VÖV UTP
Verband öffentlicher Verkehr
Union des transports publics
Unione dei trasporti pubblici

Evolution à moyen terme des prix et de l’assortiment

Consultation relative aux nouveaux produits TP

Adresse

Union des transports publics

Consultation «Evolution à moyen terme des prix et de l’assortiment»

Dählhölzliweg 12

3000 Berne 6

1. Contexte

Les transports publics suisses sont synonymes de haute qualité. C'est aussi pour cette raison que la demande ne cesse de croître, nécessitant une étendue de l'offre TP et son financement. A cet égard, toutes les parties prenantes – à savoir la Confédération, les cantons, les ET et la clientèle – sont appelées à participer au financement durable du système de TP. Les défis à relever vont augmenter en raison des discussions en cours au sujet du financement par les usagers et du financement de l'aménagement de l'infrastructure ferroviaire. Dans ce contexte, la question de la répartition équitable des charges financières dans le tarif gagne en importance.

C'est la raison pour laquelle un groupe de travail de l'UTP s'est attelé à l'élaboration des grandes orientations du développement de l'assortiment. La branche entend ainsi montrer en toute transparence la manière dont les offres peuvent évoluer sur une période longue, avec pour base des nouvelles possibilités de distribution. L'UTP entend maintenant soumettre ces grandes orientations à une large audition auprès des associations, partis et organisations intéressés, tout en poursuivant les travaux d'approfondissement.

Une fois le délai de consultation échu, à la mi-mai 2013, l'équipe de projet intégrera les prises de position dans la phase de concept global en cours.

2. Pourquoi devons-nous développer l'assortiment?

Sans développement de l'assortiment, les produits de transport nécessaires devront continuer d'être assurés par les produits existants sur la base de hausses des prix. L'assortiment actuel ne répond néanmoins plus à tous les besoins d'aujourd'hui. Du fait de l'absence de lien entre le Service direct et les communautés, certaines relations pendulaires ne peuvent plus être couvertes avec un abonnement adéquat. L'AG actuel couvre certes ces besoins, mais offre un prix fixe pour des prestations de transport très variées, ce qui contrevient au principe d'équité notamment en cas d'augmentations tarifaires supplémentaires. D'un autre côté, les clients occasionnels sont confrontés à des tarifs normaux élevés. Pour conserver au moins la répartition modale actuelle, il faudra faire appel à des rabais contrôlés durant les heures creuses et ainsi maintenir la demande à un niveau élevé dans le trafic de loisirs.

Un examen général de l'assortiment est donc nécessaire pour garantir à long terme la compétitivité des TP, indépendamment du niveau des prix.

3. Objectifs

La branche des TP entend à l'avenir offrir à tous les voyageurs des produits attrayants et sur mesure, en fonction des besoins individuels en mobilité. Elle prévoit donc de relier le Service direct et les communautés et de créer des assortiments pour promouvoir le trafic de loisirs. La vente axée sur les besoins en transport de la clientèle améliore aussi la vue d'ensemble de l'assortiment. Les TP suisses doivent être perçus par la clientèle comme équitables sur le plan des prix, transparents dans l'assortiment et simples d'accès. Pour la branche, il est important de stabiliser les coûts d'exploitation, malgré les nouveaux assortiments.

4. Une évolution plutôt qu'une révolution

La branche des TP souhaite offrir à tous les voyageurs des produits attrayants, adaptés à leurs besoins spécifiques et à un prix correct. A cet égard, les principes de base des transports publics demeurent inchangés. La haute qualité des TP suisses doit être maintenue en toutes circonstances. Le libre choix de la relation sans obligation de réservation sera conservé dans l'assortiment standard. Le système des transports publics suisses restera ouvert. Et les piliers de l'assortiment (nommément: AG et abonnement demi-tarif, abonnements communautaires, cartes journalières, cartes journalières des communes et tarif normal) existeront toujours.

