



zone directe

2 / 2021

Alliance
Swiss
Pass⁺



La clientèle au centre:
comment l'Alliance
SwissPass entend
renforcer ses relations
avec la clientèle.



Sommaire

Éditorial	3
«Il y a un large potentiel d'utilisateurs des TP chez les nouveaux cyclistes»	4
Interview d'Emmanuel Ravalet, cofondateur du bureau de recherche Mobil'homme	
«Nous n'avons encore jamais eu une telle qualité»	7
Comment la ville d'agglomération Schlieren gère les besoins croissants de mobilité	
Flexible, uniforme, évolutif...	9
Voilà comment GITA doit rendre le paysage tarifaire	
L'OFT a approuvé la Réglementation sur l'utilisation des données	12
Quels sont les projets en cours dans la branche?	14
Salut KUBA! Un adieu en plusieurs étapes	18
Comment comprendre?	22
Carte blanche à Stefan Ehrbar, journaliste chez CH Media	

Éditorial

Comment concevoir le système tarifaire de demain?

Dans les transports publics, la pandémie de Covid-19 a accentué certaines tendances que la branche avait déjà constatées depuis un certain temps et auxquelles nous devons nous adapter:

- Les canaux numériques sont toujours plus importants pour l'achat de billets. De 43 % fin 2018 et 52 % fin 2019, leur part est à présent passée à presque 60 %.
- Le trafic de loisirs s'est remis nettement plus rapidement que le trafic pendulaire et gagne en importance de manière générale. En octobre 2021, le chiffre d'affaires du tarif normal a pour la première fois dépassé celui de la même période en 2019. Dans le même temps, les abonnements généraux et les abonnements communautaires annuels et mensuels sont environ un cinquième moins nombreux.
- Les voyages occasionnels réalisés avec la billetterie automatique augmentent, leur chiffre d'affaires a plus que doublé par rapport à janvier 2020.

Des modifications du comportement de mobilité de la population sont à la fois le déclencheur et l'accélérateur de ces évolutions. Le bureau de recherche «Mobil'homme» analyse ces changements et confirme qu'il existe un potentiel de nouveaux clients, en particulier dans le trafic de loisirs, mais aussi auprès des cyclistes et des piétons (pages 4 à 6). Ceci découle notamment du fait qu'à l'heure actuelle, environ trois quarts de la population vit et travaille en ville ou dans une agglomération. L'exemple de Schlieren illustre bien les conséquences que cela a sur l'évolution du trafic dans une commune d'agglomération (pages 7 et 8).

L'évolution des comportements de mobilité représente un défi pour la branche des transports publics. Nous nous trouvons dans une bonne position: le système tarifaire actuel permet aux voyageurs de se rendre de A à B avec un seul billet. Pourtant, nous devons nous améliorer sur certains points. Tous les jours, des clientes et clients rencontrent des problèmes pour emprunter les transports publics du fait du chevauchement de différents tarifs, des incohérences de prix qui en résultent ou de dispositions tarifaires parfois confuses (pages 22 et 23). Des offres plus flexibles et davantage orientées sur les voyageurs occasionnels, les pendulaires à temps partiel et les personnes se déplaçant pour leurs loisirs sont désormais nécessaires. Parallèlement, les obstacles à l'accès aux transports publics doivent être diminués. Le projet GITA permet d'espérer beaucoup dans ce domaine (pages 9 à 11). GITA aura cependant surtout pour effet de tracer la voie, il revient à l'ensemble de la branche d'élaborer des solutions. Heureusement, une véritable concurrence des idées est déjà en cours dans les transports publics (pages 14 à 17). Dans ce cadre, il s'agit de ne pas quitter des yeux un élément: notre clientèle.



Helmut Eichhorn
Directeur de l'Alliance
SwissPass

«Il y a un large potentiel d'usagers des TP chez les nouveaux cyclistes»



Emmanuel Ravalet est ingénieur diplômé avec spécialité transports et titulaire d'un doctorat en économie des transports et d'un deuxième en études urbaines obtenu au Canada. Âgé de 40 ans, il est chargé de cours à l'EPFL depuis 2018 et est cofondateur de «Mobil'homme». Membre du conseil communal de la commune française de Lugrin, sur la rive sud du Léman, il est père de trois filles.

À l'occasion du colloque «Un pas dans l'avenir des transports publics» du 9 décembre 2021, Emmanuel Ravalet, cofondateur de Mobil'homme, questionne avec une perspective de sciences sociales à quoi ressembleront les comportements de mobilité à l'avenir et comment les transports publics peuvent renforcer leurs relations avec la clientèle. Dans notre interview, il explique comment la pandémie de Covid-19 influence le futur comportement de mobilité et où sont les principaux champs d'action des transports publics.

Emmanuel Ravalet, vous êtes cofondateur de Mobil'homme. Selon quels objectifs le bureau a-t-il été créé?

Le premier objectif est d'être plus directement en lien avec les acteurs du transport et du territoire, et d'être organisés pour mieux répondre aux questions qui se posent à eux. Notre seconde motivation à créer ce bureau découle de la conviction que les approches des sciences sociales pour l'aménagement du territoire et pour la définition des politiques de transport ne sont pas toujours aussi riches qu'elles pourraient l'être: il est important à nos yeux de mieux décrire les pratiques des personnes, de mieux comprendre les raisons de leurs déplacements, de leur choix modal, de leur choix d'habitat, afin d'aider les acteurs à concevoir des politiques plus efficaces et plus adaptables aux évolutions sociétales. Voilà pourquoi nous nous sommes réunis – nous, des docteurs d'une multitude de disciplines: sociologues, anthropologues, géographes, économistes, ingénieurs, architectes...

Mobil'homme est issu de l'EPFL. Comment se déroule la collaboration avec cette école aujourd'hui?

Le laboratoire de sociologie urbaine de l'EPFL est organisé et dimensionné pour travailler sur des projets sur un temps long, un à quatre ans. À l'inverse, nous travaillons sur des projets qui peuvent être très courts. L'articulation entre ces deux entités nous permet un aller-retour entre des résultats de travaux scientifiques de long terme et les problématiques de terrain très actuelles.

Comme dans notre colloque, la clientèle est au centre de l'attention de Mobil'homme. D'où tirez-vous vos conclusions quant aux formes que pourrait prendre la mobilité à l'avenir?

Dès lors que l'on réfléchit à ce qui pourrait arriver demain, on est dans une démarche difficile pour le scientifique, qui doit toujours apporter des preuves de ce qu'il avance. Lorsqu'on fait de la prospective, il n'y a pas de preuve évidemment, mais il y a des méthodes qui permettent d'être scientifique et pertinent. À Mobil'homme, nous travaillons à la fois sur l'offre et la demande de mobilité. Cela nécessite d'évaluer dans quelle mesure les offres de transport vont évoluer à l'avenir et comment les acteurs politiques vont porter cette évolution. Et parallèlement à ces premiers éléments, nous travaillons sur la demande: qui sont ces gens, pourquoi se déplacent-ils, quelles sont les logiques derrière leurs choix de modes, de lieux de résidence, de lieux d'activité, etc.? Cela nous permet de définir des paramètres, puis de travailler sur la façon dont ils peuvent évoluer. Sur cette base, nous construisons des modèles et dégageons des tendances, par exemple en montrant, même si ce n'est pas très «vendeur» ni futuriste, que l'avenir de la mobilité se fera aussi à pied.

Dans quelle mesure la pandémie de Covid-19 a-t-elle influencé la représentation du futur comportement de mobilité ou accéléré des tendances?

Plusieurs transformations ont été observées et analysées depuis le début de la crise sanitaire: une évaporation de



La mobilité partagée est moins demandée pendant la pandémie.

certaines déplacements avec des activités qui ne se font plus, un repli sur la proximité, sur des activités plus locales, une substitution des mobilités spatiales par des échanges numériques (achats en ligne, enseignement à distance et télétravail), des reports modaux au profit du trafic individuel et une évolution des dynamiques de localisations résidentielles.

Que signifie l'augmentation du télétravail pour les transports publics?

Le télétravail augmentait déjà fortement sur la période 2010-2019, et on a gagné dix ans d'un coup, c'est une tendance d'accélération pure. Le télétravail concerne plutôt les personnes qui habitent loin de leur lieu de travail. L'enjeu pour les transports publics est de savoir comment capter ces actifs qui se déplacent moins souvent mais sur des distances et des temps qui peuvent être importants.

Pouvez-vous détailler les effets de la pandémie sur la répartition modale?

