



zone directe

2 / 2019



Alliance
Swiss
Pass⁺



TP 4.0
connectés
à l'avenir
numérique



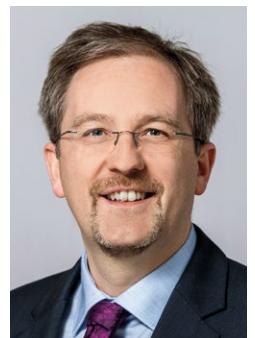
Sommaire

Éditorial	3
Helmut Eichhorn	_____
Prescriptions plus strictes, sanctions plus sévères	4
Les défis de la protection des données.	_____
Des droits identiques dans tous les TP	7
La Déclaration commune de protection des données entre en vigueur en 2020.	_____
Des données communes traitées uniformément	8
Réviser la Réglementation d'utilisation des données pour garantir la confiance des voyageurs.	_____
La branche des TP serre les rangs	9
La Convention 500, un signal fort.	_____
Nouveau nom, nouvelle adresse	12
Comment l'Alliance SwissPass vivra ses débuts.	_____
Moins d'entraves et un assortiment simplifié	14
Les TP veulent développer la palette de produits avec des prix globalement stables.	_____
Ticket de transport 2020	16
Huit protagonistes se retournent sur le programme.	_____
Radars à tendances: tout sur une même plateforme	19
Tendances, technologies et projets.	_____

Éditorial

Une année intense et riche en événements s'achève dans les transports publics, et avec elle se termine Ticket de transport 2020, lancé en 2017. Les retombées du programme de la branche ne se feront toutefois pleinement sentir qu'à partir de l'an prochain, si l'on ne tient pas compte de la billetterie automatique. Déjà en fonction, cette nouvelle forme de distribution témoigne des forces visionnaires et progressistes de la branche, ainsi que de l'étroite collaboration régnant entre le Service direct national et les communautés tarifaires. Cette coopération se révélera davantage au sein de l'Alliance SwissPass. Les mondes tarifaires du Service direct national et des communautés régionales se rapprocheront encore au travers de structures communes et d'obligations mutuelles, régies par la Convention 500, et ce afin de rendre les transports publics suisses encore plus simples, encore plus harmonisés et encore plus conviviaux.

C'est main dans la main que nous avançons: nous n'avançons pas uniquement vers un avenir toujours plus numérisé, pour lequel nous sommes bien équipés grâce à NOVA, la billetterie automatique ou la Déclaration commune de protection des données, mais nous nous dirigeons aussi vers un avenir empreint de besoins de la clientèle et de conditions-cadres en constante évolution, nécessitant d'autres armes. L'Alliance SwissPass constitue une excellente base à tout cela... et à un accès toujours plus aisé aux transports publics suisses.



Helmut Eichhorn
Directeur de
l'Alliance SwissPass

Prescriptions plus strictes, sanctions plus sévères

Quels défis la protection des données pose aux entreprises suisses.

À l'heure actuelle, marquée par la numérisation, les données occupent une place importante dans notre société. Une réforme substantielle de la législation européenne a accru la pression sur les entreprises suisses en promulguant des directives plus strictes en matière de protection des données. Lukas Bühlmann, expert du domaine, nous rapporte les dernières actualités, en quoi les entreprises de transport et communautés sont concernées et ce qu'elles doivent entreprendre.



Monsieur Bühlmann, somme toute, qu'est-ce que la protection des données, juridiquement parlant?

Lukas Bühlmann: Il s'agit du traitement de données personnelles dans le respect de toutes les bases légales existantes. Toute entité qui recueille ou utilise des informations pouvant être rattachées à des personnes précises n'a théoriquement le droit de le faire que dans le cadre des prescriptions du droit de la protection des données. Un point-clé est que chacun sache quelles données sont employées à quelles fins. Cela vise à empêcher les abus, et à ce que les personnes concernées soient en mesure de déterminer elles-mêmes qui a le droit de traiter comment quelles données.

Quelle évolution a connu le sujet au cours des dernières années?

La loi fédérale sur la protection des données en vigueur date du début des années 1990, soit d'une époque où Internet n'avait pas encore sa place dans nos ménages. La numérisation et la croissance fulgurante d'Internet ont ouvert les possibilités de collecter et d'employer des données de manière exponentielle. De plus en plus de modèles d'affaires réussis se fondent pratiquement uniquement sur le traitement de données personnelles. Les prescriptions légales, du moins suisses, ne sont pas parvenues à suivre le rythme de ces évolutions. Aujourd'hui, ce sont

toujours grosso modo les mêmes dispositions qu'il y a vingt ans qui s'appliquent.

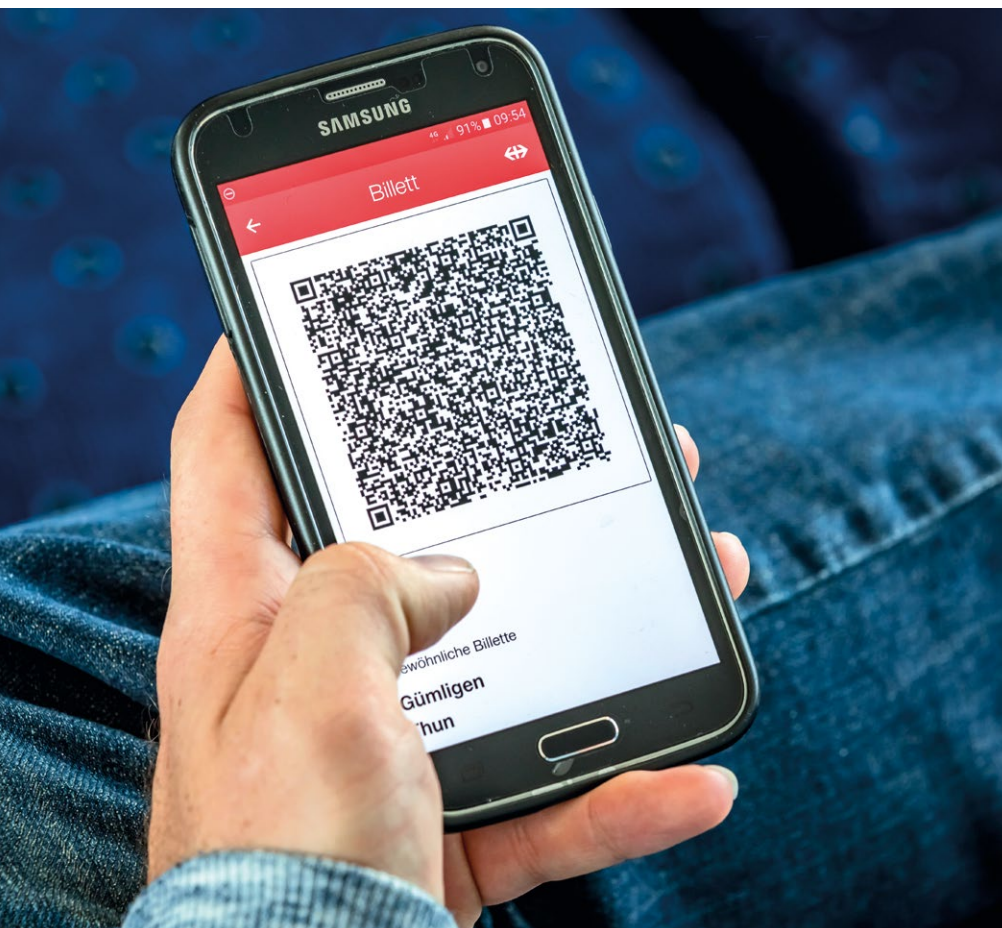
Cette situation est-elle sur le point de changer?