Une amélioration de l'assortiment des abonnements et des billets individuels est néanmoins nécessaire. Les modifications représentées ci-après correspondent à un objectif à atteindre en plusieurs étapes.

5. Les abonnements couvrent toutes les zones de mobilité

Les abonnements sont destinés avant tout aux grands voyageurs. Ces derniers ont besoin d'une grande flexibilité de l'horaire, comprenant aussi l'utilisation durant les heures de pointe. On a renoncé à lancer des abonnements pour les heures creuses. L'objectif visé est une différenciation géographique et équitable des prix. Le client choisit où il se déplace, et paie un prix en fonction. Aujourd'hui, les seuls produits se situant entre le très apprécié abonnement général et les différents abonnements communautaires sont des produits de niches, offerts uniquement pour certaines relations (abonnements Inter) ou ne couvrant pas toute la chaîne de mobilité. Les nouveaux abonnements doivent combler cette lacune de l'offre à l'échelle suisse.

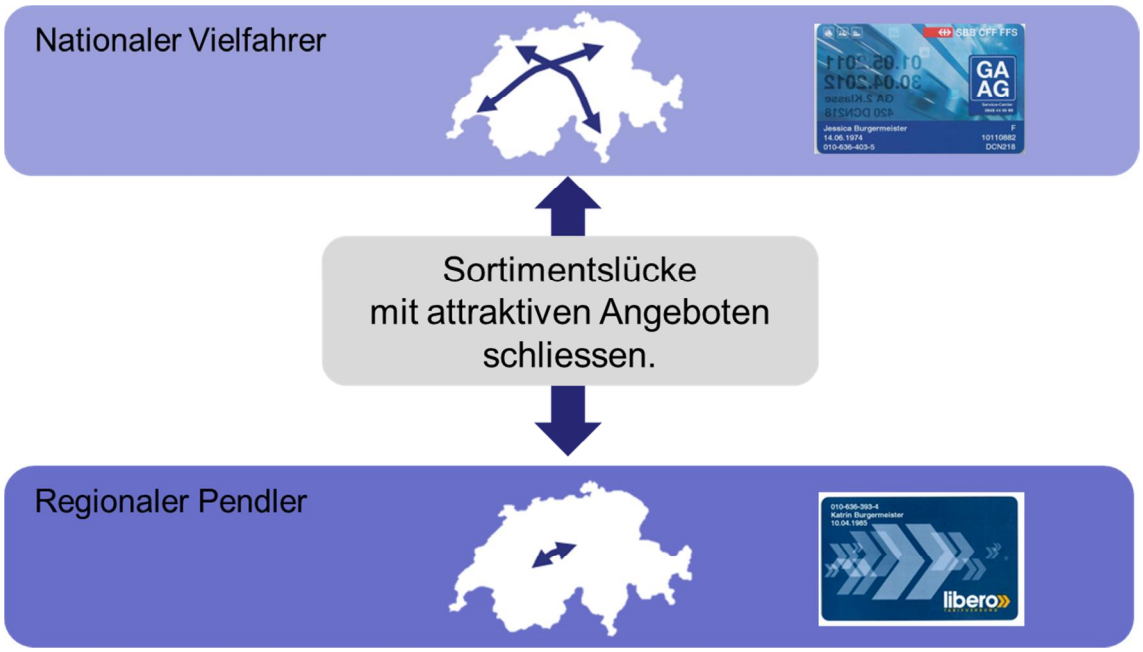

Illustration 1: Orientations abonnements

Les idées en cours d'approfondissement dans une phase de concept global sont les suivantes:

- offre à l'échelle suisse d'abonnements de parcours combinés avec des zones communautaires
- abonnement communautaire combiné avec des jours AG

Les nouveaux abonnements sont décrits en détail ci-après.