Au niveau des reports modaux, les premiers sont liés à la circulation du virus et concernent les personnes qui évitent les transports publics ou les modes partagés de peur d'être contaminés. Ce sont a priori des effets de court terme qui s'estompent dès que la tension sanitaire se relâche. Les seconds sont liés à la rupture qu'a été la crise mais pas au

virus. Ce sont par exemple des reports modaux de la voiture vers le vélo. Là aussi, il s'agit d'une accélération de tendance. Les ventes de vélos et leur usage ont explosé en Suisse en 2020. À ce niveau encore, les transports publics ont un rôle à jouer, parce que le vélo n'est pas suffisant à lui seul pour couvrir tous les besoins de mobilité des personnes.

À quel point la pandémie a-t-elle ébranlé la confiance de la clientèle envers les transports publics?

Dans nos études et recherches menées dans plusieurs pays européens, nous n'avons pas observé de perte de confiance envers les transports publics. Il y a eu une peur limitée dans le temps d'être contaminé ou de contaminer autrui, mais pas de «trahison» des transports publics envers les usagers. De ce point de vue et dès lors que le virus ne circule plus, la majorité des anciens usagers pourront revenir vers les transports publics.

Vous dites «dès lors que le virus ne circule plus». Pensez-vous que s'il ne disparaît pas, les voyageurs risquent de ne pas revenir?

Vous avez raison, ce n'est pas binaire. Depuis quelques mois, nous sommes dans un entre-deux et cette période intermédiaire ou de transition devrait durer. Il reste que les situations de grande proximité avec d'autres personnes sont

«Les mobilités se transforment, les transports publics doivent s'y adapter.»

nombreuses dans notre quotidien et que, de ce point de vue, les transports publics ne sont pas une zone de risque particulièrement forte hormis aux heures de très forte affluence. Il en ressort que le lissage des pointes horaires est et restera un enjeu important pour soutenir l'usage des transports publics. Cela touche les transporteurs, mais aussi les lieux de formation ou les employeurs qui doivent travailler à une flexibilisation de leurs horaires.

Comment récupérer les clients perdus?

Tout d'abord, il est important de préciser que certains déplacements ont disparu et ne reviendront pas. Les personnes qui recourent au télétravail ne pendulent plus plusieurs jours par semaine. Par contre, elles font des déplacements de proximité qui n'auraient pas eu lieu si elles s'étaient rendues sur leur lieu de travail et elles pendulent encore vers le travail certains autres jours, sur des distances qui peuvent être importantes. Il s'agit pour les transports publics de capter ces nouveaux déplacements. De la même manière, certains des néocyclistes prennent moins les transports publics qu'ils ne le faisaient avant, mais tous ont un besoin d'alternative au vélo les jours de fortes pluies ou pour les longs trajets. Les mobilités se transforment, les transports publics doivent s'y adapter.

Où se situent à votre avis les principaux champs d'action dans l'offre?

Du point de vue tarifaire, dès que l'on admet que la gratuité n'est pas une solution, il existe une variété incroyable de manières d'agir sur les tarifs (nouveaux produits tarifaires, gratuités partielles, billets dégriffés, rabais, etc.), avec bien entendu la nécessité de rester simple d'utilisation.

Et dans l'offre et l'information à la clientèle?

Nous travaillons actuellement sur de l'accompagnement individualisé pour le compte du Canton de Genève et nous constatons régulièrement l'importance d'un accès le plus large possible à l'information sur l'offre existante, sur les tarifs disponibles, etc. Les personnes qui se déplacent en voiture ne s'intéressent que

de loin au monde des transports publics et n'ont pas nécessairement les informations clés qui les motiveraient à faire évoluer leurs pratiques.

Où voyez-vous un potentiel d'amélioration supplémentaire?

Au-delà de l'information, l'expérimentation nous semble également capitale. Les outils numériques actuels ont grandement amélioré les conditions d'usage des transports publics. Mais ne le savent que ceux qui les utilisent. L'expérimentation des transports publics par les non-usagers permet de leur montrer tout ce qui se fait dans la distribution, la dématérialisation des titres de transport et toutes les autres innovations qui rendent le déplacement très confortable. Au-delà, il est nécessaire de penser à des formations transports publics dans les écoles, où il s'agit de ne pas enseigner seulement les premiers pas de la conduite automobile.

Avec Mobil'homme, vous avez réalisé différentes études pour des entreprises de transport et des communautés tarifaires suisses. Pour vous, laquelle a eu le plus grand effet sur le renforcement du lien avec la clientèle?

Il s'agit sans doute du travail réalisé et encore en cours pour le compte de Mobilis et du Canton de Vaud. L'enjeu de la démarche est de mieux capter les usagers du trafic de loisirs. Nous travaillons sur la mise en œuvre de produits tarifaires spécifiquement dédiés à ces formes de mobilité pour motiver l'usage des transports publics. Nous avons commencé par évaluer les avantages et inconvénients des produits déjà mis en œuvre par Mobilis, avons ensuite travaillé avec l'ensemble des entreprises de transport concernées sur d'autres propositions, et sommes maintenant en phase d'expérimentation de ces produits tarifaires (ndlr: offre accompagnant, extension d'abonnement, abonnement week-end et carte journalière duo). Plusieurs expérimentations sont en cours en Europe sur ce sujet, mais la démarche menée par Mobilis est particulièrement ambitieuse dans son montage et prometteuse sur le long terme.

«Nous n'avons encore jamais eu une telle qualité»

Schlieren fait partie des localités suisses qui croissent le plus rapidement. La ville est raccordée au réseau de tram de la ville de Zurich depuis 2018 et la Limmattalbahnhof doit être achevée en 2022. Comment Schlieren gère-t-elle l'augmentation des besoins de mobilité? Qu'est-ce qui a changé avec la ligne de tram? Quels défis doivent encore être relevés? Le conseiller communal Stefano Kunz nous répond.



Stefano Kunz a 58 ans et représente Le Centre au Conseil communal de Schlieren depuis 2014. Avant cela, il a siégé quatre ans au Parlement communal et trois ans à la commission scolaire. Stefano Kunz est instituteur primaire de formation et a étudié le chant classique. Il est marié et père de deux enfants adultes.

«Schlieren: l'avenir de Zurich.» Le slogan sur le site Internet de la commune dit beaucoup de cette ville de 20 000 habitants. Schlieren est directement voisine de Zurich, la plus grande ville de Suisse. Et elle a connu une véritable explosion démographique ces dernières années. La population a presque doublé en douze ans. De plus, il y a aujourd'hui presque autant d'emplois que d'habitants dans la commune. Le parc biotechnologique héberge à lui seul 55 entreprises.

«Schlieren fait partie des localités de Suisse ayant la croissance la plus rapide», indique Stefano Kunz, membre du conseil communal (exécutif) depuis presque huit ans et directeur de la construction et de la planification.

La pression immobilière est perceptible

Les besoins de mobilité augmentent parallèlement à la hausse de la population. À Schlieren, cela se remarque notamment à la gare le matin et le soir lorsque les quais sont bondés. «Nous sentons nettement la pression de la ville», affirme Stefano Kunz. Heureusement, Schlieren peut déjà compter sur un réseau de transports publics développé qui fonctionne bien. Un rapport de l'Office cantonal du développement territorial a récemment jugé que la ville était mieux desservie par les transports publics que la moyenne.

Cette évaluation positive par un organe officiel découle notamment de la mise en service de la première étape de la Limmattalbahnhof en septembre 2018. Depuis, Schlieren fait partie du réseau de tram urbain et la ligne 2 relie directement son centre-ville à celui de Zurich. «Je peux

maintenant me rendre directement à l'opéra ou au lac. Nous n'avons encore jamais eu une telle qualité», se réjouit Stefano Kunz. La deuxième étape de la Limmattalbahnhof doit s'achever à la fin 2022. Le tram circulera ensuite jusqu'à Spreitenbach, en Argovie. Il s'agira de la première liaison de tram intercantonale du Zürcher Verkehrsverbund, et il existe déjà des plans en vue de prolonger la ligne jusqu'à Baden.

«La Limmattalbahnhof a donné des impulsions et entraîné des changements à Schlieren», constate Stefano Kunz. «Avant la votation concernant la ligne, nous avons eu affaire à une véhémente opposition. Des personnes qui étaient en première ligne du combat contre le tram l'emploi maintenant régulièrement.» Le tram a amélioré le confort par rapport aux bus et a apporté un sentiment citoyen dans l'agglomération. «Dans la tête de beaucoup de gens, Schlieren était toujours un village malgré ses 20 000 habitants. Cela a changé avec le tram, et les nouvelles formes de mobilité telles que les trottinettes électriques sont par ailleurs de plus en plus présentes», expose l'instituteur de formation.

