

Juillet 2021

# Actualités des organes

Alliance  
Swiss  
Pass\*

La météo clémente et les assouplissements décidés par le Conseil fédéral dans la lutte contre la pandémie de Covid-19 ont entraîné une hausse du nombre de voyageurs dans les transports publics. Le chiffre d'affaires connaît lui aussi une légère tendance à la hausse, et les nombres d'abonnements généraux et demi-tarif en circulation ont rejoint les valeurs de 2019. Dans ce contexte, le mois d'août sera décisif car c'est habituellement une période où beaucoup renouvellent leur abonnement communautaire ou du Service direct national. [L'outil de prévision Covid-19](#) sera d'ailleurs mis à jour fin août. Dans le marketing, le mandataire CFF se concentre actuellement sur la reconquête des anciens abonnés. Ces derniers sont contactés, mais aucun rabais n'est octroyé (pour l'instant).

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



Le Conseil stratégique élabore une vision pour l'avenir du SwissPass

## Reto Lüscher représentera les CFF à la commission Marché

En mai dernier, Reto Lüscher a succédé à David Blatter à la tête des prix et de l'assortiment des CFF. Dans cette fonction, il reprend également la représentation des CFF au sein de la KoM. Il y suppléera au besoin Armin Weber, lequel préside la commission.

## Le SwissPass ou la clé du client numérique de demain

La carte rouge du SwissPass est apparue dans le monde des transports publics en 2015. Aujourd'hui, pas loin de cinq millions de ces cartes sont en circulation. Sur mandat de l'Alliance SwissPass, les CFF ont maintenant dressé une stratégie pour l'avenir du SwissPass, laquelle comprend sept axes principaux. Dans le cœur de métier des TP, le SwissPass doit devenir le standard contraignant de la distribution, également pour ce qui est des billets unitaires. D'ici quelques années, la clientèle devra privilégier la version numérique du SwissPass, la carte physique n'étant plus émise qu'en cas de besoin. Pour ce faire, plusieurs étapes de développement sont nécessaires, dont l'imposition du login SwissPass dans les entreprises de transport. La stratégie du SwissPass devrait être approuvée par le Conseil stratégique en septembre. D'ici là, il souhaite encore définir une vision souveraine et des principes stratégiques qui guideront le SwissPass sur le chemin de l'avenir.

## Le Conseil stratégique approuve la planification pluriannuelle de l'Alliance SwissPass

Afin de simplifier la procédure d'offre, le Conseil stratégique a demandé l'élaboration d'une planification pluriannuelle des coûts dus aux différentes tâches de l'Alliance SwissPass. Celle-ci montre quelles dépenses doivent être envisagées entre 2022 et 2025 à l'égard de la gestion, des mandats, de l'indemnisation des prestations de conseil et de l'IT. Actuellement, le budget 2021 se monte à quelque 194 millions de francs selon les mesures d'économie prises à la suite de la pandémie. D'ici 2025, des dépenses annuelles de 203 à 215 millions sont budgétées. Vous trouverez une récapitulation détaillée des coûts et une prévision de la part de votre entreprise dans [l'outil de prévision budgétaire](#) sur [allianceswisspass.ch](http://allianceswisspass.ch).

Juillet 2021

# Actualités des organes

## Cornelia Mellenberger et Roman Gattlen quittent le Conseil stratégique

La séance du Conseil stratégique du 24 juin 2021 a été la dernière de Cornelia Mellenberger (CFF) et de Roman Gattlen (BERNMOBIL). La première quitte les CFF après douze ans pour reprendre la direction d'Énergie Wasser Bern (EWB). Le siège vacant et fixe des CFF sera repris par Véronique Stephan, cheffe Marché Voyageurs, sous réserve de son élection par les membres de l'Alliance SwissPass.



En outre, Roman Gattlen, responsable du marketing de BERNMOBIL depuis 2006, laisse sa place au CS à son supérieur René Schmied, directeur de BERNMOBIL, pour autant que ce dernier soit élu par l'ensemble des participants au Service direct national. Ce changement est dû au fait que René Schmied se met à disposition pour la présidence du Conseil stratégique.



## Le futur système tarifaire doit se fonder sur une logique de formation des prix uniforme

Le projet GITA vise à développer un concept initial de système tarifaire intégré et orienté sur la clientèle. Pour pouvoir atteindre cet objectif et compter sur un futur système tarifaire cohérent, il faut une logique de formation des prix uniforme. Le mécanisme de calcul des prix des billets doit être défini uniformément au niveau national, mais il doit être bien séparé du point de vue de la clientèle, du niveau des prix, de l'assortiment et de la répartition des recettes.

Le Conseil stratégique a décidé que la formation des prix utilisée dans le concept doit se fonder sur les kilomètres tarifaires. L'équipe de projet poursuivra dès lors l'élaboration du concept et de l'étude de faisabilité sur cette base.

**Remarque: aucune actualité des organes ne sera publiée en août étant donné qu'aucune séance n'aura eu lieu d'ici là.**



## Jan Herren

Spécialiste Gestion des organes

+41 76 553 82 91

[jan.herren@allianceswisspass.ch](mailto:jan.herren@allianceswisspass.ch)