5.1. Abonnement de parcours combiné avec des zones communautaires

Avec le nouvel abonnement pour pendulaire, le client peut combiner un parcours défini en Suisse avec des zones communautaires. Il est donc désormais possible d'acheter un abonnement sur mesure pour une mobilité de porte à porte à l'intérieur d'une zone choisie. La clientèle ne perçoit plus la limite entres les communautés ni la différence dans les systèmes tarifaires des communautés et du Service direct.

Exemple pour un client avec abonnement de parcours/zones:

Notre client habite à Romont, travaille à Berne et passe volontiers son temps libre à Fribourg. En plus de son abonnement de parcours pour penduler, il utilise donc aussi les TP locaux de Romont, Fribourg et Berne.

Il achète un abonnement de parcours Romont – Berne ainsi que les zones de Romont, Fribourg de frimobil et la zone Berne du libero; pour l'ensemble, il paie un prix global et reçoit une carte.

Illustration 2: Modèle possible de mobilité pour abonnement de parcours combiné à des zones communautaires

5.2. Abonnement communautaire combiné avec des jours AG

En plus de son abonnement communautaire annuel, le client a la possibilité d'acheter un nombre défini de jours AG. Pendant la durée de validité de son abonnement communautaire, il peut donc effectuer des courses dans la zone de validité AG un certain nombre de jours. Les autres jours, l'abonnement a valeur de demi-tarif.

Exemple d'une cliente avec abonnement communautaire combiné à des jours AG:

Notre cliente habite et travaille à Berne, et se déplace régulièrement au sein de la communauté. Elle utilise principalement les transports publics locaux. Le week-end, elle fait volontiers des excursions en Suisse avec les transports publics.

Elle achète un abonnement communautaire libero pour les zones de Berne et le complément avec les jours AG.

Illustration 3: Modèle possible de mobilité d'abonnement communautaire combiné avec des jours AG

6. Les TP aussi attrayants en cas d'achat de billets individuels

Dans les titres de transport individuels, l'accent est mis davantage sur le trafic de loisirs. Le billet individuel «normal» valable dans tous les trains existera toujours. L'objectif est néanmoins de réduire le facteur dissuasif pour les voyageurs occasionnels tout en améliorant l'utilisation des capacités disponibles dans les TP. Parallèlement, l'adaptation en fonction de la saison des prix des entreprises de transport touristiques doit permettre de mieux maîtriser les fluctuations de la demande.