Une liaison directe avec l'aéroport souhaitée

Malgré les développements positifs, l'édile de 58 ans relève encore un potentiel d'amélioration. Le concept d'assurer les relations longitudinales par le rail et les relations transversales par des bus dans la vallée de la Limmat a fait ses preuves. «Mais nous pouvons encore développer la desserte des quartiers périphériques

sur les coteaux ou au bord de la Limmat.» De plus, la ville se bat depuis des années pour une liaison directe avec l'aéroport de Zurich. «Schlieren compte de nombreuses entreprises internationales», souligne le conseiller communal pour justifier le besoin. Des éléments ont déjà été concrétisés, à savoir l'augmentation des cadences de la ligne de RER Zurich-Aarau et la construction d'un itinéraire rapide à vélo entre Zurich et Baden.

Schlieren s'engage aussi fortement sur le plan de l'urbanisme, notamment pour renforcer encore l'attrait des transports publics et inciter les automobilistes à changer de mode de transport. «Nous essayons de canaliser le trafic individuel sur les axes principaux en empêchant les itinéraires d'évitement», indique Stefano Kunz. «En parallèle, nous voulons augmenter l'attrait de l'accès aux arrêts de transports publics, par exemple en créant des places de stationnement pour vélos ou avec une zone de rencontre à la gare.

Schlieren envisage-t-elle de proposer ses propres offres de transports publics? «La population a effectivement des attentes du fait de notre proximité avec Zurich», selon Kunz. «Mais une commune d'agglomération comme la nôtre est malheureusement rapidement confrontée à ses limites. Il y a quelques années, le Conseil

communal a discuté de l'introduction d'un bus local, mais le projet a échoué en raison de son financement.»

«Des applications qui fonctionnent augmentent l'acceptation»

Outre son activité de conseiller communal, Stefano Kunz s'engage notamment au sein du comité de la **Conférence des villes pour la mobilité**. «Je trouve extrêmement important et précieux l'échange avec d'autres villes», affirme celui qui y apporte le point de vue d'une ville d'agglomération. L'assortiment des transports publics fait partie des discussions menées à la Conférence des villes. «L'offre de titres de transport est très développée. Il va aujourd'hui de soi qu'il est possible d'aller partout avec un seul billet, mais on oublie souvent le travail qui se cache là-dedans. Il est donc très important que l'Alliance SwissPass poursuive son travail sans dévier de sa voie.» Pour Stefano Kunz, les solutions électroniques renferment un grand potentiel: «Des applications qui fonctionnent, qui permettent aux voyageurs d'embarquer et de débarquer tout simplement, augmentent significativement l'acceptation et l'utilisation des transports publics», est-il convaincu. «C'est le chemin qu'il faut emprunter pour attirer encore davantage de personnes dans les transports publics.»

La place remodelée de Schlieren accueillant la Limmattalbahn.

© S+K Fotostudio Zurich



[retour au sommaire](#)

Flexible, uniforme, évolutif...

Voilà comment GITA doit rendre le paysage tarifaire.



Kathrin Raess était la cheffe de tout le projet GITA jusqu'à la mi-novembre. Âgée de 40 ans, elle dirige le secteur Projets et Business Intelligence de l'organe de gestion depuis 2018.

Dans la branche, le projet de «concept initial de système tarifaire intégré», abrégé GITA de l'allemand, est sur toutes les lèvres. Or les attentes sont très variées et les questions innombrables. Kathrin Raess, cheffe du projet jusqu'à la mi-novembre, Gerd Probst, encadrant les travaux de contenu, et Helmut Eichhorn, directeur de l'Alliance SwissPass, répondent à certaines d'entre elles et expliquent pourquoi le statu quo n'est pas une option.

Kathrin Raess, comment jugez-vous l'actuel système tarifaire des transports publics suisses?

Nous ne sommes pas mauvais. Le système tarifaire actuel permet aux voyageurs de se rendre de A à B avec un seul billet. En particulier comparée à l'étranger, cette situation est déjà une très bonne base. Mais il y a certes encore des points que nous pouvons améliorer.

Quels sont les principaux points où l'on pourrait mieux faire?

Il y a certaines incohérences de prix, que l'on remarque surtout lorsque des prix différents sont proposés pour un même trajet. En outre, il arrive fréquemment que des clientes et clients ne soient pas sûrs d'avoir acheté le bon billet. Ces éléments tendent logiquement à énerver.

Est-ce pour cela que le projet GITA a vu le jour?

Tout à fait, en plus d'autres facteurs. Le système tarifaire actuel est bon mais très complexe. Faire des modifications est très difficile, demande beaucoup de coordination et coûte cher. Pour l'avenir, nous avons besoin d'un système capable d'évoluer, qui puisse tenir compte des changements des besoins de la clientèle. Par ailleurs, les milieux politiques et les commanditaires attendent que le paysage tarifaire devienne plus simple.

Quelles sont leurs attentes exactement?

Comme nous, ils veulent un système tarifaire cohérent qui mette fin aux actuels pièges pour la clientèle, et qui puisse faire face à l'avenir. De plus, les commanditaires, tel que l'Office fédéral des transports, tiquent toujours sur les coûts élevés du système, dus à sa complexité.

D'où viennent majoritairement ces coûts?

Le système tarifaire et toutes ses particularités régionales doivent être représentés sur la plateforme de distribution commune aux transports publics suisses, NOVA. Celle-ci a créé une excellente base et simplifié beaucoup de choses. Toutefois, les différentes exigences régionales ont re-complexifié la base de données. Il faut se l'imaginer comme des couches: chaque particularité représente une nouvelle couche, qui vient recouvrir le système de base. La moindre modification doit alors être reprise dans toutes les couches. Une bonne partie des coûts d'exploitation de NOVA est due à la gestion de ces particularités.

Quelle approche poursuivez-vous dans GITA pour réduire la complexité, éliminer les incohérences de prix et diminuer les coûts?

À l'avenir, il ne doit plus y avoir qu'un prix par parcours. Pour ce faire, le système doit se fonder sur une logique de formation des prix uniforme. À ce sujet, le Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass a déjà décidé que le calcul s'appuierait sur les kilomètres tarifaires. L'objectif devient: un voyage, un prix.

Gerd Probst, vous apportez une certaine perspective extérieure sur le système suisse. Où voyez-vous les principaux défis de GITA?

Nombre des incohérences citées sont dues à un conflit d'intérêts autour des recettes. Les uns souhaitent exploiter au mieux la disposition à payer, alors que les autres mettent la priorité sur les besoins des clients sensibles aux prix. Dans le trafic commandé, il faut en sus tenir compte de la politique des transports. Enfin, le système ouvert, un point-clé des transports publics suisses, doit être préservé. Tous ces aspects doivent être pris en considération.

«Le plus important est d'avoir une logique de formation des prix uniforme au niveau suisse mais qui puisse être appliquée avec une certaine souplesse.»



Gerd Probst dirige le cabinet de conseil «Probst & Consorten» depuis 1997. Sise à Dresde, l'entreprise développe des stratégies de marketing pour les transports publics. Gerd Probst dirige en sus le groupe de travail propre à GITA.

Comment pensez-vous résoudre ce conflit d'intérêts entre cohérence et flexibilité au sein du projet?

Le plus important est d'avoir une logique de formation des prix uniforme au niveau suisse mais qui puisse être appliquée avec une certaine souplesse. Le concept initial doit livrer un système flexible comportant des principes nationaux applicables localement. Il y aura un prix de base fondé sur les kilomètres tarifaires, mais celui-ci pourra être adapté selon la situation commerciale locale. Combien d'embouteillages y a-t-il sur ce parcours? À combien se monte la contribution des commanditaires? Quelle concurrence règne face au trafic individuel? Ces paramètres doivent influencer sur le prix, et c'est aux propriétaires de tarif et aux commanditaires d'en décider ensemble.

Les prix seront donc calculés uniquement à l'aide de kilomètres tarifaires. Des billets de zone ne seront plus possibles?

Un élément central de la nouvelle logique tarifaire est la séparation entre la for-

mation des prix et le point de vue de la clientèle. En arrière-plan, nous avons une monnaie uniforme: le kilomètre tarifaire. Celui-ci est utilisé uniformément pour les parcours et les espaces, soit les zones. En revanche, la forme sous laquelle un trajet est proposé aux voyageurs, soit par un billet de parcours ou de zone, les assortiments s'appuyant sur cette base et le nombre de kilomètres tarifaires décomptés restent de la décision des propriétaires des tarifs. Ainsi, nous bénéficions d'une logique claire pour le prix et d'une valeur unique pour chaque espace de Suisse.