Des efforts sont entrepris partout sur la planète pour moderniser les prescriptions et les adapter aux défis de la numérisation. Non seulement ils conduisent à des textes plus stricts et au renforcement des droits des personnes concernées, mais offrent une plus grande sécurité juridique aux entreprises qui traitent ces données, en les guidant vers une utilisation légalement conforme des données personnelles.

Quelle est la situation dans l'UE? Quels changements s'y dessinent?

L'Union européenne a réagi à la numérisation plus rapidement que la Suisse. Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) s'applique depuis le 25 mai 2018 dans tous les États-membres. Le changement peut-être le plus radical tient aux sanctions financières drastiques qui peuvent être exigées en cas de violation de la protection des données. Ces derniers mois, des entreprises comme Google ou Facebook ont déjà dû payer des montants astronomiques. Par ailleurs, les prescriptions sont généralement devenues plus sévères et plus globales. Conformément au devoir d'informer, les personnes

Lukas Bühlmann est avocat et l'un des partenaires de l'étude Meyerlustenberger Lachenal à Zurich. En tant que chef du groupe d'experts Digital, Data Privacy & E-Commerce, il soutient des entreprises dans toutes les questions ayant trait à la protection des données. Grâce à leur expertise, son équipe et lui ont été largement engagés dans l'élaboration de la réglementation «Déclaration commune de protection des données» (DCPD) destinée aux entreprises de transport et communautés tarifaires.



concernées doivent désormais recevoir une longue liste d'informations. Autre exemple: les entreprises ne doivent plus seulement rédiger une déclaration de protection des données comportant ces informations, elles sont aussi tenues à de nombreuses autres obligations, telles que lister l'ensemble des processus lors desquels des données sont traitées. Pour les entreprises, cela représente une charge de travail considérable.

L'entrée en vigueur du RGPD a-t-elle aussi des retombées sur la Suisse?

L'un des principaux objectifs du RGPD est de faire appliquer les prescriptions au-delà des frontières européennes. Les entreprises n'ayant pas de filiales dans l'UE mais utilisant des données de citoyens européens sont également concernées. Cela vaut pour les sociétés suisses. De plus, si les entreprises orientent leur offre sur la clientèle de l'UE, elles doivent observer les dispositions du RGPD. L'emplacement du traitement des données et celui de la prestation fournie ne jouent aucun rôle. Enfin, le RGPD s'applique également, par exemple, lorsque le comportement de citoyens européens fait l'objet d'un traçage en ligne, c'est-à-dire lorsque le site Internet recourt à des cookies et autres outils de suivi.

La Suisse a-t-elle réagi à ces changements d'un point de vue légal?

Il est de notoriété publique que la Suisse adapte généralement ses lois aux prescriptions de l'UE. Cela permet de décharger les entreprises en affaire avec des clients ou des partenaires de l'UE et de réduire les obstacles au commerce. Ce sera également le cas en droit de la protection des données. Le Parlement modifiera les prescriptions fédérales pour qu'elles répondent à celles de l'UE et que le trafic international de données ne soit pas inutilement complexifié.

Comment évoluera alors le droit suisse?

On devine déjà aujourd'hui que bon nombre de prescriptions européennes seront reprises dans le droit fédéral. Des dispositions plus strictes et des sanctions plus sévères s'appliqueront à l'avenir chez nous aussi. Les sociétés doivent dès lors s'attendre d'une part à des charges plus élevées pour respecter le nouveau droit, et d'autre part à un risque plus important d'être sanctionnées en cas de violation.

Pourquoi les entreprises de transport et les communautés tarifaires suisses sont-elles soumises au RGPD?

Une bonne partie des entreprises de transport et des communautés sont assujetties au RGPD car elles axent leur offre sur des citoyens européens. Sur leur site Internet, les CFF offrent par exemple la possibilité aux Allemands d'acheter des billets. Le fait que le transport se fasse ensuite exclusivement sur le territoire suisse (p. ex. Zurich Aéroport – Zurich gare centrale) ne joue aucun rôle. En outre, le mandat légal du Service direct implique que les entreprises échangent quantité de données personnelles entre elles; les entreprises de transport soumises au RGPD doivent ensuite veiller à ce que leurs pairs observent les exigences du RGPD. Voilà pourquoi des réglementations de branche telle que la Déclaration commune de protection des données sont indispensables. C'est le seul moyen de garantir que les exigences minimales soient respectées de tous. Toutes les entreprises de transport et les communautés tarifaires sont dans une certaine mesure «dans le même bateau».

Que conseillez-vous aux entreprises suisses?

Pour beaucoup d'entreprises, respecter les prescriptions du droit de la protection des données n'est pas une sinécure. Leurs obligations peuvent être remplies intelligemment uniquement dans le cadre d'un projet de conformité clairement défini. Il est capital d'identifier les lacunes existantes, avant de prioriser, puis de prendre les mesures urgentes. Les entreprises doivent cependant garder à l'esprit que de tels projets ne sont pas uniquement synonymes de travail, mais qu'ils représentent également une chance d'exploiter le potentiel d'une utilisation plus rentable des données personnelles en leur possession, et ce aujourd'hui comme demain.



Billette
Billets
Biglietti
Tickets

Billette
Billets
Biglietti
Tickets

Billette
Billets
Biglietti
Tickets

Des droits identiques dans tous les TP

La Déclaration commune de protection des données entre en vigueur dans les transports publics en 2020.

Les transports publics ne sont pas épargnés par la problématique de la protection des données. Les voyageurs veulent savoir toujours plus précisément ce qui se passe avec leurs données. La branche des TP s'est alors prononcée en faveur d'une déclaration commune de protection des données devant être suivie par toutes les entreprises de transport et communautés tarifaires d'ici au 1^{er} janvier 2020.

La numérisation des transports publics progresse. À l'ère de la billetterie automatique et du SwissPass, il est de plus en plus facile pour les entreprises de transport et les communautés d'obtenir des données personnelles et partant de davantage connaître leurs clients. Parallèlement, la sensibilité des voyageurs au traitement de leurs données ne cesse de croître. En mai 2018, l'Union européenne a en outre promulgué son Règlement général sur la protection des données (RGPD). Il vaut pour tous les États-membres de l'UE, et concerne aussi les sociétés suisses puisque son champ d'application s'étend aux entreprises sises hors de l'UE dès lors qu'elles traitent des données personnelles de citoyens européens. La protection des données est ainsi devenue un sujet central pour la branche.

