



# Stratégie de l'Alliance SwissPass

Tirée du projet Stratégie 2025

Version du 17 avril 2020

## 1 Les éléments de la Stratégie de l'Alliance SwissPass

<b>Vision</b>	Cet objectif commun chapeaute tous les éléments et activités stratégiques.
<b>Objectifs stratégiques (= messages-clés)</b>	Des objectifs concrets que l'Alliance SwissPass veut atteindre par la collaboration découlent de la vision.
<b>Grandes lignes</b>	Elles forment les limites ou les directives dans le cadre desquelles se placent les activités stratégiques. Elles peuvent être attribuées aux différents objectifs stratégiques et renforcent ainsi ces derniers.
<b>Axes stratégiques</b>	Ils sont déduits des objectifs stratégiques et indiquent la direction que doivent prendre les projets concrets de mise en œuvre. Ils constituent dans le même temps les lignes directrices de la réalisation.
<b>Projets de mise en œuvre</b>	Ils ne font certes pas partie de la stratégie, mais en découlent directement.

L'ensemble de la stratégie a ainsi une structure claire: chaque objectif qui résulte directement de la vision est placé dans un cadre solidement établi par les grandes lignes et est dirigé dans un sens défini par un axe stratégique. Des projets de réalisation peuvent ensuite être élaborés et définis sur cette base au niveau opérationnel.

## 2 La vision et les objectifs stratégiques

<b>V Un accès simple aux TP suisses</b>	
O1	Les tarifs satisfont aux exigences des voyageurs et concourent au transfert vers les transports publics. Ils laissent une marge de manœuvre aux futurs développements.
O2	Les tarifs sont coordonnés, transparents et jugés équitables. Ils contribuent largement aux objectifs climatiques et de transfert du trafic de la Suisse.
O3	Le SwissPass simplifie l'accès aux TP. Des standardisations permettent d'harmoniser et développer les canaux de distribution et de faciliter les contrôles des titres de transport.
O4	Les clients reçoivent les informations répondant à leurs besoins avant et pendant le voyage. L'information à la clientèle est uniforme, proactive et cohérente sur tous les canaux en cas de dérangement.
O5	Une image uniforme et orientée sur la clientèle soutient les objectifs commerciaux communs de l'Alliance SwissPass. Une utilisation des données utile et transparente renforce la confiance de la clientèle.
O6	Des processus aménagés et standardisés en arrière-plan augmentent l'efficacité et optimisent les coûts des transports publics.

## 3 Grandes lignes

<b>Sujet</b>	<b>Principe</b>	<b>Objectif</b>
Principes directeurs de l'Alliance SwissPass	Les besoins et la satisfaction de notre clientèle actuelle et potentielle sont au centre de notre travail.	1
	Notre mode de collaboration s'appuie sur le partenariat et est empreint d'acceptation et de bienveillance mutuelles. Cela augmente l'efficacité et les innovations tout en raccourcissant les délais jusqu'à leur mise sur le marché.	6
Prix et assortiment	Nous assurons le financement par les utilisateurs des transports publics au moyen d'un système de prix et d'assortiment intégré et de bout en bout que les clients jugent simple, transparent et équitable.	2
	Dans la conception du système de prix et d'assortiment, nous tenons compte des différences d'offres et de caractéristiques de financement du trafic longues distances, du trafic régional ayant droit aux indemnités, du trafic local et du trafic régional sans fonction de desserte n'ayant pas droit aux indemnités.	1
Distribution	Nous mettons en place les conditions donnant à notre clientèle un accès aux transports publics et à la mobilité multimodale en Suisse simple et qui répond à ses besoins.	3

	Nous créons les bases permettant aux membres de l'Alliance SwissPass de mieux connaître leur clientèle et de pouvoir lui proposer des services supplémentaires.	5
	Nous développons et exploitons des services de distribution communs et centraux (systèmes A et M) standardisés, rentables et pouvant être adaptés en tout temps.	3
	Nous promovons continuellement l'interconnexion de la distribution des transports publics, tant au sein de la branche qu'avec des tiers, sur la base de standards communs et au travers de partenariats.	3
	Nous créons les conditions permettant d'assurer la garantie des recettes.	6
Information à la clientèle	Grâce à l'information à la clientèle, nous créons la base servant au choix du voyage et à la distribution pour tous les moyens de transport multimodaux et tous les canaux d'information.	4
	Nous rendons possible une information à la clientèle facilement compréhensible, réactive, cohérente et individualisée sur l'ensemble de l'itinéraire, tant en situation normale qu'en cas de dérangement.	4
Commercialisation, communication et identité visuelle	Notre marque «SwissPass» représente l'accès aux transports publics et à la mobilité multimodale en Suisse.	5
	Nous recherchons le potentiel d'une marketing commun et le mettons sur les rails afin d'augmenter notre clientèle actuelle et de conquérir de nouveaux clients.	5