De quelle liberté jouiront encore les entreprises de transport et communautés, ou les cantons, dans la formation des prix?

Nous sommes là à la pointe d'un énorme iceberg. Le nouveau système offre fondamentalement davantage de souplesse, en particulier dans le trafic touristique. Dans le trafic longues distances, le conflit d'intérêts entre l'aspect commercial et les objectifs des cantons en matière de politique des transports fait rage. Il y a encore beaucoup de détails à régler à cet égard, avant de pouvoir compter sur une gouvernance bien faite.

Le projet entre maintenant dans la phase de ces travaux de détail. Quelles sont les prochaines étapes?

Nous avons posé un fondement important. Il y a maintenant en effet de nombreuses questions de détail à clarifier: comment appliquer les différents instruments? quelles conséquences ont-ils? quelles questions se posent quant à la gouvernance? quelles nouvelles marges de manœuvre ont les acteurs? Nous avons encore beaucoup de travail.

Cette étape consiste-t-elle également à se regarder en face et à prendre position en toute honnêteté sur les questions critiques, difficiles?

Il s'agit d'une part de concrétiser les chances du nouveau système tarifaire: comment créer des produits innovants? comment concevoir des marges de manœuvre locales? quelles nouvelles possibilités s'ouvrent pour les plateformes numériques? D'autre part, unis au sein de la branche, nous devons avoir le courage de tester des choses, d'être plus malins, quitte à parfois se prendre un coup.



Un mariage harmonieux entre les communautés et le SDN: ce que recherche GITA.

«Le statu quo n'est en aucun cas une option.»

Helmut Eichhorn, Gerd Probst plaide pour avoir le courage d'essayer des choses. Qu'est-ce que vous testeriez? À quels problèmes voudriez-vous vous attaquer en premier?

À court terme, je résoudrais certainement quelques-uns des problèmes sur lesquels bute la clientèle aujourd'hui, par exemple les incohérences de prix déjà abordées. Avec GITA, je vois surtout l'occasion d'aménager le paysage tarifaire de sorte à pouvoir mettre en œuvre des modifications à l'avenir sans devoir démonter tout le système. Nous ne savons pas aujourd'hui quels besoins auront nos clientes et clients dans dix à vingt ans. GITA doit fournir la base permettant de répondre à ces besoins avec la rapidité et la souplesse nécessaires.

De nombreuses parties ont des attentes envers le projet. Lesquelles peut-il satisfaire, et lesquelles pas?

GITA livre la base selon laquelle transformer le paysage tarifaire, mais le projet ne répondra pas à la question des offres que nous souhaitons développer en faveur de la clientèle. Le projet GITA vise un concept initial. Ensuite seulement suivront des projets de réalisation, lesquels généreront des plus-values concrètes pour nos clients.

Combien de temps faudra-t-il pour que les voyageurs ressentent ces plus-values?

La stratégie de l'Alliance SwissPass fixe les adaptations perceptibles par la clientèle à l'horizon 2025. GITA sera certes clos vers l'été 2022, mais les vrais travaux de mise en œuvre débuteront ensuite. La vitesse de ceux-ci dépendra notamment de la mesure dans laquelle on aura pu se mettre d'accord sur des préceptes dans le concept initial. Cela pourra alors aller très vite jusqu'à ce que l'on ressente de premiers résultats.

Pourquoi ne peut-on pas aller plus vite, d'autant que l'on connaît les problèmes existants?

Nous avons aujourd'hui un système qui a crû au fil des décennies, certains éléments existaient déjà il y a cent ans. Nous ne pouvons pas métamorphoser ce système du jour au lendemain. Néanmoins, nous savons pertinemment à quel point la pression du temps et les attentes sont élevées. Nous bâtissons le système du futur et souhaitons être sûrs que les bases élaborées ne devront pas être remises en question dans quelques années déjà.

Une possibilité serait-elle que, finalement, rien ne change?

Non, car nous avons tous conscience d'une chose: pour pouvoir rester compétitifs à l'avenir, nous devons adapter notre système tarifaire. Une révolution n'est pas nécessaire, mais le statu quo n'est en aucun cas une option.

L'OFT a approuvé la Réglementation sur l'utilisation des données

La nouvelle «Réglementation sur l'utilisation des données dans les transports publics» (RUD) est entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2021. Elle régit l'utilisation des données de clients générées par la vente de titres de transport nominatifs par les entreprises de transport et les communautés. Par exemple, un «opt in» doit désormais être mis en œuvre en matière de marketing, c'est-à-dire que les personnes doivent explicitement accepter le fait d'être contactées à des fins publicitaires. La RUD a à présent été approuvée par l'Office fédéral des transports. Les sociétés de transports publics ont jusqu'au 30 juin 2022 pour réaliser les adaptations techniques nécessaires.

Une large part des données de clients et de distribution des transports publics suisses sont enregistrées dans la base de données NOVA. Jusqu'ici, seules quelques grandes entreprises s'occupaient activement du traitement de ces données. «Or puisque leurs possibilités d'utilisation ne cessent de s'étendre, l'intérêt des entreprises de transport et des communautés devrait suivre la même tendance», explique Gianni Di Paola, chef de projet Protection des données et analyse à l'Alliance SwissPass. Par ailleurs, les récentes innovations telles que la billetterie automatique rendent nécessaire de revoir la réglementation de l'utilisation commune des données dans la branche. Enfin, des modifications des conditions-cadres légales, notamment l'entrée en vigueur du Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne et la prochaine révision de la loi suisse sur la protection des données, entraînent de nouvelles exigences à respecter vis-à-vis de la conformité au droit de la protection des données.

Les intermédiaires sont les principaux utilisateurs des données clients

La nouvelle «Réglementation sur l'utilisation des données dans les transports

publics» (RUD) constitue la réponse de la branche à ces développements. Elle décrit les droits d'utilisation selon un modèle de trois piliers. Les principaux utilisateurs des données sont les «intermédiaires», qui génèrent des données en vendant des prestations de transports publics et peuvent employer celles-là sans restriction. Un autre rôle important est joué par les communautés et le mandataire CFF, qui bénéficient également de larges droits d'utilisation. Deux fois par année seulement, les entreprises de transport et les communautés peuvent recourir en sus à des données auxquelles elles n'auraient autrement pas droit selon la RUD. «On parle dans ce cas d'utilisation élargie des données», détaille Gianni Di Paola.

Aussi bien l'Assemblée des communautés que l'ensemble des participants au Service direct national ont approuvé l'application de la réglementation au printemps. Elle est donc entrée en vigueur en tant qu'annexe à la Convention 500 de l'Alliance SwissPass au 1^{er} juillet 2021 et est devenue contraignante pour toutes les entreprises de transport et communautés. Récemment, c'est l'Office fédéral des transports qui a autorisé la réglementation et son intégration à la C500. Les entreprises et communautés ont ainsi un

Les trois piliers de l'utilisation des données



Intermédiaire

– Traitement des données tirées de la vente des assortiments des TP (SDN, communautés) par l'intermédiaire (ET, communauté, tiers)



Communautés et mandataires

– Traitement des données tirées de la vente des assortiments communautaires par les communautés étant propriétaires de tarifs (ou par les ET mandatées)
– Traitement des données tirées de la vente des assortiments du SDN par le mandataire du SDN
– Traitement des données par l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass dans le cadre de la répartition des recettes



Utilisation élargie des données

– Traitement restreint des données tirées de la vente des assortiments du SDN par une ET/communauté non intermédiaire
– Traitement restreint des données tirées de la vente des assortiments d'une communauté par une ET/communauté non intermédiaire ou le mandataire du SDN

délai transitoire courant jusqu'au 30 juin 2022 pour procéder aux adaptations techniques requises. Depuis août, un groupe de travail de l'Alliance SwissPass œuvre en outre en vue de créer notamment les conditions techniques dans la base de données NOVA.

Opt in obligatoire pour la publicité

La RUD remplace la réglementation sur l'utilisation des données du Service direct national figurant dans le Tarif 615 et comprend les principales nouveautés suivantes par rapport à celle-ci:

– **Opt in pour le marketing:** il est dorénavant obligatoire de recueillir le consentement exprès de toute personne pour pouvoir la contacter par e-mail ou par courrier à des fins publicitaires, alors que, jusqu'à présent, la personne devait retirer son consentement (opt out). «Ledit consentement, nommé «permission TP», est obtenu une fois pour toutes les entreprises de transport participantes, les communautés et les prestataires tiers», explique Gianni Di Paola, qui a accompagné de près l'élaboration de la RUD. «Cela a pour avantage pour la clientèle qu'elle ne doit approuver la prise de contact à des fins publicitaires qu'une seule fois, et pas séparément pour chaque inter-

médiaire.» Une éventuelle désinscription peut aussi se faire pour l'ensemble de la branche d'un coup, bien qu'elle reste possible de manière différenciée pour chaque intermédiaire.