Créer des conditions-cadres transparentes et compréhensibles

Comme d'autres, la branche des TP a décidé d'agir face à ces changements. Des conditions-cadres sur la protection des données qui soient transparentes, compréhensibles et uniformes jouent un rôle capital pour attirer et préserver la confiance des voyageurs. D'autre part, le respect des différentes bases légales du RGPD est primordial afin d'éviter toute conséquence juridique négative. Au cœur du règlement européen se trouve la déclaration de protection des données que les entreprises doivent rédiger et mettre à la disposition de leur clientèle. Son élaboration est soumise à des exigences très élevées, en particulier vis-à-vis de la transparence. Tous les processus lors desquels des données

sont collectées doivent notamment être indiqués, de même que la manière dont celles-ci sont utilisées.

Dans ce contexte, le Comité stratégique du Service direct (StAD) et celui des communautés (StAV) ont décidé d'établir la réglementation Déclaration commune de protection des données (DCPD), comprenant des exigences minimales quant aux déclarations de protection des données propres aux entreprises et prescrivant ainsi indirectement des règles sur le traitement des données à caractère personnel. Toutes les entreprises de transport et communautés sont tenues de mettre en œuvre les dispositions de cette DCPD à partir du 1^{er} janvier 2020.

Approche uniforme de la branche grâce à la DCPD

Élaborée par un groupe de travail aidé d'experts en la matière, la DCPD est une réglementation. Elle ne sert pas uniquement de «mode d'emploi», mais assure un standard commun en définissant des exigences minimales pour le traitement de données personnelles, applicables à tous les participants au Service direct national. Par ailleurs, elle forme la base d'une position commune et d'une communication cohérente au sein de la branche, toujours relativement à la protection des données.

Le respect de la DCPD permet de faire preuve de transparence lors de toute activité en lien avec des données personnelles. Face à la transformation numérique que nous vivons actuellement, cette transparence est indispensable pour que les usagers des transports publics aient – et gardent – confiance en nous.

Des données communes traitées uniformément

Réviser la Réglementation d'utilisation des données pour garantir la confiance des voyageurs.

Quantité de données à caractère personnel sont générées et traitées dans les transports publics. Des changements récents tels l'entrée en vigueur de nouveaux textes de loi ou le lancement de l'Alliance SwissPass exigent de retravailler le règlement qui régit actuellement l'utilisation et en particulier la transmission de ces données. La révision vise à préserver la confiance qu'ont les clients envers les entreprises de transport et les communautés sur le long terme.

Les transports publics sans données numériques, c'est aujourd'hui impensable. Les données personnelles en particulier, celles qui peuvent être rattachées directement aux clients, sont devenues un objet de convoitise, sur lequel se fondent de nombreux processus et modèles d'affaires de la branche. L'utilisation de données à caractère personnel comporte cependant des enjeux considérables. Les entreprises dépendent de la confiance que leur accorde la clientèle, sachant que tout un chacun peut décider de limiter, voire d'empêcher complètement, le traitement de ses données, et ce sans devoir se justifier.

Entreprises de transport et communautés coresponsables

Les entreprises de transport et les communautés se partagent la responsabilité des données clients dont une grande majorité est enregistrée sur la plateforme de distribution NOVA, commune à toutes les sociétés de TP. Il va de soi que l'accès à ces données doit être régulé. Dans le Service direct national (SDN), la «Réglementation d'utilisation des données» (T615) définit l'utilisation des données à des fins de marketing. L'intermédiaire y est le principal utilisateur des données, soit l'entreprise qui a généré ou collecté les données principalement lors de la vente d'un titre de transport personnalisé. Les autres entreprises de transport et communautés peuvent employer les données du SDN uniquement dans un cadre restreint. On parle ici d'«utilisation élargie».

De récents changements demandent de revoir en profondeur ladite réglementation. Depuis sa publication, de nouvelles finalités sont apparues, par exemple en matière de statistiques ou de prospection du marché. Certaines innovations comme de nouveaux modèles de distribution fonctionnant sur la base de systèmes GPS créent des masses de données personnelles supplémentaires, lesquelles s'avèrent qui plus est plus sensibles. S'y ajoute un cadre légal devenu plus strict, notamment par l'entrée en vigueur du Règlement général européen sur la protection des données (RGPD). Enfin, une révision de la réglementation du SDN s'impose à cause de la nouvelle Convention 500 (C500) car celle-là aborde à peine l'utilisation des données clients des communautés.

Pérenniser la confiance de la clientèle

Depuis juillet 2019, la révision de la réglementation est dirigée dans un projet correspondant par Jonathan Keller (CFF). Il s'agit tout particulièrement de clarifier d'un point de vue juridique la transmission des données telle qu'elle a lieu dans les TP. Ce travail va de pair avec une analyse détaillée de la responsabilité commune («*Joint Controllership*»), complexe légalement parlant. Le but est d'établir une réglementation relative à l'utilisation dans les transports publics des données que les entreprises de transport, les communautés et d'éventuels tiers génèrent en vendant des prestations nominatives et traitent à des fins de marketing, de prospection du

marché, de développement des produits ou d'information à la clientèle. L'équipe de projet travaillera selon quatre axes:

- Analyse des réglementations existantes et réflexion sur les futures exigences posées au règlement
- Rédaction d'une nouvelle réglementation
- Définition de la place de la réglementation et des compétences
- Définition des impératifs techniques

Les comités stratégiques du Service direct et des communautés ont ordonné le projet le 12 juin 2019 avec comme échéance le deuxième trimestre 2020. Le planning est ambitieux, l'équipe de projet fera toutefois tout pour le respecter puisque les délais sont capitaux: utiliser les données avec un certain flou comporte des risques et peut mettre à mal la réputation de la branche. Celle-ci doit avoir à cœur de mériter la confiance de la clientèle sur le long terme, afin de pouvoir profiter en contrepartie de ses données.

La branche des TP serre les rangs

La Convention 500 est un signal fort en faveur de la poursuite du développement des TP.

La nouvelle gouvernance de l'Alliance SwissPass prendra vie pour de bon le 1^{er} janvier 2020. Les entreprises de transport et les communautés collaboreront désormais plus étroitement dans cette structure d'organes commune. La collaboration est régie par la Convention 500, laquelle mise sur le développement et le travail de conception avec un accent systématique sur la clientèle.

«Pour le trafic longues distances, le trafic régional ainsi que le trafic local, les entreprises offrent en règle générale un seul contrat de transport au voyageur qui doit emprunter le réseau de différentes entreprises. Si le besoin en est avéré, elles sont tenues de proposer un service direct pour le trafic longues distances et le trafic régional. À cet effet, les entreprises établissent en commun des tarifs et des titres de transport.»

Loi fédérale du 20 mars 2009 sur le transport de voyageurs, art. 16, al. 1 et 2

Le Service direct national (SDN) suisse se fonde sur une disposition de la loi sur le transport de voyageurs selon laquelle

les entreprises de transport sont tenues de collaborer entre elles.

La possibilité offerte aux voyageurs d'emprunter n'importe quel moyen et entreprise de transport avec un seul contrat de transport – soit un seul billet – rend le système des transports publics suisses unique au monde. Les principes de cette action commune d'entreprises en concurrence mutuelle au bénéfice de la clientèle sont définis dans la Convention 510 (C510). En vertu de celle-ci, les entreprises de transport du Service direct prennent les décisions relatives aux tarifs et à l'assortiment, à la distribution, à la répartition des recettes ou aux standards dans le cadre d'une structure d'organes dont l'entité suprême est l'«ensemble des participants au Service direct».