#### 4 Axes stratégiques

<b>Objectif N° 1</b>	<b>Les tarifs satisfont aux exigences des voyageurs et concourent au transfert vers les transports publics. Ils laissent une marge de manœuvre aux futurs développements.</b>
A1.1	Le futur système de prix et d'assortiment constitue un développement du paysage tarifaire actuel au moyen de conventions et de standards concernant la formation des prix et l'assortiment du Service direct national et des communautés ainsi que des communautés entre elles.
A1.2	Le développement du système de prix et d'assortiment s'appuie en priorité sur les exigences actuelles de la clientèle et contribue ainsi à la simplification et à la clarté au profit des usagers des transports publics.
A1.3	La possibilité est maintenue pour les clients d'obtenir des billets ou des autorisations de voyager nominatifs ou non.
A1.4	Le système de prix et d'assortiment tire profit du potentiel de numérisation de la distribution et des supports de billets, en particulier du smartphone et du SwissPass.

A1.5	Le système de prix et d'assortiment répond aux exigences d'un système à tarification préalable, d'un système à tarification a posteriori et des développements futurs tels que les solutions de mobilité multimodale.
------	---

<b>Objectif N° 2</b>	<b>Les tarifs sont transparents et jugés équitables. Ils contribuent largement aux objectifs climatiques et de transfert du trafic de la Suisse.</b>
----------------------	--

A2.1	Le système de prix et d'assortiment et la commercialisation de l'ensemble de la chaîne de mobilité apportent leur contribution aux objectifs de politique des transports des pouvoirs publics relatifs au transfert du trafic et au climat, tout en garantissant les recettes de transport.
------	---

A2.2	Le système ouvert du tarif normal est maintenu, un voyage précis ne devant avoir qu'un seul prix et une augmentation des prestations devant signifier une hausse du prix. Les équivoques et les incohérences des prix et de l'assortiment sont éliminées.
------	---

A2.3	Le futur système de prix et d'assortiment englobe aussi bien la logique par parcours que la logique de zones et donne suffisamment de flexibilité aux différents secteurs pour guider la fréquentation et le financement par les utilisateurs dans l'intérêt des commanditaires et des entreprises de transport.
------	--

A2.4	Les mécanismes de formation des prix dans le cadre des tarifs du Service direct national et des communautés doivent être développés en concertation mutuelle. Les besoins spécifiques des secteurs du trafic longues distances, du trafic régional ayant droit à l'indemnité, du trafic local, du trafic régional sans fonction de desserte n'ayant pas droit à l'indemnité, des communes, des cantons et de la Confédération sont pris en compte.
------	--

<b>Objectif N° 3</b>	<b>Le SwissPass simplifie l'accès aux TP. Des standardisations permettent d'harmoniser et développer les canaux de distribution et de faciliter les contrôles des titres de transport.</b>
----------------------	--

A3.1	Les standards de la billetterie automatique et des canaux de distribution numériques sont développés afin de poursuivre la simplification de l'utilisation, tout en maintenant une fiabilité, une sécurité et une rentabilité élevées.
------	--

A3.2	Un standard contraignant, évolutif, permettant des innovations (p. ex. la billetterie sans papier) et assurant en priorité l'émission rapide des billets les plus vendus à chaque emplacement est développé pour la vente aux distributeurs de billets en libre-service.
------	--

A3.3	L'Alliance SwissPass soutient en première ligne le développement des canaux de distribution numériques (tarification préalable et billetterie automatique). Elle permet cependant aussi le développement des prochaines générations de solutions de distribution dans la vente desservie et en libre-service, stationnaire ou dans le véhicule.
------	---

A3.4	Dans le développement et l'exploitation opérationnelle, la plus grande priorité est mise sur la disponibilité des composants essentiels à l'émission et au contrôle des billets. Les systèmes centraux de distribution doivent être conçus de manière à permettre le développement et la mise en œuvre aussi rapides et agiles que possible de nouvelles
------	--

	exigences de l'Alliance SwissPass et/ou de ses membres. Des composants standard sont utilisés lorsque cela se justifie du point de vue économique.
A3.5	L'Alliance SwissPass adapte continuellement les règles d'accès à la plateforme NOVA, à l'écosystème SwissPass et, le cas échéant, à sa future infrastructure numérique ouverte <sup>1</sup> .
A3.6	L'Alliance SwissPass élabore une stratégie globale pour l'écosystème SwissPass.
A3.7	Les systèmes et standards du contrôle des titres de transport électroniques sont développés de manière à permettre au processus de contrôle de livrer des résultats clairs de façon aussi automatisée, conviviale et rapide que possible.

