



zone directe

1 / 2022

Alliance
Swiss
Pass⁺



Comment renforcer les relations des transports publics suisses avec la clientèle?

Sommaire

Éditorial	3
Répondre aux besoins de la clientèle dans un monde en mutation rapide: impossible?	4
Les données comme clés d'offres axées sur la clientèle	6
Le KlimaTicket Ö, ou le catalyseur du tournant autrichien de la mobilité	9
Du lancement à la clôture (probable): le projet «GITA» en 6,5 actes	12
«Sur le transfert du trafic, la branche des TP pédale dans la choucroute»	14
Cure de jouvence pour Fred	17
Les balises sont-elles l'avenir des enquêtes de consommation?	19
Chaque pays a les transports publics qui lui correspondent	22

Éditorial

Les crises sont aussi des chances



Helmut Eichhorn,
directeur de
l'Alliance SwissPass

Les temps que nous vivons sont de plus en plus souvent affublés du nom de «décennie des crises». À peine le pire semble-t-il passé avec le Covid-19, voilà qu'une guerre éclate en Europe. Le monde se dirige maintenant vers une récession avec sur lui l'épée de Damoclès d'une pénurie d'énergie. Dans le même temps, un été caniculaire et d'autres catastrophes naturelles illustrent toujours plus l'urgence climatique.

Toute crise comporte cependant aussi des chances. Le Covid-19 a accéléré la numérisation, dans les transports publics comme ailleurs. La pandémie a aussi resserré les rangs dans notre branche et a montré l'utilité d'une organisation commune telle que l'Alliance SwissPass. Lorsque la guerre en Ukraine a débuté, les chemins de fer ont permis rapidement et simplement aux personnes fuyant le conflit de se rendre en Suisse, et les transports publics leur ont même offert pendant une période la gratuité dans tout le pays.

Malgré cette période difficile, ou grâce à elle, nous ne devons pas oublier que notre clientèle est au centre de notre travail quotidien. La relation entre les entreprises (de transport) et la clientèle est en plein bouleversement. Les comportements de mobilité changent et les besoins varient. Avec Sandro Graf, de la Haute école zurichoise de sciences appliquées, nous examinons dans notre article principal et selon notre devise de l'année quels sont les défis auxquels nous devons faire face pour renforcer les relations avec notre clientèle dans un monde qui tourne toujours plus vite (pages 4 et 5). Martin Russ, directeur d'AustriaTech, présente des approches de solutions à ces défis et les

processus de transformation – en particulier la numérisation, l'automatisation et la décarbonation – qui peuvent être appliqués dans la mobilité (pages 6 à 8).

L'Alliance SwissPass travaille en parallèle à la transformation de son cœur de métier qu'est l'accès aux transports publics. Elle réfléchit notamment à la manière dont les déplacements s'effectueront à l'avenir avec des billets exclusivement numériques (pages 12 et 13). Cela permettra des économies substantielles à moyen terme, par exemple grâce à la suppression des bien connus oblitérateurs aux arrêts (pages 17 et 18). L'organisation de la branche veut aussi franchir une étape dans la saisie des voyages, décisive notamment pour la répartition des recettes de l'abonnement général, et testera à cette fin l'année prochaine une nouvelle méthode de traçage avec des balises Bluetooth (pages 19 à 21).

Nous devons veiller à nous regarder régulièrement dans le miroir et sommes donc heureux que les transports publics suscitent de l'intérêt, comme celui de la conseillère nationale Florence Brenzikof (pages 14 à 16) ou de l'animateur de télévision Patrick Rohr (pages 22 et 23), qui proposent une rafraîchissante vision extérieure des transports publics suisses. Je vous souhaite une excellente lecture, une bonne fin d'année et plein succès en 2023.

Répondre aux besoins de la clientèle dans un monde en mutation rapide: impossible?