Les communautés tarifaires constituent le pendant du Service direct national au niveau régional. Elles proposent elles aussi aux voyageurs un tarif commun à plusieurs entreprises de transport pour une région déterminée, leur structure est donc similaire à celle du SD national. La grande différence: elles ne découlent pas d'une exigence légale, mais

elles agissent sur commande des cantons ou de la Confédération

qui assument le risque financier. Actuellement au nombre de 17, les communautés tarifaires et de trafic se sont réunies au sein de l'«assemblée des communautés» afin de mieux se coordonner sur les sujets qui leur sont communs. Les détails organisationnels de cette collaboration sont définis dans la Convention 551 (C551).

Ces deux univers tarifaires se regroupent à partir du 1^{er} janvier 2020. La Convention 510 et la Convention 551 seront abrogées à la fin 2019 pour faire place à la nouvelle Convention 500. Toutes les compétences qui incombent jusqu'à présent aux organes du Service direct ou du secrétariat des communautés «ct-suisse» dans le cadre respectif de la C510 et de la C551 sont dorénavant attribuées à la nouvelle organisation de la Convention 500:

l'Alliance SwissPass

Qu'est-ce que cela signifie pour les entreprises de transport, les communautés et la clientèle? Tout d'abord: rien ne change pour le moment dans les systèmes tarifaires national et régionaux des transports publics, car les compétences

en matière de formation des prix et de l'assortiment au sein des communautés, qui se reflètent dans les tarifs régionaux, continuent d'incomber aux différentes communautés et aux commanditaires.

Les conditions-cadres souveraines de la C510 et de la C551 sont réunies dans l'Alliance SwissPass.

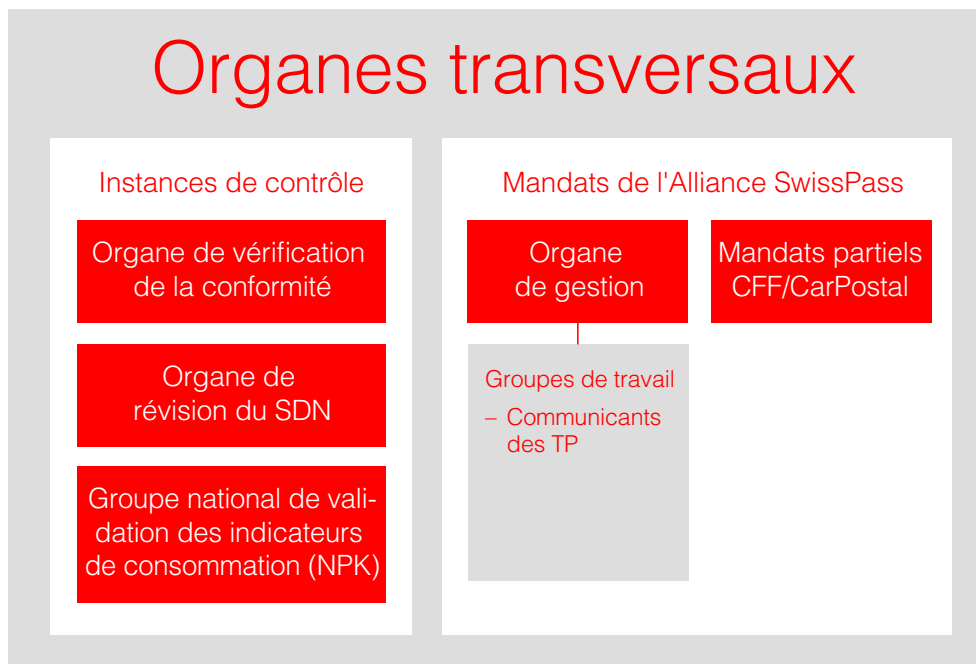
Cela permet à la branche de s'harmoniser et de s'uniformiser au bénéfice de ses clients.

Combien de temps une carte journalière est-elle valable? Jusqu'à quelle taille un chien peut-il voyager gratuitement? Quand peut-on transporter gratuitement une poussette? Des règles telles que celles-ci seront désormais valables uniformément sur toutes les lignes de transports publics. En outre, les évolutions, par exemple en ce qui concerne l'assortiment ou les canaux de distribution, pourront être mises en œuvre de manière plus efficace et coordonnée.

Tous les objets seront élaborés et décidés dans une structure d'organes commune aux entreprises de transport et aux communautés. Les organes suprêmes respectifs de l'ancienne gouvernance qu'étaient l'ensemble des participants au Service direct et l'assemblée des communautés sont repris. Juste en dessous se place le nouveau Conseil stratégique, résultat de la réunion des Comités stratégiques du Service direct (StAD) et des communautés (StAV), et auquel quatre commissions sont rattachées. Tous les organes sont subdivisés en trois secteurs: «TP», «SD national» et «Communautés». Tous les membres de l'organe concerné présents ont cependant toujours le droit de codécision.

La Convention 500 représente un signe fort de plus en vue de poursuivre le développement des transports publics, car elle mise sur le développement et le travail de conception dans les transports publics. La C500 est un signal important qui montre que la branche resserre les rangs, et ceci en mettant toujours l'accent sur la clientèle.

Ensemble des participants au SDN



SDN = Service direct national

Instances de contrôle

L'organe de révision, qui contrôle toutes les recettes et dépenses des entreprises de transport et des communautés dans le Service direct national, est repris des structures du SD. Il révisera toujours tous les flux financiers selon les Prescriptions 512.

Le groupe national de validation des indicateurs de consommation (NPK) est repris des structures des communautés de transports publics. En tant qu'État-major, il réalise des expertises de la répartition des recettes, mène des discussions sur les méthodes et apporte son soutien pour la répartition des recettes au sein des différentes communautés.

L'organe de vérification de la conformité est nouveau et validera le respect, au sein de l'Alliance SwissPass, des prescriptions de gouvernance ordonnées par la Convention 500. Cet organe neutre, composé de trois collaborateurs d'entreprises de transport et de communautés, sera soutenu à l'externe dans sa tâche par le bureau zougais Compliance Group.

Assemblée des communautés

Conseil stratégique

Organes de la branche

Commission Marché (KoM)

- Groupes de travail
 - Clés de répartition titres de transport forfaitaires du SDN
 - Développement de l'assortiment
 - Bagages
 - Commercialisation
 - Organe Incoming du STS
 - Dispositions tarifaires communes
 - Communautés

Commission Distribution (KoV)

- Groupes de travail
 - Review Board POR InTicket
 - Sounding Board DaX
 - Groupe d'expérience Contrôle
 - Experts financiers P512
 - Prescriptions de présentation
 - Lutte contre les abus et billetterie automatique

Commission Infor- mation à la clientèle Trafic (KKV)

- Groupes de travail
 - P580 – FIScommun
 - Groupes de travail temporaires

Commission Systèmes IT (KIT)

- Groupe de travail
 - KIDS

Commission Marché (KoM)

La commission Marché réunit les anciens organes «commission Marché Voyageurs» (KMP) du SD et «commission Dispositions tarifaires» (KTB) des communautés. Les thèmes tarifaires pourront ainsi être abordés de manière globale. Sur le plan du contenu, ce sont principalement les dispositions tarifaires communes selon le Tarif 600 qui sont concernées, par exemple les limites d'âge, les dispositions relatives au transport de chiens, de poussettes et de fauteuils roulants ou l'uniformisation de la désignation de produits avec une prestation identique. Ces conditions-cadres doivent avant tout faciliter la vie des usagers des transports publics.