– Réglementation relative aux données de la billetterie automatique:

les données tirées de la billetterie automatique doivent être livrées dans la base de données NOVA de manière analogue à celles des autres billets électroniques. Cela concerne les données de clients et les données de prestations. En revanche, les données permettant des profils de déplacement plus détaillés, par exemple les données de localisation GPS, ne doivent pas être fournies et restent dans l'entreprise exploitante.

– **Intégration des communautés:** les communautés sont désormais entièrement intégrées à la réglementation. Le traitement des données leur revient lorsqu'un assortiment communautaire est donné comme prestation. Dans le même temps, les entreprises de transport ont maintenant le droit d'utiliser les données d'abonnements et de billets de communautés qu'elles ont vendus.

– **Conformité:** la RUD comble une lacune en matière de conformité en ce qui concerne la «responsabilité com-

mune» (ou «coresponsabilité») valant dans les transports publics par rapport aux données de NOVA. Elle définit la limite entre la responsabilité commune et la responsabilité individuelle en matière de droit de la protection des données. Généralement, cette limite suit les frontières des systèmes. «En ce qui concerne leurs propres programmes de traitement des données, les entreprises de transport et les communautés sont seules responsables du respect des exigences légales», précise Di Paola. «En revanche, dans NOVA, toutes les sociétés assument une responsabilité commune et doivent observer les standards en vigueur dans la branche.»

Davantage d'informations

Vous trouverez plus d'informations, dont la documentation de formation sur la réglementation, sur allianceswisspass.ch/protection-des-donnees-interne. La RUD peut également être téléchargée à partir de cette page.

Quels sont les projets en cours dans la branche?

FlexiAbo, Vendita21, Whim, carte journalière école, stratégie du SwissPass – de nombreux projets battent leur plein au sein de l'Alliance SwissPass, dans les communautés tarifaires et dans les entreprises de transport. Ces travaux portent sur l'application de modifications tarifaires, les tests de nouveaux assortiments, l'introduction de nouvelles plateformes numériques ou l'avancement de projets stratégiques. Difficile de conserver une vue d'ensemble de tout cela, ce pourquoi nous récapitulons ici les principaux projets en cours dans la branche des transports publics.

Projets de mise en œuvre de la Stratégie 2025

L'Alliance SwissPass a lancé six projets de mise en œuvre après l'approbation de sa [Stratégie 2025](#).

Cartes à oblitérer

Le projet Cartes à oblitérer a déjà été finalisé après son approbation par les commissions Marché et Distribution. Ces commissions ont décidé de lever l'obligation nationale d'oblitérer les titres de transport au 1^{er} janvier 2025. Sur le plan régional, des oblitérateurs peuvent continuer à être exploités jusqu'à la fin de leur durée de vie même si elle dépasse ce délai. Aucun nouvel appareil ne doit cependant être acquis. Des cartes à oblitérer électroniques peuvent être proposées en remplacement comme c'est déjà le cas dans certaines communautés (p. ex. Onde Verte et le Zürcher Verkehrsverbund). Tous les exploitants d'applications pourront introduire des cartes à oblitérer électroniques à partir de la fin 2022 via la plateforme de distribution NOVA. Une transition sans interruption vers les canaux numériques d'ici au début 2025 est ainsi garantie. Pour la vente par des tiers, c'est le nouveau système de bons qui proposera des solutions.

Gouvernance de l'information à la clientèle

En 2021, l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass s'est procuré les ressources en personnel nécessaires pour répondre aux exigences croissantes des voyageurs et des entreprises de transport en matière d'information à la clientèle. L'idée du projet est d'établir un standard commun de l'information à la clientèle sur la base des actuelles Prescriptions 580 – FIScommun de pair avec l'Office fédéral des transports (OFT), les commanditaires et les entreprises de transport. L'objectif est non seulement d'avoir des directives contraignantes, mais aussi d'augmenter l'efficacité en exploitant des synergies. Un concept initial doit préciser les prochaines étapes d'ici au printemps 2022. En sus des initiateurs du projet, l'Union des transports publics et Remontées Mécaniques Suisses participent aux travaux.

Garantie des recettes

Le projet Garantie des recettes est subdivisé en quatre sous-projets. Le sous-projet «Renforcement, concertation et définition de processus des groupes de travail» a déjà été finalisé. Dans ce cadre, un processus standardisé a été élaboré afin de définir comment les nouveaux assortiments sont évalués avant leur introduction sur le plan de la garantie

des recettes. Dans le sous-projet «Mesures concernant l'assortiment existant», le groupe de travail a défini sept champs d'action illustrant les principaux potentiels d'abus relatifs à la garantie des recettes. Y sont traités des points tels que le grand nombre de résultats de contrôle partiellement valables, la gestion de la souplesse ou le check-in tardif dans la billetterie automatique. Le sous-projet «Standards communs et bonnes pratiques soutenant l'exploitation» vise à établir un concept en vue d'une formation obligatoire, uniforme et périodique pour les assistant(e)s clientèle. Quant au sous-projet «Analytics», il a été suspendu dans le cadre des mesures d'économies budgétaires de l'Alliance SwissPass.

Stratégie du SwissPass 2025

Dans le contexte de la numérisation continue et de l'évolution des besoins de la clientèle, le SwissPass et SwissPass Mobile gagnent tous les jours en importance dans les transports publics. Pour cette raison, l'Alliance SwissPass a dressé une stratégie du SwissPass. Celle-ci comporte sept orientations indiquant la voie à suivre en vue de la poursuite du développement de l'«écosystème SwissPass». Le SwissPass doit devenir un standard uniforme dans le cœur de métier des transports publics, ce pourquoi les billets unitaires doivent



y être référencés. Tous les processus de distribution et d'administration seront numérisés et entièrement automatisés, si bien que la carte physique ne sera plus proposée qu'en option à l'avenir. En outre, la pertinence d'une extension de SwissPass Plus, que ce soit pour les clients ou la branche, fait l'objet d'un examen. Une vue d'ensemble des orientations stratégiques est disponible sur la page allianceswisspass.ch/strategie-swisspass-2025.

Stratégie relative aux données

Comme le montrent les explications sur la Réglementation sur l'utilisation des données (pages 12+13), les entreprises œuvrant dans et autour des transports publics possèdent une importante quantité de données variées. Cela pose des questions quant aux droits d'utilisation et aux responsabilités. On ne sait pas comment utiliser conjointement les données pour qu'il en résulte une plus-value pour la clientèle. Face à cette

problématique, un groupe de travail a réfléchi à une stratégie commune relative aux données. Il vise d'une part des cas d'application concrets à l'égard de l'utilisation commune des données, et d'autre part une stratégie à plus long terme au sein de l'Alliance SwissPass. Des avantages doivent servir les voyageurs par le regroupement de données et d'informations cohérentes des entreprises de transport et des communautés. L'élaboration d'une stratégie commune développera encore l'utilisation des données. De premières propositions concrètes ont été faites et sont soumises à la consultation des organes de l'Alliance SwissPass. D'ici au premier trimestre 2022, les résultats seront pris en compte dans la révision stratégique de l'organisation de la branche.

Le présent magazine livre des informations détaillées sur le projet «Concept initial de système tarifaire intégré» en pages 9 à 11.

De nombreux projets portent sur des solutions de distribution numériques.

Mesures tarifaires et d'assortiment

Au 12 décembre 2021 (changement d'horaire)

- Les enfants de moins de six ans voyagent toujours gratuitement.
- La carte journalière Enfant peut désormais être employée pour les voyages de groupe.
- Le surclassement dégriffé est lancé: les titulaires d'un titre de transport de deuxième classe peuvent passer en première classe pour un prix abordable.
- Toutes les cartes à oblitérer sont uniformément valables une année.
- Les abonnements de parcours chien, les abonnements de parcours à la semaine et les billets circulaires sont retirés de la vente.
- La télécabine Le Châble – Verbier rejoint les champs d'application AG et demi-tarif.
- Les offres pour vélo (passeport vélo, carte journalière vélo, etc.) sont valables sur les lacs de Thoune et de Brienz.
- Le train du Monte Generoso et le réseau urbain de Lausanne intègrent le Service direct national, de sorte à ce que l'on puisse acheter des billets de bout en bout vers et à partir de ces arrêts.