Sandro Graf est professeur en marketing à la Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW) depuis 2012. Ses spécialités sont le comportement de paiement, le comportement de consommation, l'expérience client et le service design. De plus, il dirige le «Service Lab», un centre de compétences pour la conception et l'amélioration de produits et de prestations centrées sur la clientèle. Il a présenté un exposé sur le «monde VICA» lors du Forum des communautés du 1^{er} avril 2022 à Givisiez.

Pour les entreprises, il devient de plus en plus difficile de satisfaire les besoins de leur clientèle dans un monde qui va toujours plus vite. La complexité et le dynamisme augmentent, mais il y a toujours moins de temps pour s'adapter aux changements. À quoi se préparer si les évolutions peuvent toujours moins être anticipées? Comment les entreprises peuvent-elles répondre à des clients dont les besoins peuvent changer du jour au lendemain? Cette incertitude offre-t-elle aussi des chances aux entreprises? Sandro Graf, de la Haute école zurichoise de sciences appliquées, fait le point.

Parler de scénarios d'avenir dans les relations avec la clientèle à Sandro Graf, c'est toucher une corde sensible. En effet, ce professeur en marketing à la Haute école zurichoise de sciences appliquées (ZHAW) a beaucoup à dire sur le sujet. Pour lui, une chose est claire: «Pour avoir un avenir, il faut changer d'approche». Nous nous trouvons dans un cadre mondialisé, en mutation rapide et qui semble tourner toujours plus vite. «Les crises se succèdent et nous parvenons difficilement à digérer toutes les informations dont nous disposons. Cette rapidité d'évolution a également des effets tangibles sur le monde économique: les tendances et évolutions sont très difficiles à prévoir, notamment quant aux besoins de la clientèle.»

Cette incertitude place les entreprises face à de vastes défis. «En 2019, l'institut de marketing de la ZHAW a interrogé quelque 400 *chief executive marketing officers* pour savoir à quelles évolutions prochaines ils s'attendaient. Ils étaient unanimes sur le fait que notre environne-

ment deviendra toujours plus complexe et dynamique. Dans le même temps, nous avons toujours moins de temps pour nous adapter aux changements», expose Sandro Graf. Ces constatations ont été faites avant la pandémie de Covid-19 et la guerre en cours en Europe. «Nous sommes fatigués des crises, mais nous devons nous y habituer, car la prochaine ne manquera pas d'arriver.»

«La prochaine crise ne manquera pas d'arriver.»

«Des systèmes bien en place peuvent brusquement disparaître»

Dans l'ère actuelle, un terme souvent employé est l'acronyme «VICA», qui réunit les adjectifs volatil, incertain, complexe et ambigu. Le mot vient des États-Unis,



et plus précisément de l'armée étasunienne, qui s'en servait pour décrire la situation prévalant durant la guerre froide, lorsque le monde n'était plus prévisible et pouvait changer d'un jour à l'autre. «La volatilité se traduit par des changements abrupts tels que les cours des actions en 2020, explique Sandro Graf. Les choses peuvent changer subitement du jour au lendemain, et des approches et des systèmes éprouvés depuis des décennies peuvent parfois disparaître d'un seul coup. Il faut également vivre avec l'incertitude. Nous ne pouvons quasiment plus estimer les évolutions dans un système toujours plus complexe et ambigu. D'un autre côté, les start-ups peuvent obtenir de grands succès en très peu de temps.» Le monde VICA offre donc à la fois des défis et des chances. C'est pourquoi certaines entreprises étasuniennes l'ont déjà transformé (dans sa version originale «VUCA») en «vision, understanding, clarity, agility». Soit les conditions à réunir pour avoir du succès malgré les difficultés d'un monde volatil, incertain, complexe et ambigu.