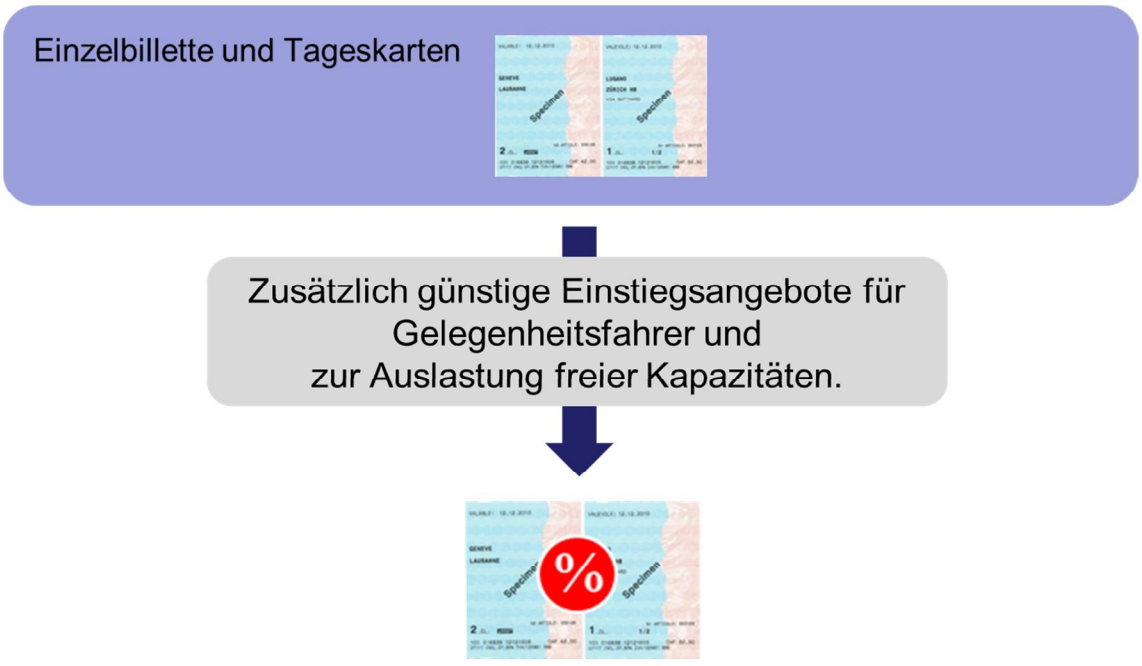

Illustration 4: Orientations billets individuels

Les idées en discussion sont les suivantes:

- billets et cartes journalières à prix réduit, contingentés
- tarifs saisonniers pour les entreprises de transport touristiques (durant les mêmes périodes dans toute la Suisse)
- billets dégriffés: titres de transport à prix réduit et liés à l'horaire dans l'assortiment permanent, contingentés

Les billets individuels actuels et nouveaux sont décrits en détail ci-après.

6.1. Billets et cartes journalières à prix réduit, contingentés

Des billets et des cartes journalières contingentés avec différents rabais sont proposés pour tous les tronçons et divers jours de la semaine. La réduction varie en fonction de la date d'achat. Les billets et cartes journalières contingentés peuvent être obtenus via tous les canaux de vente et sont aussi disponibles sans abonnement demi-tarif. Contrairement aux billets dégriffés, les clients peuvent choisir librement le train qu'ils prennent le jour donné, comme dans le tarif normal aujourd'hui.

Exemple de clients avec billets à prix réduit contingentés:

Nos clients souhaitent se rendre à Loèche-les-Bains. Ils utilisent rarement les transports publics et n'ont pas d'abonnement demi-tarif. Comme ils connaissent les dates exactes de leur voyage, ils s'y prennent à l'avance pour acheter un billet à prix réduit.

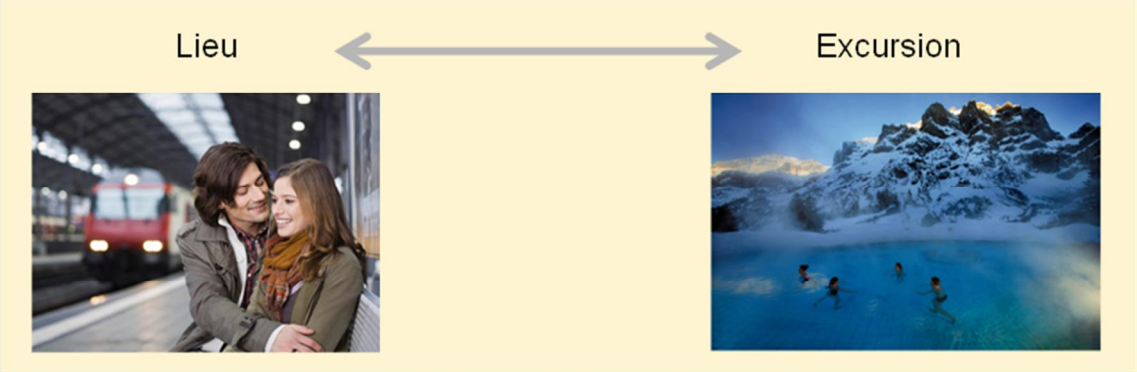

Illustration 5: Modèle possible de mobilité pour billets et cartes journalières à prix réduit, contingentés

6.2. Adaptation saisonnière du tarif normal pour les billets des entreprises de transport touristiques

Les entreprises de transport touristiques peuvent adapter les prix sur leurs tronçons en fonction de la saison (saison haute/basse). Des périodes uniformes avec des tarifs constants sont définis pour toute la Suisse. Suivant la saison, le prix de tous les billets individuels du tarif normal est adapté au niveau correspondant. Les exploitations touristiques peuvent ainsi éviter des surcharges en haute saison, mieux utiliser leurs capacités en basse saison et exploiter les ressources de façon équilibrée; la couverture des coûts augmente.

