillance vidéo; et une expérience qui portera sûrement des fruits lorsque la SNCB, à son tour, passera des commandes de ballast LGV. Pour le chemin de fer en général, c'est une nouvelle preuve de dynamisme et de savoir faire. Beaucoup de bon, en somme. ■



## MOBILIS FAIT DES VAGUES, la mobilité nouvelle inquiète

Présentées à la presse le 9 janvier, une semaine avant l'ouverture du Salon de l'Auto, les conclusions de l'étude Mobilis, réalisée par la Febiac (fédération des constructeurs automobiles) a provoqué un certain nombre de remous. Certaines conclusions - non écrites mais énoncées clairement au cours de la conférence de presse - ont réellement stupéfié certains commentateurs. La SNCB a réagi: le matin du 10, Antoine Martens remettait les pendules à l'heure dans un débat radio avec le promoteur de l'étude, le professeur Blauwens.

En cause: un petit raisonnement de la Febiac. "Les transports en commun ne couvrent qu'un tiers de leurs coûts. Le pouvoir les subsidie chaque année à concurrence de 90 milliards. Multiplions par 3 le prix du transport en commun, nous économiserons ces 90 milliards et nous pourrions mener une politique sociale mieux adaptée aux besoins". Et ce n'est pas tout. "Lorsque 1 Belge prend un transport en commun, 7 autres se déplacent en voiture. Et dans leur état actuel, les transports en commun auraient bien de la peine à transporter, en plus, ne fut-ce que 20 % de ces automobilistes qui auraient changé d'avis".

### TROIS FOIS LE PRIX ?

La proposition de multiplier par 3 le prix du transport en commun est couplée à une augmentation de 300 à 400 F de la taxe journalière de parking dans les cinq grandes agglomérations du pays. Le ton est donné. La Febiac parle des problèmes de mobilité dans les grandes villes. Elle estime que les navetteurs - c'est bien d'eux qu'il s'agit - devraient abandonner la voiture dans de grands parkings en bord de ville et gagner le centre en utilisant un moyen de transport public: 3 ou 400 F de parking par jour ouvrable, cela porte les frais mensuels entre 6 et 8.000 F. Selon le professeur Blauwens, le transport public à 300 % de son prix actuel, pourrait être encore attractif. A-t-on estimé les effets d'une telle augmentation de prix ? Non. Ce serait l'affaire d'un complément à l'étude. Nous n'avons pas davantage fait le calcul. Mais une chose est sûre: il faudrait s'attendre à une diminution sensible de la clientèle, à l'inverse de la croissance que nous constatons et que nous entendons bien soutenir.

### UN CONTRE SEPT ?

Que le transport en commun ne prenne en charge qu'un voyageur pendant que sept autres roulent en voiture, c'est un peu vite dit. Prenons le cas de la région de Bruxelles, qui offre 600.000 emplois. Les statistiques de l'INS indiquent que près de 300.000 personnes qui y travaillent résident dans la région même. Chaque jour, donc, un peu plus de 300.000 personnes rejoignent Bruxelles pour y exercer leur activité professionnelle. Une étude réalisée en 1987 précise que des 314.000 navetteurs recensés, 198.000 habitent dans un rayon de moins de 30 km, 115.000 et quelques au-delà. Du premier groupe, nous transportons environ 20 %. Mais nous amenons dans la capitale 56 % de ceux qui habitent le plus loin. En moyenne, nous prenons en charge près de 35 % de ces 314.000 navetteurs, tandis que (toujours selon la même étude) 43 % font le déplacement en voiture. Nous sommes donc loin de l'équation "un contre sept" dans l'agglomération bruxelloise, où le problème de la mobilité est particulièrement aigu.

### 50 % DE PLUS DANS TRENTE ANS

Les experts ont calculé que d'ici 2020, on devrait enregistrer 35 % de déplacements en plus. A cette même échéance, si aucune condition n'est modifiée, notre trafic aura augmenté de 17,8 %. Ces précisions, nous les trouvons dans le plan Star 21. Et le même document détaille la ligne dans laquelle il faut travailler pour améliorer ce score et dépasser la barre des 35 %: les investissements à réaliser et les mesures d'accompagnement que les autorités publiques doivent décider pour valoriser notre technique. Parmi ces dernières, une politique renouvelée d'aménagement du terri-

toire. Il faut apporter une attention particulière aux quartiers qui entourent les gares. En commercialisant les terrains inoccupés, en attirant des entreprises, commerces, hôtels, centres à fonction publique et en rénovant l'habitat, pour densifier ces quartiers et, par là même, limiter fortement le transport terminal avant ou après le voyage en train pour un certain nombre de voyageurs.

Puisque l'emploi est un mobile majeur des déplacements quotidiens, il faut subordonner l'implantation de nouveaux zonings à leur accessibilité par les transports publics. Autre type de mesure: la déductibilité des frais engagés pour se déplacer à des fins professionnelles. Un déséquilibre existe toujours à cet égard, et c'est l'automobiliste qui en tire avantage. Traitons les deux modes de transport à égalité et l'usage du transport en commun deviendra plus attractif en même temps que le flot de voitures qui encombrant les agglomérations diminuera.

Des mesures bien pensées agiront sur les mentalités, et à terme, ce n'est plus de 17,8 % que notre trafic augmenterait, mais de 50 % !

### LE DÉBAT EST OUVERT

La Febiac s'intéresse bien sûr au marché sur lequel ses membres sont actifs. Et nous défendons les intérêts de notre activité en ajoutant - ce que la Febiac reconnaît volontiers - que nous apportons de réels avantages en faveur de l'environnement. Le débat est ouvert. Il doit se poursuivre sur des bases réalistes: les parts de marché exactes lorsqu'on parle de navettes, les projets les plus raisonnables quand il s'agit de politique sociale et de défense de la qualité de la vie. A ce point, c'est d'un choix de société qu'il s'agit. ■