Le modèle du futur est «apprendre, apprendre et apprendre»

De quelles ressources doit disposer une entreprise lorsque le cadre éprouvé peut changer subitement et que les besoins de la clientèle ne peuvent plus que difficilement être pronostiqués? Sandro Graf

souligne que l'humain est en principe capable de faire face à la complexité et l'incertitude: «Il y a 400 à 500 ans, avant l'industrialisation, la société était déjà complexe et régie par l'incertitude. On ne savait jamais à quels dangers l'on serait exposé le lendemain.» Il explique que l'industrialisation a amené la séparation de la pensée et de l'action. «Au fil du temps sont apparus d'un côté les travailleurs exécutants, et de l'autre les supérieurs, aujourd'hui les managers et directeurs généraux.» Pour Sandro Graf, il est clair que cela n'est pas un modèle pour l'avenir. «Le collaborateur a besoin de tâches porteuses de sens dans sa vie professionnelle et doit pouvoir se former en continu, et non se contenter d'exécuter.» En fin de compte, le phénomène VICA ne concerne pas uniquement le produit final, mais bien l'ensemble de la chaîne de création de valeur au sein d'une entreprise. «L'entier du modèle d'affaires est soumis en permanence à une énorme

pression, ce qui rend aujourd'hui nécessaire d'introduire de nouvelles structures de conduite afin de pouvoir répondre plus rapidement aux changements. Il ne suffit pas de réaliser de temps à autre des enquêtes auprès de la clientèle», explique Sandro Graf. «Les entreprises doivent intégrer une chose: être et rester ouvertes à apprendre et ne pas tenir mordicus à des façons de faire éprouvées.» Il cite à ce sujet Sofie Lindblom, ancienne responsable de l'innovation de Spotify, qui a dit: «Le monde change plus vite que jamais, mais il ne changera probablement plus jamais aussi lentement qu'aujourd'hui.»

«Les entreprises doivent être et rester ouvertes à apprendre.»

Les données comme clés d'offres axées sur la clientèle

Martin Russ dirige AustriaTech depuis 2011. L'entreprise de conseil est particulièrement active dans la transformation numérique de processus de mobilité. Dans notre interview, il explique pourquoi il perçoit la génération, la mise en réseau et l'utilisation de données comme clés d'une mobilité multimodale fonctionnant comme service et quel potentiel il voit dans la mobilité partagée.



Martin Russ dirige AustriaTech depuis 2011 et est actif dans le secteur de la mobilité depuis 1994. Il a étudié l'aménagement du territoire et la planification urbaine, avant de travailler dans une université dans la modélisation spatiale et les géodonnées. Dans ce cadre, il a élaboré le premier modèle autrichien de transport.

Martin Russ, brièvement, que fait votre entreprise AustriaTech?

AustriaTech s'engage pour des transports sûrs, efficaces et respectueux de l'environnement. Nous voyons la mobilité comme un tout et une prestation de service. Afin de faire de la mobilité multimodale un service, il faut toutefois certains développements, en particulier en direction de la numérisation. C'est l'une de nos activités phares. Nous sommes également impliqués dans d'autres processus de transformation, tels que l'automatisation ou la décarbonation de la mobilité.

Pouvez-vous être plus précis?

Nous montrons comment les nouvelles technologies peuvent être employées dans la pratique: comment aborder la numérisation, la transformation numérique ou une mobilité neutre pour le climat? Nous aidons au développement de recherches et d'innovations et les accompagnons ensuite. Nous soutenons les projets pilotes et les essais de nouvelles solutions et technologies par des environnements tests. En tant qu'agence en mains du ministère autrichien de la protection du climat, nous collaborons en sus étroitement et fréquemment avec les autorités.

Votre société conseille donc beaucoup les entreprises en lien avec la mobilité. Sur quoi mettez-vous l'accent en ce moment dans ce domaine?

À l'heure actuelle, nous travaillons intensivement sur un programme immédiat

d'économies d'énergie dans la mobilité. Nous avons toutes et tous non seulement des problèmes de prix de l'énergie, mais aussi des problèmes de disponibilité de l'énergie. Cela va devenir notre cheval de bataille. Il y a déjà beaucoup de bonnes idées, il suffit de les mettre en œuvre.

«Nous avons un problème non seulement avec le prix de l'énergie, mais aussi avec sa disponibilité.»

En tant que directeur, participez-vous aux opérations de tels projets?

