

# L'image des CFF: une démarche cohérente

Autor(en): **Weibel, Jean-Pierre / Huber, Uli**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Ingénieurs et architectes suisses**

Band (Jahr): **119 (1993)**

Heft 9

PDF erstellt am: **25.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-78033>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

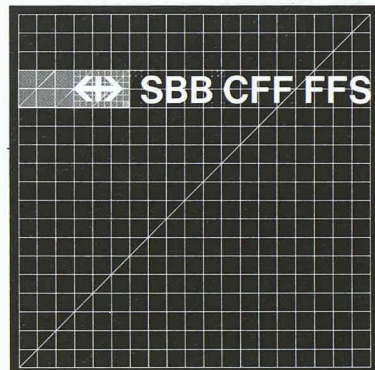
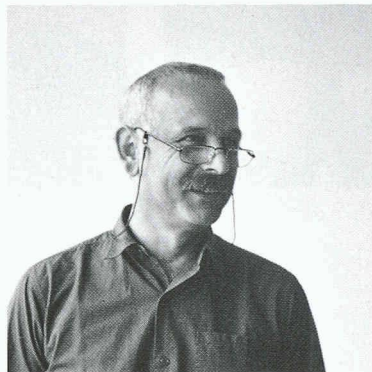
## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# L'image des CFF: une démarche cohérente

Introduction  
et interview:  
Jean-Pierre Weibel,  
rédacteur en chef

Le succès sans précédent des CFF dans la compétition des *Brunel Awards* 1992 n'est pas le fait du hasard, mais l'expression d'une approche globale dans toutes les interventions sur les aspects visibles des constructions et de l'exploitation ferroviaires. L'intégration de ces aspects visuels comme composante de tout projet est le résultat d'une volonté. Aux CFF, un homme incarne cette option: Uli Huber, architecte FAS-SIA-SWB.



## Uli Huber, architecte en chef

Il y a 20 ans que Uli Huber est entré aux CFF. Sa formation d'architecte a connu plusieurs paliers: apprentissage de dessinateur en bâtiment, ETS, EPF à temps partiel, travail comme assistant du professeur Jacques Schader, réalisation d'un projet à Saint-Aubin/FR, pour le compte du bureau Zweifel et Strickler, à l'issue d'un mandat d'étude confié à plusieurs architectes, puis fondation de son propre bureau.

Mais son désir d'appréhender un vaste horizon, de modeler l'ensemble des aspects visuels le conduit vers une grande administration, qui réalise des ouvrages importants – voire importants – et affranchit le créateur de nombre de détails pesants.

Le soin apporté à l'image des CFF constitue un moyen spectaculaire de promotion des transports publics et en particulier du rail. C'est dans cette optique, et en plus de ses responsabilités de maître d'ouvrage, que Uli Huber a dirigé la rédaction de documents de travail dont le but est de donner à tous les collaborateurs internes et externes concernés les éléments d'une image cohérente et attrayante de l'ensemble de l'entreprise.

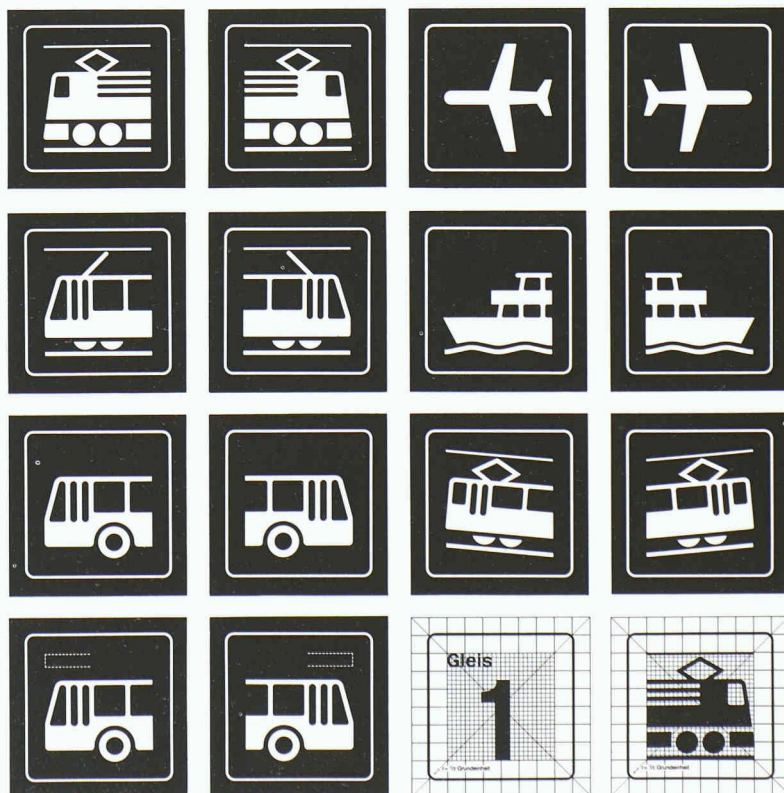
Cela commence par la signalétique, support de l'information donnée aux utilisateurs et au public en général. Graphisme et système d'information sont l'objet de deux manuels<sup>1</sup> qui en