Au 1^{er} janvier 2022

- Carte journalière pour les sorties scolaires et sportives: lors de sorties scolaires ou sportives regroupant au moins dix personnes, les enfants et jeunes jusqu'à 25 ans peuvent acheter une carte journalière spéciale au prix de 15 francs par personne.
- Diverses adaptations du Swiss Travel Pass (réduction du prix, nouvelles durées de validité, uniformisation des rabais pour les jeunes)

Courant 2022 (date pas encore fixée)

- Référencement des cartes Junior et Enfant accompagné sur le SwissPass (d'ici juin)
- Référencement de la carte d'accompagnant sur le SwissPass (d'ici fin 2022)
- Introduction de billets dégriffés pour les petits groupes (pas garantie en 2022)

Une liste actuelle, complète et détaillée de toutes les mesures tarifaires figure sur allianceswisspass.ch/adaptations-tarifs.

Les transports publics seront nettement plus abordables en particulier pour les enfants et jeunes, la clientèle de demain.



Projets pilotes et tests de marché

Projet	Entreprises participantes	Brève description
Nouvelles formes de prix et d'abonnement		
Crédit de transports publics	Alliance SwissPass CFF Tarifverbund Zug Zugerland Verkehrsbetriebe (ZVB)	Le modèle de prix du crédit de transports publics consiste à commencer par acheter un certain avoir à prix réduit, puis à l'utiliser pendant une année en achetant des cartes journalières et des billets personnels (au nom du titulaire du crédit) via la billetterie automatique. Différents montants d'avoir peuvent être proposés.
Abonnement avec jours à choix	Mobilis Frimobil	L'abonnement avec jours à choix est un abonnement annuel dont les «jours d'utilisation» (limités) peuvent être sélectionnés dans un calendrier numérique ou au guichet.
Plafonnement du prix	A-Welle Transports publics lausannois (tl) Auto AG Uri/Kanton Uri CGN	Le modèle du plafonnement du prix fait en sorte que le prix que paie un client pour tous ses trajets soit plafonné à un certain montant. Une fois le plafond atteint, toutes les autres courses sont gratuites. Le prix peut être plafonné sur une journée, une semaine, un mois ou une année et se rapporter à un montant ou à un nombre de titres de transport maximal.
Billets dégriffés dans les communautés	Passepartout Ostwind Mobilis Frimobil	Les billets dégriffés cherchent à guider la clientèle sensible aux prix vers les heures creuses. Renoncer à une partie de la souplesse du système ouvert permet de bénéficier d'un rabais. Plus les prévisions d'occupation du moyen de transport sont faibles, plus le prix est réduit.

Vous trouverez une liste de tous les tests de marché sur de nouvelles formes de prix et d'abonnement sur allianceswisspass.ch/nouveaux-modeles-abo.

Distribution

Billet unitaire sur le SwissPass	Zugerland Verkehrsbetriebe (ZVB) CFF	Les voyageurs achetant leur billet auprès des chauffeurs des bus des ZVB peuvent le faire charger directement sur leur SwissPass personnel.
Vendita21	Chemins de fer rhétiques (RhB) Bus Chur	Grâce au système de distribution Vendita21, les billets achetés aux distributeurs sont uniquement émis sous forme numérique et référencés sur des supports de données, tels que le SwissPass, les cartes de crédit et de débit.
Graubünden 360	Chemins de fer rhétiques (RhB)	Une solution web et mobile vise à inspirer les touristes et les personnes habitant la région à effectuer – et directement réserver – des offres touristiques.

Mobilité multimodale

Whim / MaaS Global	Transports publics fribourgeois (TPF)	L'application «Whim» permet d'acheter des billets unitaires du Service direct national et de quatre communautés desservies par les TPF, soit Frimobil, Mobilis, Onde Verte et Libero. L'application propose en sus d'autres offres de mobilité.
yumuv	Basler Verkehrs-Betriebe (BVB) BERNMOBIL Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ) CFF	L'application «yumuv» donne accès à différents prestataires de micromobilité, comprenant trottinettes électriques, vélos électriques, vélos cargos et carsharing, et à tout le réseau des transports publics. Elle propose également des abonnements intermodaux.
ZüriMobil	Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ)	L'application «ZüriMobil» fournit des informations en temps réel sur l'offre de mobilité de Zurich et indique quelles offres sont disponibles à proximité.
ZenGo	Transports publics lausannois (tl)	Comme yumuv, ZenGo aide les voyageurs à voyager de manière multimodale, cette fois à Lausanne et Genève.

La liste ne s'arrête pas là. D'autres projets et tests de marché, tels que des offres à la demande (bus et taxis sur appel), des véhicules autonomes et des plateformes numériques, sont en cours. Vous trouverez la meilleure vue d'ensemble dans le [radar à projets et à tendances de l'Alliance SwissPass](#), librement accessible aux collaboratrices et collaborateurs des entreprises de transport et communautés.

Salut KUBA! Un adieu en plusieurs étapes

Après presque trente ans d'exploitation, une ère informatique s'achève: la base de données de clients «KUBA» prend une retraite bien méritée. C'est l'occasion de revenir sur son histoire. Introduite initialement pour gérer les données de quelque 150 000 abonnements généraux, KUBA comprend aujourd'hui celles de plus de 7,3 millions de clients des transports publics.

Les anciens actifs dans la vente de prestations de transports publics depuis des décennies se rappellent probablement la «guerre du papier» qui régnait lorsqu'un abonnement général était vendu. Jusqu'au début des années 1990, pour chaque AG vendu, une attestation de retrait devait être remplie à la main en trois exemplaires. Une copie était conservée par le service d'émission et servait de preuve pour l'octroi d'un AG de remplacement, s'il arrivait que le voyageur perde son abonnement. Avant le numérique, ce travail représentait une charge considérable, quand bien même «seuls» quelque 150 000 abonnements étaient en circulation.