Mon rôle en tant que directeur est d'abord de coordonner et de mettre en lien. Je réfléchis à la poursuite du développement du système de mobilité, à de futures offres de conseil et à de nouveaux partenaires et formes de collaboration potentiels. Je tiens toutefois aussi à savoir ce qui est en cours concrètement dans l'entreprise. Par conséquent, depuis le début, je me suis donné la peine de toujours connaître un ou deux projets en détail et d'y participer.

Est-ce que le Covid-19 a influencé vos travaux?

Dans les projets, nous n'avons pas vu de différence, sauf peut-être du fait de quelques retards. En revanche, notre quotidien a radicalement changé, que ce soit le format des séances ou la cohésion au sein de l'entreprise. En outre, nous avons senti que l'intérêt porté à la transformation numérique a fortement augmenté du fait de la pandémie.

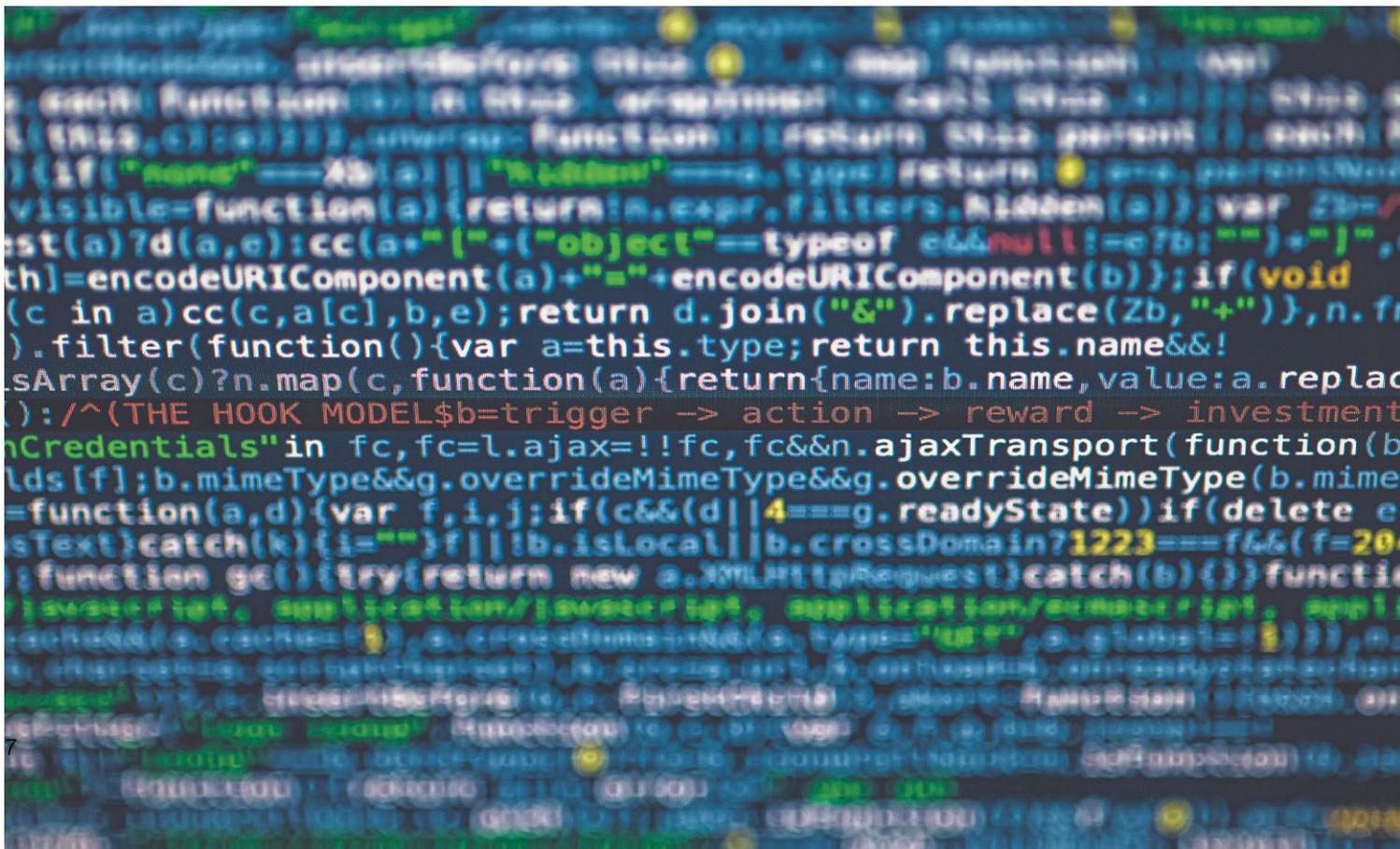
«L'intérêt envers la transformation numérique a sensiblement augmenté depuis la pandémie.»

