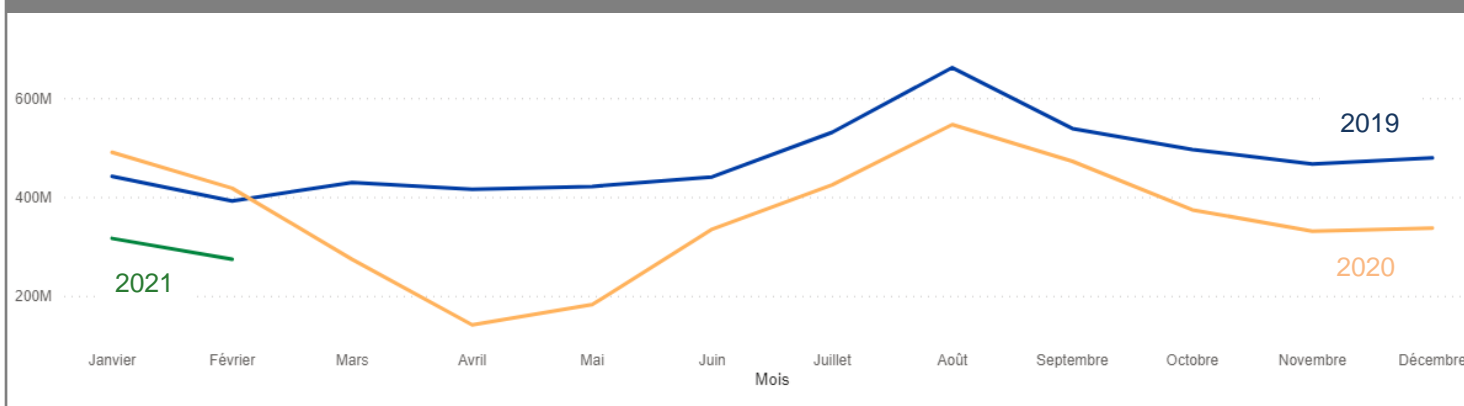


La deuxième vague de Covid-19 fait chuter les ventes d'abonnements

Comme attendu, la deuxième vague de Covid-19 a entraîné un nouveau creux de la demande qui concerne particulièrement le volume d'abonnements en circulation. Pour l'abonnement général, ce volume a diminué de plus de 12 % en 2020. Une tendance qui s'est poursuivie sur les premières semaines de 2021. Les communautés font elles aussi face à une forte baisse de leurs ventes d'abonnements annuels et mensuels. De nombreuses communautés accusent une baisse dépassant 20 % pour 2020 et la moyenne pour l'ensemble des communautés se situe à environ - 15 %. Le nombre de voyageurs reste stable à un faible niveau. La garantie des recettes futures s'articulera en deux étapes de stimulation de la demande et la commission Marché a approuvé en ce sens la planification du marketing 2021 le 13 janvier 2021. En l'état actuel de la situation, la branche estime que les chiffres de recettes de 2019 seront dépassés en 2024 seulement.

Évolution du chiffre d'affaires (source: Alliance SwissPass)



Statu quo pour le branding du SDN

Le Conseil stratégique a décidé de renoncer à mettre en œuvre le branding du SDN. Le groupe de travail Branding des TP a estimé que le projet ne pouvait pas être réalisé de manière à être compris par la clientèle et qu'aucune solution de remplacement n'était actuellement en vue. La mise en œuvre serait également malvenue du point de vue financier et politique.

Le mandataire CFF va désormais continuer à assurer le branding dans le cadre du statu quo.

Rocade des représentants de CarPostal à la KIT

Une nouvelle attribution des rôles a eu lieu au sein de l'entreprise CarPostal SA. C'est la raison pour laquelle le Conseil stratégique a élu Matthias Leffler à la commission IT (KIT). Représentant de CarPostal jusqu'à présent, Reto Trachsel devient son suppléant.

Mars 2021

Actualités des organes

Le CS décide d'économies budgétaires de 23,4 millions de francs

Le Conseil stratégique a évalué les propositions faites pour diminuer le budget de l'Alliance SwissPass. Il a décidé de réduire de 23,4 millions de francs le budget 2021 approuvé sous réserve, celui-ci passant de 218,1 à 194,7 millions de francs.

Les principales réductions concernent le mandat partiel Marketing des CFF (chiffre 2.5, 2,5 mio. de francs), la société Système de prix et de distribution SPD-TP SA (chiffre 3.1, 8,4 mio. de francs) et le pot d'indemnisation des prestations de conseil dans le Service direct national (chiffre 4.2.1, 10 mio. de francs). Les mesures d'économies sont visibles dans une liste séparée de l'outil de budgétisation disponible sur allianceswisspass.ch.

Si vous avez des questions à ce sujet, n'hésitez pas à contacter finanzen@allianceswisspass.ch.



Karin Schüpbach

Spécialiste
Gestion des organes

076 553 82 56

karin.schuepbach@allianceswisspass.ch