Exemple de clients avec tarifs normaux adaptés en fonction de la saison:

Nos clients souhaitent depuis longtemps faire une excursion sur le Jungfraujoch. Ils choisissent une date en octobre et peuvent ainsi profiter de prix nettement plus bas.

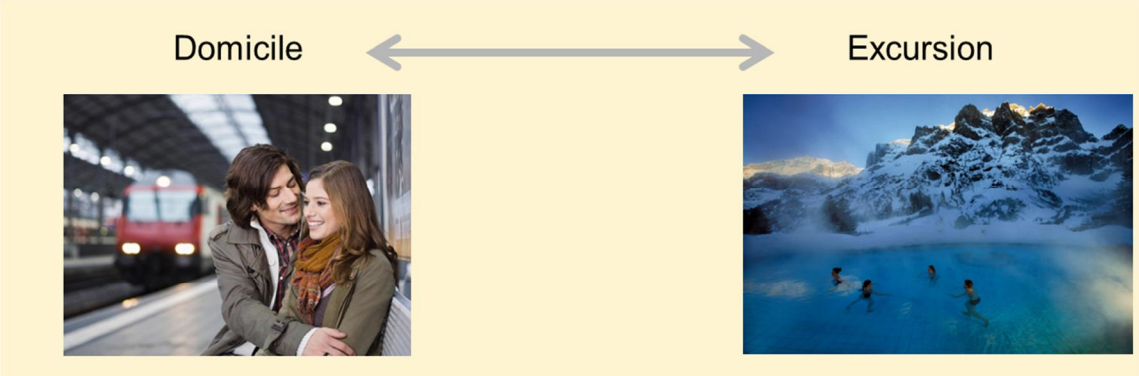

Illustration 6: Modèle possible de mobilité pour les tarifs adaptés en fonction de la saison

6.3. Billets dégriffés

Des billets liés à l'horaire et contingentés avec des rabais variant en fonction de la date d'achat sont proposés pour des tronçons définis. Les vagues d'actions actuelles vont être intégrées à l'assortiment permanent (http://www.cff.ch/abonnements-et-billets/billets-suisse/billets-degriffes.html). Cette offre s'adresse aux clients très flexibles en termes d'horaire et prêts à organiser leur voyage en fonction des offres les plus avantageuses. Elle ne vise que les relations avec capacités disponibles et permet d'atténuer les pics de la demande dans les TP.

Exemple de client avec billets dégriffés:

Notre client étudie à l'Université de St-Gall et planifie une excursion entre amis le week-end prochain. Il choisit une offre concrète liée à l'horaire et achète les billets à l'avance. Comme le voyage se fera en dehors des heures de pointe, il profite de prix très avantageux.