Commission Distribution (KoV)

La commission Distribution réunit les anciens organes «commission Distribution Voyageurs» (KVP) du SD et «commission Distribution et services» des communautés. Elle s'occupe principalement de standards communs dans la distribution de prestations de transports publics, notamment concernant la présentation des billets, les éléments et logiciels de contrôle ou la billetterie automatique.

Commission Information à la clientèle Trafic (KKV)

La commission Information à la clientèle Trafic est reprise des structures du SD. Ses produits sont destinés aux entreprises de transport. La clarification des tâches avec d'autres organes de la branche actifs dans l'information à la clientèle n'est pas terminée, raison pour laquelle cette commission continue pour le moment de travailler sous la même forme et dans la même composition.

Commission Systèmes IT (KIT)

La commission Systèmes IT est également rattachée au Conseil stratégique sur le plan organisationnel et fournit aux trois autres commissions son aide et son expertise spécifiques en matière d'IT. En tant que commission transversale, elle les soutient dans les processus et émet des recommandations.

Nouveau nom, nouvelle adresse

Comment l'Alliance SwissPass
vivra ses débuts.

L'organe de gestion ch-direct a déménagé en décembre à la Länggassstrasse 7 à Berne. C'est là que l'Alliance SwissPass, regroupant à l'avenir ch-direct et ct-suisse, aura son siège. Ces changements impliquent de nombreux autres. Les collaborateurs disposent par exemple dorénavant de téléphones mobiles et d'une adresse e-mail @allianceswisspass.ch

La nouvelle gouvernance des transports publics, l'Alliance SwissPass, verra le jour pour de bon au début de l'année prochaine. Son organe de gestion commence déjà un mois plus tôt à travailler pour ses 250 entreprises de transport et ses dix-sept communautés dans un tout nouvel environnement.

À la Länggassstrasse 7 à partir de décembre

Le déménagement constitue le plus grand changement. Les bâtiments de ch-direct à la Thunstrasse 41 ont été vidés à la fin novembre. Parallèlement, l'organisation tarifaire nationale a investi de nouveaux locaux à la Länggassstrasse 7 (Berne), comprenant quelque

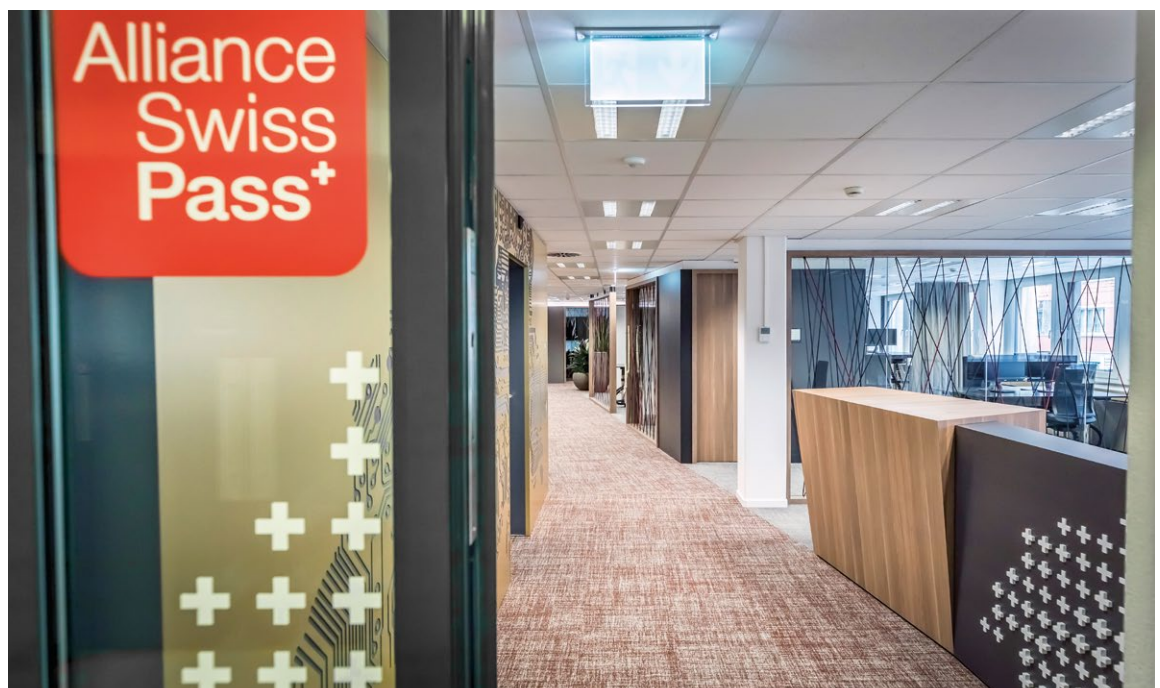
soixante places de travail et plusieurs salles de conférence. Puisque ch-direct devient l'Alliance SwissPass, les nouveaux bureaux ont été préparés pour la nouvelle organisation. L'adresse change en conséquence:

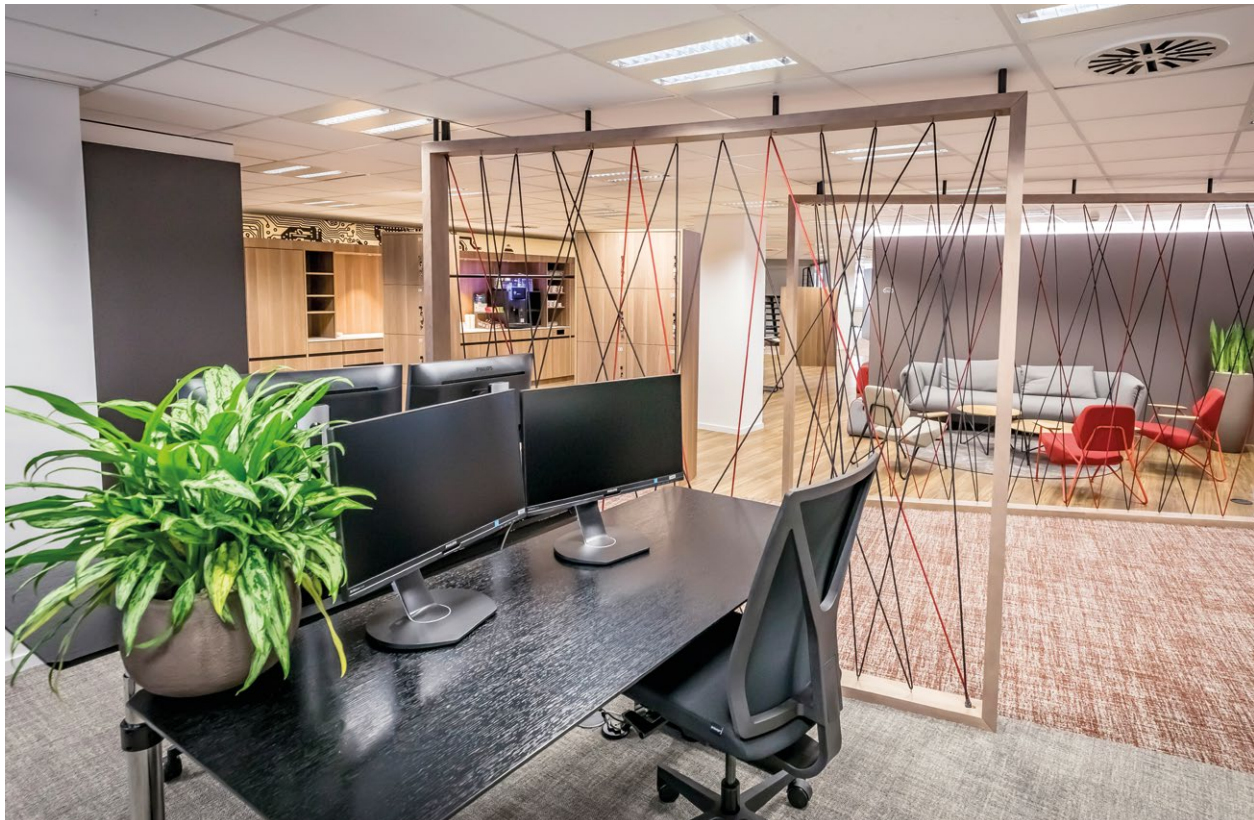
Pour la correspondance:

Alliance SwissPass
Länggassstrasse 7
3012 Berne

Pour les factures:

Alliance SwissPass
c/o ch-integral
Länggassstrasse 7
3012 Berne





Entité juridique de l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass, ch-integral se sera pas mis sur le devant de la scène, au contraire de la nouvelle organisation de la branche des TP, l'Alliance SwissPass.

Des numéros de téléphone mobile et de nouvelles adresses e-mail

La deuxième nouveauté importante concerne les données de contact des collaborateurs. L'organe de gestion est passé en octobre de la téléphonie fixe au mobile. Tous les collaborateurs sont désormais atteignables au moyen de numéros mobiles suivant le schéma «076 553 82 xx». Les numéros en «031» ont été mis hors service à la fin novembre 2019 – de même que le numéro de fax. Seuls quelques numéros de téléphone généraux restent attribués, dont le 031 359 22 40 à composer pour joindre la centrale.

Les adresses e-mail changent également: les collaborateurs de l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass possèdent de nouvelles adresses @allianceswisspass.ch. Les e-mails envoyés aux anciennes adresses @ch-direct.org continueront néanmoins d'arriver à destination dans un premier temps. Une liste disponible sur notre site Internet vous indique les nouvelles coordonnées de l'ensemble du personnel de l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass.

Le site Internet accessible en tapant allianceswisspass.ch

Pour terminer, le nom de domaine du site Internet mue lui aussi et passe de ch-direct.org à allianceswisspass.ch. Les couleurs virent au rouge de la nouvelle organisation, et certains contenus relatifs aux communautés sont intégrés.



Moins d'entraves et un assortiment simplifié

Les TP veulent développer la palette de produits avec des prix globalement stables.

La branche des transports publics se penche actuellement sur la future structure des prix et de l'assortiment. Dans ce cadre, l'accent est mis sur la conquête de nouveaux clients dans le trafic de loisirs et les relations à faible taux d'occupation grâce à la réduction des entraves à l'entrée et à une simplification généralisée de la palette de produits. Entrevue avec David Blatter, responsable du mandat partiel Prix et assortiment de l'Alliance SwissPass, qui s'exprime sur les plans de la branche, présente des mesures et évolutions concrètes et évoque le titre de transport du futur.



David Blatter dirige le secteur Management de l'assortiment de CFF Voyageurs et est responsable du mandat partiel Prix et assortiment. Il a obtenu un master en économie d'entreprise à l'Université de Berne, puis un doctorat consacré à la formation des prix. Depuis 2011, David Blatter a occupé différentes fonctions au sein du secteur Prix des CFF, qu'il dirige depuis 2015.

Monsieur Blatter, en mai 2019, le bruit selon lequel la branche des transports publics planifie notamment une augmentation significative du prix de l'abonnement général a eu un fort écho dans les médias et le public. Comprenez-vous ces réactions?

David Blatter: Je les comprends tout à fait, d'autant plus que les médias ont axé leurs articles et reportages sur des aspects critiques du point de vue de la clientèle. Il faut cependant garder à l'esprit un élément capital: toutes les orientations de la conception future des prix et de l'assortiment partent du principe que nous voulons assurer un niveau global des prix stable dans les transports publics.

La barrière magique du demi-million d'abonnements généraux en circulation a récemment été franchie. L'AG est-il malgré tout en discussion?

Une suppression de l'abonnement général n'est pas à l'ordre du jour. Des réflexions portent sur une plus grande différenciation de l'abonnement à moyen ou long terme. L'AG est aujourd'hui un produit destiné à la fois aux utilisateurs fréquents et aux clients l'employant pour leurs loisirs. Il est envisageable que l'AG soit à l'avenir plutôt orienté sur les premiers et qu'un «AG light» attractif soit introduit en contrepartie, par exemple en développant l'actuel abonnement Évasion. Il est néanmoins encore bien trop tôt pour annoncer quoi que ce soit à ce sujet. Des essais pilotes à large échelle avec les clients sont nécessaires avant que des décisions ne soient prises.

Nous sommes conscients que les adaptations du prix de l'AG touchent avant tout les personnes qui voyagent pour leur travail et ne peuvent être envisagées que si des solutions de remplacement utiles et meilleur marché existent.

La branche travaille actuellement globalement à la conception des prix et de l'assortiment des transports publics. Quelles sont les orientations visées?

Un axe stratégique important est la diminution des obstacles à l'entrée. Le levier le plus simple à actionner est le prix. De plus, nous voulons simplifier et développer l'assortiment. Avec le Service direct national et les communautés régionales, ce sont deux systèmes tarifaires différents qui cohabitent. Il s'agit de les repenser de façon à rendre les tarifs et les assortiments plus simples, compréhensibles et conviviaux pour les voyageurs.

Des mesures concrètes sont-elles déjà en œuvre ou dans les tuyaux?

En 2019, nous avons baissé la barrière à l'entrée pour les jeunes en leur proposant un abonnement demi-tarif à cent francs, et avons simplifié et harmonisé les offres avec l'abonnement seven25 valable sur tout le réseau AG. L'assortiment destiné aux groupes sera lui aussi fortement simplifié dès le prochain changement d'horaire, et nous élargirons l'assortiment dégriffé en 2020 en lançant le surclassement dégriffé et les billets dégriffés pour petits groupes. D'autres simplifications

sont prévues dans les produits pour enfants, pour les chiens et à l'égard de l'abonnement général.

Les mesures visent largement les jeunes. Pourquoi la branche se concentre-t-elle sur ce segment de la clientèle?

Les enfants et les adolescents sont nos futurs clients. Les transports publics veulent les conquérir jeunes, puis les fidéliser. Nous sommes prêts à investir dans ce segment avec des offres d'appel attrayantes. Les jeunes doivent grandir en utilisant les transports publics, faire connaissance avec le système et apprendre à l'apprécier dès le plus jeune âge.