définissent avec précision les principes et en illustrent en détail les applications les plus diverses. Il y a là un travail exemplaire de définition de *corporate identity*, dont nombre d'entreprises pourraient s'inspirer avec profit.

Les ouvrages d'art ferroviaires comptent parmi les réalisations les plus visibles dans nos paysages tant urbains que (plus ou moins) naturels. Pour faciliter leur intégration dans leur envi-

ronnement, les CFF ont récemment édité un recueil de directives concernant l'esthétique des ouvrages d'art de la régie<sup>2</sup>.

Le caractère didactique de cette brochure résulte des commentaires apportés à des exemples – aussi bien négatifs que positifs – illustrés par des photographies en couleurs et complétés par une annexe rappelant certains principes de base, comme le nombre d'or, le Modulor et la suite de

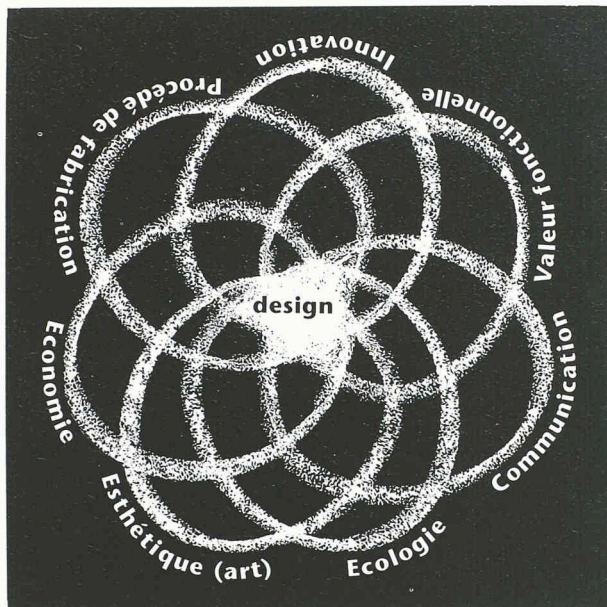


De la conception à la réalisation d'une signalétique cohérente. A noter: le sens de présentation des symboles indique au voyageur la direction à prendre

<sup>1</sup> *Graphisme CFF*, 2<sup>e</sup> édition, 1987; *Fahrgastinformationssystem (FIS)*, 1992; en français: *Système d'information aux voyageurs (SIV)*, 2<sup>e</sup> édition, 1993 (à paraître)

<sup>2</sup> *Directives concernant l'esthétique des ouvrages d'art des CFF – Instruction DT DG 40/92*, 1992





La position du design au centre du champ de forces des éléments influençant la création d'un produit  
Croquis Uli Huber

Fibonacci. On ne peut que souhaiter voir ce manuel trouver son chemin dans tous les bureaux d'étude.

Il faut voir dans les résultats des 4<sup>es</sup> Brunel Awards une retombée de ce soin apporté à l'image. Nous nous sommes entretenus avec Uli Huber pour mieux connaître l'esprit qui l'a inspiré dans cette quête de l'image de marque.

### Le design aux CFF

IAS: Que signifie pour vous le terme de «design» (qui n'a pas d'équivalent en français, pas plus du reste que le «Gestaltung» allemand)?