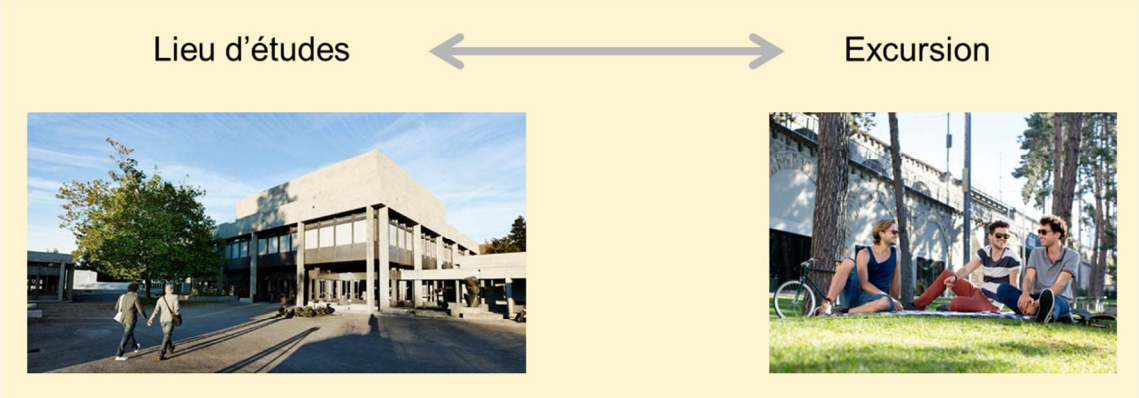

Illustration 7: Modèle possible de billets dégriffés

7. Prochaines étapes

Chacun des nouveaux produits doit encore être examiné en détail. Avant de décider du lancement des nouveaux produits, l'UTP tient à connaître votre avis au sujet des différentes propositions énoncées

Nous vous prions donc de bien vouloir nous faire part de votre appréciation en nous envoyant votre prise de position et en répondant au questionnaire d'ici au 15 mai 2013 à:

Union des transports publics

Consultation «Evolution à moyen terme des prix et de l'assortiment»

Dählhölzliweg 12

3000 Berne 6

Contact:
Roger Baumann, Communication UTP; roger.baumann@utp.ch, tél. 031 359 23 15

Pour obtenir le questionnaire sous forme électronique, veuillez envoyer un e-mail à l'adresse ci-dessus.

8. Questions de la consultation

Organisation: ……

1. Les prix des TP sont-ils aujourd'hui équilibrés entre les groupes de clientèle? Pour qui devraient-ils être relativement baissés ou augmentés? Veuillez cocher ce qui convient:

	moins cher	<<	inchangé	>>	plus cher
Segment d'âge	**--**	**-**	**0**	**+**	**++**
Les 16-21 ans					
Les 21-25 ans					
Etudiants (première formation)					
Etudiants (deuxième formation)					
Adultes					
Familles					
Aînés					

	moins cher	<<	inchangé	>>	plus cher
Type voyageur	**--**	**-**	**0**	**+**	**++**
Clients commerciaux					
Pendulaires					
Courses de loisirs					

	moins cher	<<	inchangé	>>	plus cher
Type de consommateur	**--**	**-**	**0**	**+**	**++**
Grands voyageurs voyageant plusieurs fois par semaine en trafic national					
Utilisateurs occasionnels Effectuant quelques trajets par mois en trafic national ou régional					
Petits voyageurs Effectuant quelques trajets par an					

2. Quel est votre avis général sur les réflexions menées par la branche au sujet d'un futur assortiment, conçu sur mesure pour des segments de clientèle précis?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....

3. Approuvez-vous les grandes orientations de l'évolution de l'assortiment? Dont les éléments clés sont:
   - système ouvert
   - Service direct
   - maintien des assortiments existants
   - différenciation géographique plus fine au niveau des abonnements
   - offres contingentées pour les billets individuels, les cartes journalières
   - renonciation à d'autres différenciations en fonction de l'heure

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Approuvez-vous les nouveaux produits d'abonnements:
   - abonnement de parcours combiné avec des zones communautaires
   - abonnement communautaire combiné avec des jours AG?

   Quels sont, à votre avis, le ou les facteurs de succès déterminants?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Approuvez-vous les nouveaux produits de billets individuels:
    - billets et cartes journalières à prix réduit, contingentés
    - tarifs saisonniers pour les billets des entreprises de transport
    - billets dégriffés?

Quels sont, à votre avis, le ou les facteurs de succès déterminants?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....

6. Avez-vous d'autres remarques ou suggestions concernant l'évolution de l'assortiment?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....