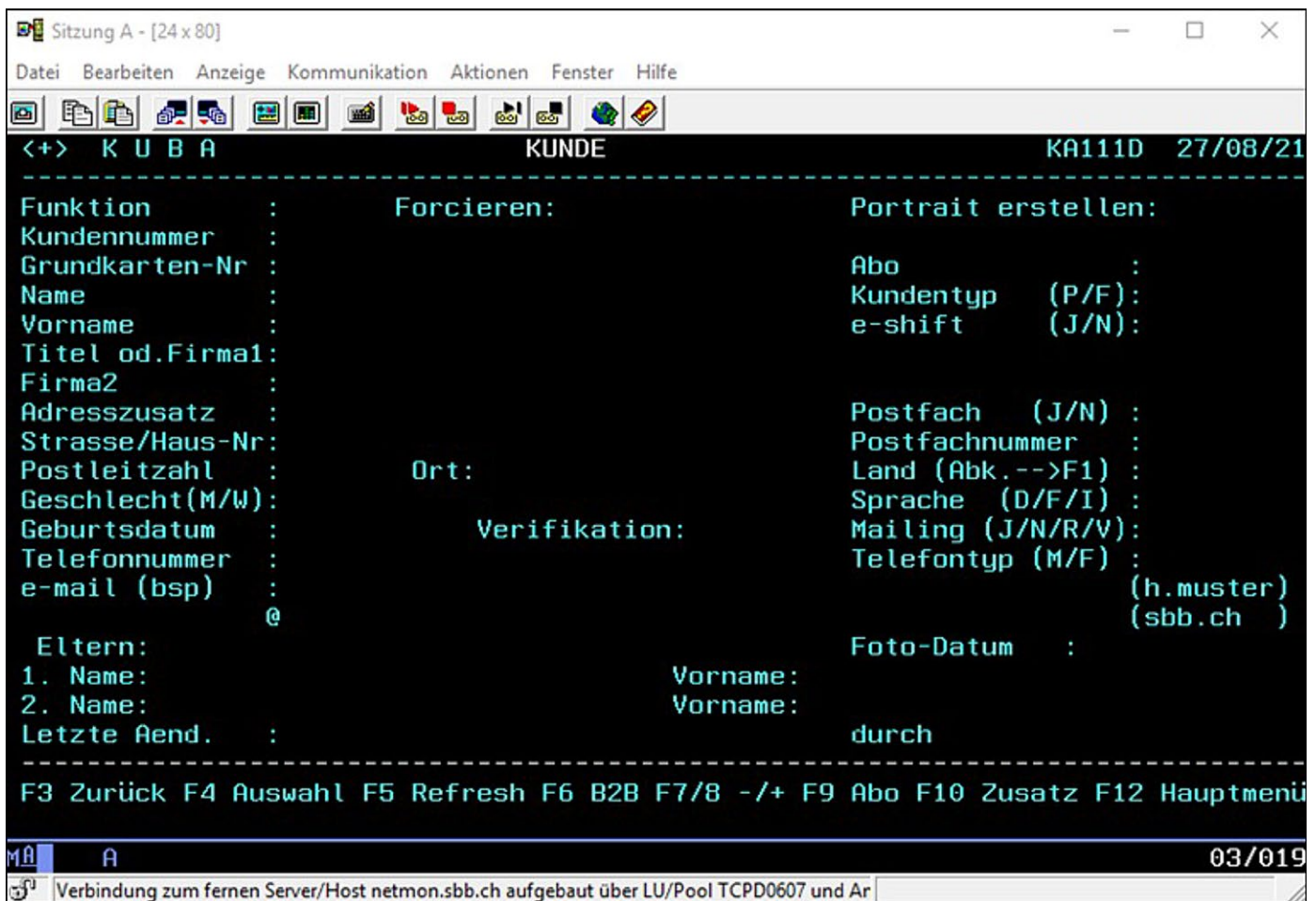
1993: le saut dans l'ère numérique

L'introduction du premier ordinateur de vente «ESG» (*Elektronisches Schaltergerät*) dans les grands services a fait germer l'idée aux CFF de développer une base de données électronique. La base de données de clients «KUBA» (*Kundendatenbank*) a été lancée en mai 1993 afin de gérer les données d'adresse des clientes et clients AG de manière centralisée et d'optimiser la vente et les prestations de service, notamment le remplacement en cas de perte. Dès le début, la base de données était pourvue d'outils visant à améliorer la qualité des adresses. En effet, des listes d'adresses

L'ESG testé à un guichet à Berne en 1985.

© CFF Historic





nationales étaient enregistrées pour vérifier les indications, et une reconnaissance des doublons était implémentée. Déjà à l'époque, on pouvait aussi rechercher des données phonétiquement.

Nicolas Guenot, alors développeur chez CFF Informatique, se remémore: «Le 1^{er} mai 1993, vers cinq heures du matin, le premier abonnement a été vendu à Soleure: c'était un AG chien! Sur le plan technique, le lancement de la base de données s'était fait sans difficulté notable.»

Entraînement sans système test

Au début, seul était disponible le système productif. Cela signifie que le personnel des points de vente ne pouvait pas être formé sur un système test proche du véritable. Au contraire, il devait se satisfaire d'informations écrites et de captures d'écran de l'application. Et pourtant, au 1^{er} mai 1993, les abonnements généraux ne pouvaient plus être vendus que via KUBA. Selon Lukas Stauffacher, alors chef du projet auprès de CFF Voyageurs,

les débuts de la base de données ont parfois été franchement chaotiques, au point de ne pas avoir du tout les faveurs des collaboratrices et collaborateurs. Le «*learning by doing*» (ou «apprentissage par la pratique») tel que l'on l'appellerait aujourd'hui était déjà de rigueur.

Du papier au format carte de crédit...

Seulement trois ans après la mise en service de KUBA, la branche est passée de l'émission de l'AG sur papier à la carte plastique, alors bleue. Des interfaces ont dû être créées pour exporter les données vers le partenaire externe chargé de la personnalisation des cartes. La première épreuve de force du système a eu lieu à la fin 1996, lors de l'introduction de l'abonnement demi-tarif deux ans, produit dès le début sur la carte bleue. Cette extension de l'assortiment a eu pour conséquence l'ajout d'un million de clients à la base de données KUBA. L'abonnement coûtait alors 222 francs – et ce n'est pas un hasard si ce numéro fut ensuite celui auquel envoyer les SMS de consultation de l'horaire.

Alors interface standard dans les systèmes centralisés: le «KUBA noir» dans une émulation E3270, avec affichage monochrome et manipulation par les touches F.

© CFF

À partir de 1997, les données des titulaires d'abonnements communautaires ont progressivement été enregistrées dans KUBA, à commencer par celles du Zürcher Verkehrsverbund (ZVV). Deux ans plus tard, les changements d'adresse annoncés à la Poste étaient repris automatiquement dans la base de données des transports publics.

... et de l'ESG au ZPG

La grande diversité des articles a poussé le développement des canaux de vente. Les CFF ont commencé par le prédécesseur de Prisma 2, l'«ESG», une machine Olivetti DOS. L'établissement des technologies Internet a entraîné à sa suite, aux CFF, le Ticket-Shop, le «BATS» (*Billettautomat Touch Screen*, distributeur de billets à écran tactile) et le S-POS (distributeur de billets de nouvelle génération) pour la vente en libre-service, ainsi que l'appareil du personnel des

trains «ZPG» (*Zugpersonalgerät*). ZPG2 a permis de rechercher les titulaires d'abonnements perdus directement dans le train, dans KUBA. Par leur publication en ligne, les articles KUBA ont pu être proposés également via les appareils des communautés, par exemple aux distributeurs de Libero. Du fait de l'utilisation très répandue de l'ESG et de Prisma 2 dans la branche, la base KUBA était automatiquement disponible dans de très nombreuses entreprises de transport. En outre, l'ensemble de la branche profitait de données de clients et d'abonnements centralisées, servant notamment à organiser des campagnes de marketing (e-mails de renouvellement p. ex.).

Rattacher les systèmes périphériques et étoffer l'assortiment

Au fil du temps, d'autres systèmes périphériques ont été rattachés à KUBA, toutefois sans vente directe, parmi les-

Le «KUBA blanc»: intégré au système de vente «Prisma 2», vue «Données du client».
© CFF

Kundendaten (60101)

Grundkarten- / Kunden-Nr | 000 - 000 - 000 - 0

Anrede Herr Frau Firma

Titel

Name

Vorname

Adresse

Postfach Postfachnr 0 Adresszusatz

Strasse / Nr

Land / PLZ / Ort CH Adresse forcieren

E-Mail Adresse @

Geburtsdatum Mailing Sprache

Telefon

Foto seit Letzte Mutation

Départ à la retraite échelonné

31 janvier 2022:

arrêt de la synchronisation de KUBA vers NOVA (partenaires commerciaux et KoServ)

- Saisie de nouveaux clients possible uniquement dans CASA ou le système NOVA-Powertools (la synchronisation de NOVA vers KUBA demeure).
- Mutation de clients possible uniquement dans CASA ou le système NOVA-Powertools (la synchronisation de NOVA vers KUBA demeure).
- Vente encore possible des articles KUBA.

31 mars 2022:

arrêt de la vente KUBA

- Les articles KUBA ne peuvent plus être vendus.
- Les articles KUBA qui n'ont pas été migrés ne peuvent plus être vendus.
- Le service après-vente des articles KUBA en circulation reste possible.

31 décembre 2022:

arrêt définitif de tout KUBA

- Le service après-vente des articles KUBA n'est plus possible.
- Il n'y a plus de streams KUBA.

quels la plateforme de marketing «Mobil-Bonus», l'abonnement Voie 7 ou le Magic Ticket destiné aux enfants. Les données d'adresse du système «Tik Travel Office» employé par les agences de voyage CFF étaient également gérées dans KUBA.

Le panel de produits KUBA s'est lui aussi progressivement élargi: les abonnements Park+Rail (y c. gestion des contingents de places de stationnement dans KUBA), l'AG vélo, le pass Expo.02, les cartes Junior, les cartes journalières Commune, le Passeport Musées, le livret protection des transports publics et même des forfaits de ski faisaient partie de la base de données. Afin d'une part de décharger le personnel de vente et les équipes du Contact Center CFF à Brigue, et d'autre part de fidéliser davantage les voyageurs aux transports publics, l'équipe de KUBA a par ailleurs développé plusieurs processus automatisés:

- «Demi-tarif avec BV»: le client pouvait renouveler son abonnement demi-tarif pour un, deux ou trois ans à l'aide d'un bulletin de versement (BV).
- «Demi-tarif entreprise»: tous les employés de la Poste et de Swisscom recevaient automatiquement un abonnement demi-tarif payé par leur employeur.

- «AG avec facture mensuelle ou annuelle»: la rupture de média entre «EasyBilling», qui gérait les contrats, et Prisma 2, qui produisait les abonnements, avait été supprimée.
- «Demi-tarif en abonnement»: si l'abonnement demi-tarif avait été payé par carte de crédit ou de débit, après le premier achat au guichet, le renouvellement de l'abonnement se faisait automatiquement à l'échéance.