Uli Huber: C'est tout ce qui concourt à la création d'un produit, normalement destiné à être fabriqué en série. Le design intègre un ensemble de domaines, d'éléments, de facteurs, au centre desquels il se trouve (voir croquis). Ce terme est l'objet d'abus manifestes: n'importe quelle excentricité ou au contraire la création la plus banale sont affublées de l'étiquette design. On en oublie que la fonction, le procédé de fabrication, l'économie, l'écologie, la communication, l'innovation entrent dans l'acte du design, sans omettre bien sûr l'esthétique, voire l'art. Les écueils sont l'absence de style et l'adhésion à un concept momentané, alors que le choix de la meilleure solution du moment suppose une démarche prospective.

L'architecte se distingue du designer comme un bâtiment se distingue d'un produit; la tâche du premier est de construire un édifice, tandis que le second travaille sur des objets de série.

### Y a-t-il un design ferroviaire?

Il n'y a pas de designer ferroviaire, mais seulement un designer qui travaille dans le domaine du chemin de fer. Le design n'est pas en l'occurrence centré sur un produit concret, mais sur le but à atteindre et sur le public cible. Pour nous, il s'agit de donner des CFF une image sympathique, cohérente, moderne, sociale, écologique et économe dans l'engagement de leurs moyens, qu'ils soient propres ou provenant des collectivités publiques. Quels sont les points communs des objets des CFF distingués par les Brunel Awards?

C'est uniquement la qualité relevée, souhaitée par les CFF dans le choix des mandataires. Prenons par exemple la gare de Zurich-Stadelhofen: elle est l'œuvre de Calatrava. Cela est aussi vrai pour des réalisations plus anciennes: ainsi, c'est le professeur Fritz Haller qui, à l'issue d'un concours, avait été mandaté pour la construction du remarquable centre de formation des CFF au Löwenberg. Je dirais qu'il faut préférer la diversité à un haut niveau à la normalisation à un niveau peut-être modeste. Cela n'empêche nullement de donner une unité d'image au chemin de fer.

Comment vous expliquez-vous le succès des CFF à Madrid?

Au cours des dernières années, nous avons beaucoup appris des Anglais, des Danois et des Néerlandais, qui donnaient le ton dans le domaine du design ferroviaire. Nous nous sommes efforcés au professionnalisme, tout en donnant une grande liberté de choix aux créateurs. Mes collaborateurs –

au premier rang desquels on trouve le designer Ueli Thalman – et moi pouvons ainsi relever avec reconnaissance le large soutien que la Direction générale des CFF a systématiquement accordé à notre travail de recherche sur ce plan.

Et cela nous fait plaisir que ces distinctions nous aient été attribuées par un jury où la Suisse n'était pas représentée.

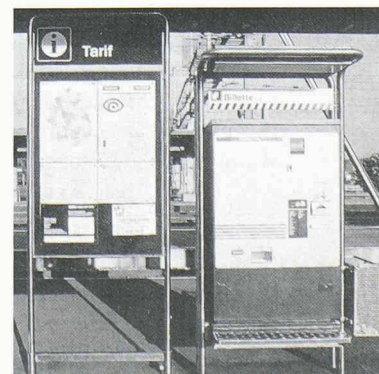
Comment concilier souci d'économie et bon design? Ce dernier coûte-t-il plus que la banalité?

C'est dans la mesure où le travail sur l'image est aussi une forme de publicité, que le budget destiné aux relations publiques y participe, ce qui permet de recourir occasionnellement à des artistes, par exemple.

L'image de marque que l'entreprise se forge ainsi peut contribuer efficacement à la dissuasion du vandalisme, donc à diminuer ses frais. En tant que recherche esthétique toutefois, le design en soi n'est lié à aucune dépense supplémentaire spécifique.

Dans le domaine de l'architecture, il est indissociable de l'activité créatrice; nous en bénéficions par le biais des concours que nous organisons, avec la volonté de restituer à la gare son côté ferroviaire affiché, comme par exemple à Zurich-Stadelhofen ou à Lucerne, et contrairement à Berne où plus rien n'indique qu'il s'agit d'une gare.

L'horaire des CFF est une autre occasion peu coûteuse de promouvoir cette image de marque maison en propageant à 300 000 exemplaires une couverture réalisée par un artiste.



L'application d'une signalétique cohérente recourt également au design pour la conception du mobilier qui en sera le support