Quel effet visez-vous en diminuant les entraves à l'entrée dans l'univers des transports publics?

Nous voulons tout d'abord conquérir des clients supplémentaires, principalement dans le trafic de loisirs et sur les relations dont le taux d'occupation est faible. Cela permettra d'améliorer la fréquentation globale. Les voyageurs doivent être guidés de la route vers les transports publics et des relations très fréquentées vers celles qui le sont peu. Des évaluations montrent que cela fonctionne bien au moyen d'offres dégriffées. De plus, avec les billets dégriffés pour petits groupes de trois à cinq personnes, nous allons lancer une offre qui augmentera sensiblement notre compétitivité par rapport à la voiture.

Des mesures sont-elles également prévues dans ou avec les communautés régionales?

Nous travaillons beaucoup et très bien avec les communautés de transports publics, notamment grâce à l'organisation commune Alliance SwissPass qui est en train d'être lancée. Les communautés misent sur un assortiment jeunesse attrayant, par exemple avec des rabais ou en introduisant des jours joker lors desquels les jeunes pourront bientôt emmener gratuitement un copain avec eux. Dans l'ensemble, nous aspirons à renforcer les liens entre les offres régionales et nationales, par exemple avec l'abonnement modulable qui permet de combiner de manière flexible des zones



de communautés avec des parcours régionaux ou longues distances du Service direct national. En sus, toujours plus d'entreprises de transport urbaines intègrent leurs réseaux au Service direct national. Les prochaines villes à le faire seront Bâle et Neuchâtel, en décembre, alors que Berne, St-Gall, Fribourg et Bienne suivront à la mi-2020. Il sera ainsi toujours plus facile d'obtenir des billets de bout en bout pour se rendre de A à B et nous nous rapprocherons encore de la vision «un voyage, un billet».

Le Conseil fédéral veut lui aussi renforcer les transports publics, raison pour laquelle il a récemment décidé d'une diminution du prix du sillon pour 2021. Les clients peuvent-ils espérer des baisses tarifaires?

Nous examinons actuellement comment et dans quelle mesure répercuter la baisse du prix du sillon. Nous en saurons plus au printemps. Outre la possibilité de redistribuer directement la baisse aux clients à travers les prix, il existe celle de soulager les cantons dans leur rôle de commanditaires des prestations de transports publics.

Dans quelles directions l'assortiment de titres de transport va-t-il évoluer ces prochaines années?

Les deux mondes tarifaires du Service direct national et des communautés régionales vont continuer à se rapprocher. Nous pourrions ainsi éviter des pièges pour la clientèle et éliminer les

incohérences de prix. Les clients doivent toujours être placés au centre de ce genre de réflexions. Par ailleurs, l'assortiment dégriffé et l'effet de guidage qu'il induit gagneront certainement en importance. Et enfin, l'assortiment deviendra nettement plus simple.

Quel rôle joue la billetterie automatique dans ces réflexions?

Elle apporte aux clients une spectaculaire simplification en leur épargnant de devoir se confronter aux différents tarifs. En parallèle, elle ouvre des possibilités inédites de développement des tarifs et de l'assortiment.

Ce mode de distribution de billets représente-t-il l'avenir? N'aurons-nous bientôt plus que des billets électroniques?

Cette tendance va se poursuivre. La part de billets vendus par la billetterie automatique ou d'autres applications continuera à croître. Ceci notamment parce que ces canaux de distribution deviennent toujours plus conviviaux et parce que de nombreux produits tels que la carte journalière Commune ou la carte multi-courses seront probablement eux aussi bientôt disponibles en ligne. Le bon vieux guichet servira avant tout de lieu d'information et de conseil, alors que les distributeurs et les webshops perdront en importance. À mon avis, cette tendance est un atout pour les transports publics, car elle permet de s'adresser aux voyageurs et de les informer de manière plus individualisée.

Ticket de transport 2020

Huit protagonistes se retournent sur le programme achevé.

Le programme de la branche «Ticket de transport 2020» trouvera un terme à la fin de l'année, après avoir largement occupé les entreprises de transport et les communautés tarifaires des transports publics pendant plusieurs années. De nombreux succès et étapes, de plus ou moins grande ampleur, ont déjà pu être fêtés. Tandis que le soleil se couche sur «Ticket de transport 2020», les principaux acteurs du programme prennent la parole. Que disent les protagonistes des résultats obtenus? Comment se sentent-ils alors que le projet prend fin? Comment pensent-ils que les acquis serviront les futurs projets des TP suisses?



« La fierté d'avoir atteint tous les objectifs dans les temps est un sentiment passablement nouveau. La billetterie automatique permet à notre clientèle de se balader partout en Suisse sans aucune connaissance préalable des tarifs et validités. De plus, le programme Ticket de transport permet qu'en-core davantage de solutions communes et harmonisées puissent être trouvées à l'avenir dans le monde des tarifs et de la distribution. »

Urs Hanselmann

Membre du comité directeur de Ticket de transport 2020 et président du StAV



« Les plus grands succès du programme sont la plateforme de distribution commune et la structuration commune des tarifs. Ces deux éléments augmentent les chances que les futurs produits soient plus coordonnés, et donc plus conviviaux et plus compréhensibles pour la clientèle. En ce qui concerne cette dernière, ce sont surtout les nouveautés autour du SwissPass et les nouveaux assortiments qui lui sont profitables. »

Bernard Guillelmon

Président du comité directeur de Ticket de transport 2020 et vice-président du StAD



Avoir pu mettre sur pied la billetterie automatique est une vraie satisfaction. Elle facilite l'accès aux TP suisses et possède un grand potentiel pour pouvoir proposer aux voyageurs des offres qui comprennent bien plus que le voyage en transports publics. J'ai pourtant aussi la larme à l'œil quand je pense à la superbe collaboration – fondée sur la confiance – qui règne au sein de l'équipe de projet, et elle ne va pas de soi si on se rappelle que les membres de l'équipe sont en concurrence au quotidien sur le marché. >>>



Silvia Kandra

Cheffe de projet dans Paysage de la distribution 2020



Bien que cela ait pu paraître simple de l'extérieur, c'était un tour de force de trouver dans la Convention 500 des solutions susceptibles de convaincre la majorité et répondant dans la même mesure aux besoins des entreprises de transport et des communautés. Ça a notamment été le cas dans l'élaboration des conditions d'utilisation de NOVA*, qui autorisent désormais non seulement toutes les entreprises de transport et les communautés mais aussi des entreprises tierces à se rattacher à NOVA et ainsi à vendre des titres de transport de TP. >>>



Bruno Lehmann

Chef de projet dans Conditions d'utilisation de NOVA 2.0

* Une fois validées, les conditions d'utilisation de NOVA 2.0 seront mises en œuvre par l'Office fédéral des transports.



