



La SNCF défend le TGV « Inoui »

Lundi, Guillaume Pepy, patron de la SNCF, a défendu le nouveau nom du TGV, « Inoui » qui désignera désormais les trains premium. Cette appellation inattendue a été choisie en concertation avec des voyageurs, assure-t-il pour justifier ce choix.

La SNCF défend son TGV « InOui », un nom choisi par les voyageurs

Guillaume Pepy, dirigeant de l'entreprise publique, tente de calmer la bronca et les railleries après deux jours de critiques sur le nouveau nom pour ses trains à grande vitesse.

VALÉRIE COLLET @V_Collet

TRANSPORT L'opération de « déminage » a eu lieu lundi à la gare Montparnasse, à Paris. C'est de ces quais que les premières rames siglées « InOui » partiront le 2 juillet pour l'inauguration de la ligne Paris-Bordeaux. Pendant tout le week-end, la nouvelle marque, révélée vendredi soir par la presse, a fait l'objet de violentes critiques et de moqueries. Le petit pantin au bonnet bleu à grelot Oui-Oui était souvent détourné sur les réseaux sociaux, tout comme les esquimaux Inuit...

À la gare Montparnasse, les rames étaient déjà là, avec leur nouvelle livrée blanche et ce drôle de logo InOui qui peut se lire à l'en-droit comme à l'envers. Les agents de la SNCF prenaient la pose le temps d'une photo devant le nouveau logo tout en reconnaissant avoir été « surpris » par le nom choisi.

Mais Guillaume Pepy, président du directoire du groupe SNCF, ne compte pas renoncer pour autant au baptême de ce service TGV qui jusqu'à présent « n'avait pas de nom », contrairement à Ouigo, sa version low-cost née il y a quatre ans. « La SNCF a toujours cristallisé en bien ou en mal tout changement. Nous nous y attendions », a déclaré le dirigeant de la SNCF à propos du tollé déclenché par InOui.

Son argument imparable pour balayer les railleries ? « Les gens de marketing qui critiquent n'ont rien à dire, ce sont les clients



consultés qui ont choisi ce nom. On n'a qu'à écouter les clients ! »

La SNCF avait proposé OuiTGV à ces cobayes. « Ils ont dit que cela n'évoquait aucun changement et leur faisait penser à du low-cost », a argumenté Guillaume Pepy. Cela n'empêchera pas les Français de garder leurs habitudes. « On continuera à dire "Je prends le TGV, je suis dans le TGV"... », a rappelé le di-

Le président du directoire de la SNCF, Guillaume Pepy, sert la main d'un conducteur de train « InOui », lundi, à la gare Montparnasse.
STLAURE/GMAIL.COM

rigeant conscient que le TGV est en effet « l'une des cinq innovations préférées des Français. »

Arme de séduction

L'enjeu de ce nouveau nom est un chantier beaucoup plus important pour le groupe public. C'est un outil de remobilisation interne à l'heure où les projecteurs ont été mis sur les « trains du quotidien ».

C'est aussi une arme de séduction pour redonner envie aux voyageurs de choisir le TGV. En effet, le trafic du TGV s'érode depuis 2012. La SNCF a d'abord répondu avec des petits prix sur le TGV Ouigo. « C'est un fabuleux succès avec un taux d'occupation des rames de 90 % », souligne Rachel Picard, directrice générale de la branche qui coiffe le TGV. En 2020, Ouigo comptera 34 rames

contre 8 aujourd'hui et assurera 25 % du trafic grande vitesse. » Conséquence de ce changement, le site Internet, le nouveau nom du site voyages-sncf.com, s'alignera lui aussi sur l'ex-TGV et changera de nom pour devenir Oui.sncf.

Mais le TGV « classique » est souvent décrié pour ses prix trop élevés alors que la qualité de service ne s'est pas améliorée. InOui doit donc relever ce défi. Trois axes ont été définis. Tout d'abord, le confort des nouvelles rames et de toutes celles qui seront renouvelées d'ici à 2019. Ensuite, le numérique avec le Wi-Fi gratuit à bord. Enfin, les services à bord (contact direct avec le chef de bord, réservation de son repas éventuellement servi à sa place...). En gare, un voiturier se chargera même de trouver une place de stationnement à un voyageur en retard.

« Nous voulons transformer un transport banalisé en une expérience de voyage », résume Guillaume Pepy. Il fixe à son entreprise d'atteindre un taux de satisfaction de 95 % ! Il n'est pas question pour autant d'augmenter les prix, assure le dirigeant de la SNCF. « Nos prix ont baissé de 6 % en moyenne depuis deux ans », rappelle-t-il. Le groupe ferroviaire espère gagner 15 millions de clients supplémentaires sur InOui d'ici à 2020. Au total, l'ensemble du projet représente un investissement de 2,5 milliards d'euros pour de nouvelles rames et la rénovation des plus anciennes. ■