<b>Objectif N° 4</b>	<b>Les clients reçoivent les informations répondant à leurs besoins avant et pendant le voyage. L'information à la clientèle est uniforme, proactive et cohérente sur tous les canaux en cas de dérangement.</b>
A4.1	L'information à la clientèle de porte à porte est développée en lien avec la mobilité multimodale.
A4.2	Une standardisation et une automatisation de l'échange d'informations de dérangement sont mises en place au sein de l'Alliance SwissPass.
A4.3	L'Alliance SwissPass donne le ton quant à la définition de standards dans le domaine de l'information à la clientèle.
A4.4	Les membres de l'Alliance SwissPass mettent à disposition les données nécessaires à soutenir les clients en fonction de leurs besoins et de façon proactive avant et pendant l'ensemble de leur voyage.
A4.5	Tous les éléments d'une relation d'horaire sont standardisés.
A4.6	Des prescriptions contraignantes sont définies pour le contenu et la présentation de l'information à la clientèle.

<b>Objectif N° 5</b>	<b>Une image uniforme et orientée sur la clientèle soutient les objectifs commerciaux communs de l'Alliance SwissPass. Une utilisation des données utile et transparente renforce la confiance de la clientèle.</b>
A5.1	Le calendrier et le contenu des activités de marketing du Service direct national et des communautés sont coordonnés en tenant compte des besoins régionaux et des particularités des secteurs de trafic.
A5.2	Les clients sont identifiés et contactés à l'aide de messages de marketing et d'offres supplémentaires personnalisés, à savoir des suggestions, offres et services pertinents proposés au bon moment et à travers les points de contact importants, ceci en interdépendance avec l'information à la clientèle. La pertinence élevée de la communication marketing permet d'augmenter le chiffre

<sup>1</sup> Formulation tirée de l'étude ITS 2018: B2B Data Integration Layer

	d'affaires tout en diminuant les coûts grâce à des processus optimisés et automatisés ainsi qu'à une moindre perte de diffusion.
A5.3	Les principes régissant l'échange de données entre les membres de l'Alliance SwissPass ainsi qu'avec les tiers sont définis de façon contraignante tenant la promesse à la clientèle commune en matière de protection des données (DCPD), et les prescriptions de protection des données sont respectées afin de maintenir la confiance élevée de la clientèle.
A5.4	La commercialisation et la communication communes des assortiments et services du Service direct national s'effectuent sous la marque «SwissPass» et celle du mandataire.
A5.5	La commercialisation et la communication des assortiments et services des communautés tarifaires s'effectuent sous leur propre marque en <i>co-branding</i> avec le label «SwissPass».
A5.6	La commercialisation et la communication des assortiments et services des différentes entreprises de transport s'effectuent sous leur propre marque en <i>co-branding</i> avec le label «SwissPass».
A5.7	La commercialisation et la communication des assortiments et services de l'Alliance SwissPass par des intermédiaires (ET, tiers) s'effectuent sous leur propre marque en <i>co-branding</i> avec le label «SwissPass».

<b>Objectif N° 6</b>	<b>Des processus aménagés et standardisés en arrière-plan augmentent l'efficacité et optimisent les coûts des transports publics.</b>
A6.1	L'organe de gestion garantit que les informations nécessaires sont disponibles au bon moment et dans la qualité nécessaire afin de soutenir la prise de décision au sein des organes et en tant que base du développement de l'Alliance SwissPass.
A6.2	La méthodologie de répartition des recettes est développée de façon à répartir autant que possible les recettes en fonction de la consommation actuelle et en optimisant les coûts.
A6.3	Des standards minimaux à respecter en matière de conseil, de soutien et de prestations de services sont introduits en tant que condition à l'indemnisation de la vente desservie de billets du Service direct national (et éventuellement également des communautés).
A6.4	Afin d'assurer un accès à la mobilité multimodale en Suisse conforme aux besoins, l'Alliance SwissPass évalue la mise en place d'une infrastructure numérique ouverte* à laquelle différents prestataires de mobilité peuvent rattacher leurs plateformes.
A6.5	Les bases techniques nécessaires à l'échange de données entre l'Alliance SwissPass, les mandataires des transports publics et les entreprises de transport, communautés, tiers et exploitants sont créées.
A6.6	Les membres de l'Alliance SwissPass définissent des standards communs de lutte contre les abus dans les canaux de distribution.
A6.7	L'organisation de la garantie des recettes dans le cadre du contrôle des titres de transport est conçue au sein de l'Alliance SwissPass de façon à guider uniformément les exigences et tenir compte de leur aspect économique des secteurs dans la conception, l'implémentation et l'application de tarifs, d'assortiments et de systèmes de distribution.