Pour moi, le meilleur moment a été la décision unanime d'introduire officiellement la billetterie automatique dans les transports publics suisses. Lancer sur le marché une version simple a comporté de nombreux défis et complexités. Cela n'aurait jamais été possible sans une équipe forte et engagée. Je suis extrêmement fier de ce travail d'équipe. Nous avons un but commun: trouver la solution de billetterie la plus simple qui soit pour nos clients et l'introduire à l'échelle nationale. Avec une telle motivation, on peut déplacer des montagnes. Voilà pourquoi je suis aussi un peu nostalgique lorsque je me retourne sur les trois dernières années. >>>



Daniel Galley

Chef de projet dans Paysage de la distribution 2020



Karin Schüpbach
Responsable du bureau
du programme Ticket de
transport 2020

« Ce qui m'a le plus fasciné, c'est la motivation, le «feu sacré» avec lesquels les différentes équipes de projet ont travaillé. Aujourd'hui, je suis un peu triste que le programme prenne fin. C'est toutefois magnifique qu'il se termine sur autant de succès, sachant qu'au début tout le monde n'aurait pas parié là-dessus. À travers Ticket de transport 2020, la branche a osé une nouvelle approche, jamais connue sous cette forme. Ce courage a soudé le Service direct national et les communautés, ce qui a favorisé nombre d'évolutions conjointes au sein de la branche. »

« Je suis ravi que la Convention 500 soit entrée en vigueur. Il s'agit maintenant de la mettre en œuvre dans l'exploitation, et je souhaite plein succès à Helmut Eichhorn et son équipe pour l'avenir. L'Alliance SwissPass se veut le moteur du développement d'un paysage tarifaire mieux intégré à l'échelle nationale et de systèmes de distribution et d'information conviviaux et efficaces. Dans le monde complexe des transports publics, on va plus vite et plus loin en franchissant de petites étapes à une cadence élevée plutôt qu'en cherchant à tout changer dès le début. À mes yeux, c'est la grande leçon à tirer de Ticket de transport 2020. »



Lorenzo Martinoni
Chef de projet dans
Gouvernance 2020

« Il faut féliciter les représentants des communautés tarifaires et des entreprises de transport ayant participé d'avoir réussi à trouver un consensus, de s'être mis d'accord sur une structure largement simplifiée, dirigée par un organe stratégique commun avec des compétences claires. La branche des TP s'est ainsi pourvue de structures efficaces sur lesquelles pourront s'appuyer des solutions nationales en faveur du développement de tout le système des transports publics suisses. »



Tom Burch
Chef de projet dans
Gouvernance 2020

Radars à tendances: tout sur une même plateforme

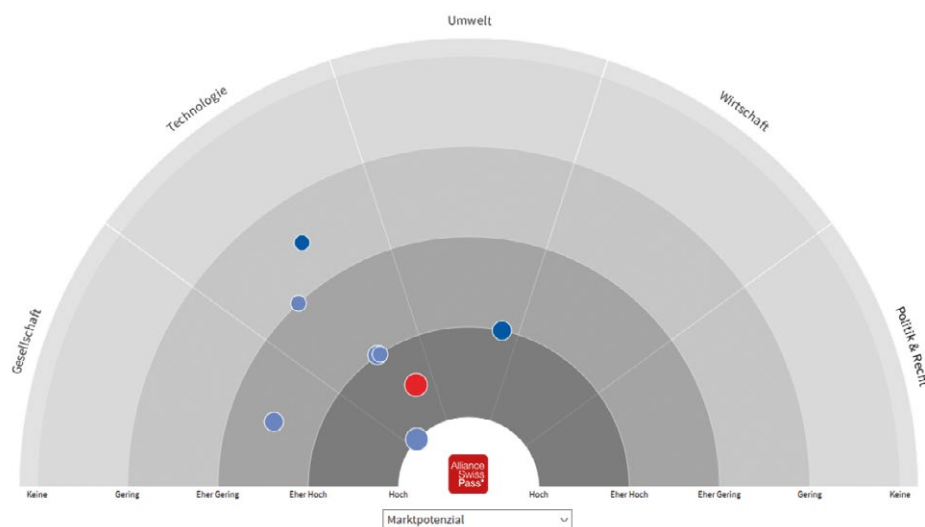
Tendances, technologies et projets en lien avec les transports publics.

Quelles ont été les dernières évolutions du sujet de la «ville intelligente»? Quels projets IT sont actuellement réalisés dans les transports publics? Quelles tendances et nouvelles technologies influenceront la branche ces prochaines années? Le nouveau radar à tendances de l'Alliance SwissPass, entièrement refondu, répond à ces questions et propose plusieurs nouveautés par rapport à l'ancienne version.

L'organe de gestion du Service direct a procédé en 2018 à un premier essai en créant un radar à tendances afin de fournir aux entreprises de transport et aux communautés des informations sur les évolutions, les technologies et les projets des transports publics. L'outil vient d'être retravaillé en profondeur. Le nouveau radar à tendances présente davantage de facettes et fournit bien plus que de simples informations: il met l'accent sur la collaboration et l'échange. L'outil n'est disponible qu'en allemand durant la phase initiale. L'élargissement à d'autres langues est en cours d'évaluation.

De meilleurs résultats grâce à l'évaluation par les utilisateurs

Les utilisateurs de l'outil peuvent certes toujours s'informer sur les évolutions et les différentes tendances en cours dans les transports publics, mais il leur est désormais aussi possible d'amener leur propre expertise. La fonction d'évaluation permet de soupeser le potentiel disruptif ou de marché d'une tendance ou d'une technologie. Un utilisateur peut également livrer son estimation du moment où la tendance atteindra le marché et de la nécessité d'agir. La tendance «mobilité à la demande» induit par exemple un besoin d'agir élevé pour les entreprises de transport. L'évaluation des contenus a par ailleurs une influence sur la classification de la tendance sur le radar. La moyenne des différentes évaluations donne donc une bonne idée de la pertinence ou non d'une tendance pour la branche dans les prochaines années.



Une vue d'ensemble de projets pour promouvoir la collaboration dans les TP

Une autre nouveauté consiste en une vue d'ensemble des projets réalisés par les différentes entreprises de transport et communautés. Celles-ci peuvent saisir leurs projets et en découvrir d'autres qui portent sur le même objet. L'ouverture des informations vise à promouvoir la cohésion de la branche et la collaboration entre les entreprises de transports publics. Pour les contenus sensibles, la possibilité est toutefois donnée aux utilisateurs de limiter certains accès à leur propre organisation. Le radar de l'Alliance SwissPass peut ainsi tout à fait être employé en fonction des propres besoins de chaque entreprise.

Le radar de l'Alliance SwissPass est à la disposition de l'ensemble de la branche des transports publics à l'adresse allianceswisspass.live.itonicsit.de. Les collaborateurs des entreprises de transport et des communautés peuvent s'inscrire sur la page et travailler sur la plateforme avec leur adresse e-mail professionnelle. Le radar à tendances fait partie de l'informatique décisionnelle (Business Intelligence) de l'Alliance SwissPass et est géré par l'équipe Projets et BI.

Impressum

direkt verbunden – zone directe

publié deux fois par année
en allemand et en français

Éditeur

Alliance SwissPass
Länggassstrasse 7, 3012 Berne
Tél. +41 31 359 22 40
info@allianceswisspass.ch

Rédaction

Céline Thommen, Thomas Ammann
kommunikation@allianceswisspass.ch

Traduction

Bruno Galliker, Floriane Moerch

Conception

Branders Group AG, Zurich

Mise en page

Atelier Scheidegger, Berne

Impression

rubmedia, Wabern/Berne

© 2019 Alliance SwissPass