La base de données KUBA est exploitée depuis presque trente ans. Une incroyable longévité pour un programme informatique. Pourquoi cette longévité? «Migrer les données récoltées dans un nouveau système représente énormément de travail. Celui-ci n'en vaut la peine que si des arguments très forts le justifient, par exemple le remplacement d'une plateforme ou une adaptation profonde de la structure de données», explique Jürg Gautschi, fin connaisseur de KUBA chez CFF Marché Voyageurs. Par ailleurs, «KUBA était extensible quasiment à volonté et bénéficiait d'une fiabilité et d'une stabilité extraordinaires.»

Que garde-t-on pour la suite?

Certains éléments de KUBA ayant fait leurs preuves ont été conservés dans la nouvelle solution (NOVA). Par exemple, le numéro de client, clé unique de chaque individu, est maintenu, tout comme les outils efficaces soutenant la qualité des adresses (avec toutefois un produit légèrement modifié). En revanche, la nouvelle technologie se distingue complètement de l'architecture du système des années 1990.

À propos de technologie: la désignation «KUBA noir» (page 19) n'est connue que des spécialistes. Contrairement au «KUBA blanc» (page 20), principalement d'usage sur les écrans clairs équipés de Prisma 2 du personnel de vente, la version noire est employée par les services de support, tels la Centrale Vente ou le Contact Center CFF, dans l'émulation 3270. Et Gautschi de rapporter qu'aux CFF, les responsables de l'application sont appelés «KUBAner» (Cubains). Il reste à espérer que l'équipe pourra réellement s'accorder des vacances dans les îles après le démantèlement de la base de données...

Comment comprendre?



Stefan Ehrbar

Âgé de 30 ans, il est journaliste économique chez «CH Media» et tient indépendamment le portail mobimag.ch, qui traite de sujets de mobilité avec une approche journalistique.

Le «chaos tarifaire» est perçu comme un grand problème des transports publics suisses. Pour les clients, la logique du système est parfois impossible à suivre. Est-ce vraiment si horrible?

Je l'avoue: j'ai été infidèle. J'ai rompu avec mon abonnement général pendant la pandémie de Covid-19 et voyage depuis avec la fonction de check-in. Le fait que le trajet entre mon domicile à Zurich et mon bureau à Aarau, avec le demi-tarif, me soit parfois facturé 22 francs 40 et parfois 24 francs 70 ne trouble pas mon enthousiasme pour cette technologie qui, j'en suis convaincu, mettra un terme aux discussions sur le «chaos tarifaire».

Il risque cependant de s'écouler encore quelques années jusqu'à ce que la billetterie automatique s'impose réellement. Qu'est-ce qui doit changer d'ici-là? Voici une sélection de quatre problèmes et demi.

1. La question des billets dégriffés

La majorité des usagers des transports publics prennent pour acquis que les trains longues distances sont un produit des CFF et que leur tarification s'effectue dans le cadre du Service direct national. Comment expliquer qu'il existe des billets dégriffés pour l'InterRegio 75 entre Lucerne et Zurich Aéroport, mais pas entre Zoug et cette même gare de l'aéroport? «Grâce aux billets dégriffés, les voyageurs peuvent davantage utiliser les trains peu occupés», écrivent les CFF. En tant que client, je me demande: pourquoi y a-t-il donc des billets dégriffés dans l'IC entre Berne et Fribourg, mais pas dans l'ICE entre Berne et Interlaken? Une solution pourrait être que les communautés de transports publics acceptent des billets dégriffés au moins dans les trains du trafic longues distances sur leur territoire. Il est louable que la communauté Passepartout ose procéder à un essai de billets dégriffés. D'autres ont au contraire déjà une réponse toute prête. Les billets dégriffés ne peuvent

pas fonctionner, à choix, parce que la communauté est «trop petite» (A-Welle), parce qu'elle redoute un «sens dessus dessous» (Zürcher Verkehrsverbund) ou une baisse des recettes tirées des abonnements (Tarifverbund Nordwestschweiz). Cette dernière justification est honnête, les autres ne sont pas claires. Personne ne se plaint de billets bon marché sur de courts tronçons. À une ère où chaque compagnie aérienne vend ses places en classe économique à dix tarifs différents, les clients savent se débrouiller avec une option «billet dégriffé» supplémentaire. De plus, le sentiment de faire une affaire est une forte incitation à l'achat.

2. La question du télétravail

Il ne sert à rien de tergiverser: le télétravail est là pour rester. L'AG ne convient plus aux clients concernés, notamment du fait de son prix. En Autriche, qui était tout sauf un pays sous-développé en matière de transports publics, 130 000 «Klimatickets» viennent d'être vendus en l'espace d'un mois. La branche teste au moins un «AG télétravail», ce qui est positif, mais personne ne reprochera aux transports publics d'aller trop vite sur ce sujet.

3. La question de la géographie

Tout le monde n'est pas capable de trouver Berne sur une carte. Cela peut sembler irrespectueux, mais celui qui l'écrit a déjà traversé trois fois de suite pour rien le tunnel routier du Gothard parce qu'il situait le col du Nufenen du mauvais côté. Transposé aux transports publics, cela signifie que les interfaces sur lesquelles les usagers doivent sélectionner une option de via pour acheter leur billet sèment la confusion. La nouvelle interface des distributeurs de billets, sur laquelle il faut plutôt sélectionner une relation, est un grand pas en avant.



4. La question des billets de raccordement

Une pendulaire habite à Dietikon ZH et possède un abonnement du ZVV pour la zone 154. Outre cette zone, le trajet pour Berikon passe par la zone tarifaire 574 de la communauté A-Welle. Cependant, puisqu'il n'existe pas de billets de raccordement dans le Z-Pass, la voyageuse doit également acheter un billet pour la zone 154 bien qu'elle ait un abonnement pour celle-ci. Le député au Grand Conseil zurichois Manuel Sahli a signalé ce cas dans une question. Les responsables ne veulent pourtant pas changer cette situation, une étude approfondie ayant montré qu'une amélioration entraînerait «d'importantes pertes de recettes à hauteur d'au moins une dizaine de millions de francs», selon la réponse du Conseil d'État zurichois.

4.5 La question de l'étranger

Cette question ne compte que pour un demi-point, car elle n'a au sens strict rien à voir avec le système tarifaire suisse: réserver des billets internationaux est un cauchemar. Lorsque j'ai écrit pour la première fois que l'application des CFF ne permettait toujours pas de réserver de billets pour des voyages à l'étranger, l'entreprise a promis de rapidement améliorer les choses. C'était dans la «Schweiz am Sonntag», journal qui a cessé de paraître en 2017. Depuis, cela a trop peu avancé. Les CFF n'ont même plus voulu indiquer à «Watson» une date à partir de laquelle le nouveau système

de réservation fonctionnerait. L'excuse de la collaboration difficile avec les partenaires européens n'est que partiellement admissible. Lorsqu'il y a peu, je voulais choisir des places pour un voyage à Stuttgart en train CFF, je me suis rendu compte que cela n'était pas possible sur le shop en ligne des CFF, mais que c'était en revanche le cas sur bahn.de, et meilleur marché qui plus est. C'est incompréhensible, les voyageurs le remarquent eux aussi et préfèrent réserver leurs billets à l'étranger.

Les problèmes auxquels la branche des transports publics doit faire face ne sont pas monstrueux. L'obstacle de la complexité pour la clientèle est plutôt surestimé à l'ère des solutions numériques. La technologie amène néanmoins de nouveaux problèmes. Avec Fairtiq, il m'arrive par exemple de passer des heures au bureau sans avoir procédé au check-out. Au moins, cela ne m'a encore jamais été facturé, et peut-être que cette application finira un jour par guérir ma tête en l'air.

Carte blanche

L'Alliance SwissPass donne à intervalles irréguliers une carte blanche dans ses publications ou lors de manifestations. Cela offre aux personnes qui les reçoivent une plateforme pour exprimer sans filtre leur avis au sujet des transports publics. Dans cette édition, c'est au tour de Stefan Ehrbar.

Le télétravail est là pour rester.

© Catherina Schürmann, Unsplash

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

Thomas Ammann, Reto Hügli,
Nadine Bachmann
communication@allianceswisspass.ch

Photos

Thomas Hodel, Tim Loosli

Traduction

Bruno Galliker, Floriane Moerch

Conception

Branders Group AG, Zurich

Mise en page

Atelier Scheidegger, Berne

© 2021 Alliance SwissPass

[retour au
sommaire](#)