Quels projets sont menés en Autriche pour pousser la mobilité dans vos domaines d'activité?

Actuellement, nous élaborons de nombreuses propositions de projets et créons des idées. À côté de cela, nous soutenons et coordonnons des processus de développement stratégique. Nous voyons un grand potentiel dans la mobilité partagée, aussi bien pour les véhicules privés que dans les transports publics. La question est de savoir comment concevoir et combiner au mieux ces deux modes de transport, simplement, pour promouvoir et développer une nouvelle mobilité. L'objectif est de convaincre des personnes de différentes régions qu'il y a d'autres options que sa propre voiture.

La Suisse a-t-elle déjà pris des décisions dans ce contexte que vous visez également en Autriche?

Je pense que nos deux pays peuvent profiter l'un de l'autre et s'aider mutuellement. En Suisse, l'infrastructure nationale de données est déjà bien avancée. Les acteurs autrichiens suivent avec un vif



intérêt les discussions sur l'«infrastructure nationale de données sur la mobilité» (NaDIM), ils sont curieux de voir comment ce projet évoluera.

Par nature, les transports publics sont très analogiques et physiques. Quel rôle joue la numérisation dans cette branche?

La numérisation aide en particulier à rendre visibles des méthodes qui sont meilleures et plus efficaces. Des données peuvent être utilisées non seulement pour mettre des services en réseau, mais aussi pour voir dans quelles directions peut évoluer le système. La plupart du temps, cette étape est laissée de côté. De plus, la numérisation peut améliorer l'efficacité des prestations de transport. Dès le début, les transports publics ont créé une plus-value, et dans le même temps, la numérisation ne s'arrête pas aux frontières d'un secteur ou d'un autre.

Comment la numérisation peut-elle contribuer à renforcer les relations clients dans les transports publics?

D'un côté par une bonne promesse de service, de l'autre par une meilleure vision du comportement de la clientèle et de ses besoins, et par conséquent par des offres sur mesure. Plus nous en sa-

vons sur le comportement et les besoins des voyageurs, et plus nous sommes capables de rassembler ces données, plus nous pouvons contenter les différentes exigences et améliorer nos services. La branche pourra ainsi se développer et proposer un assortiment de qualité.

«La numérisation nous aide à voir dans quelles directions le système des TP peut évoluer.»

Retour sur les IT talks des TP suisses de mai 2022 avec un exposé de Martin Russ: allianceswisspass.ch/itt



[retour au sommaire](#)

Le KlimaTicket Ö, ou le catalyseur du tournant autrichien de la mobilité

Depuis son lancement en octobre 2021, le «KlimaTicket Ö» a purement et simplement chamboulé le marché des billets des transports publics autrichiens. Le premier abonnement valable dans tout le pays a dépassé toutes les attentes concernant les ventes déjà lors de sa phase d'introduction. Jakob Lambert, ancien directeur du projet, et Hanna Merkinger, gestionnaire du produit, nous expliquent ce qui les convainc et quel potentiel ils voient dans ce hit des transports publics.



Hanna Merkinger
gestionnaire de produit
du KlimaTicket Ö



Jakob Lambert
ancien directeur du projet
KlimaTicket Ö

Voilà seulement un peu plus d'une année que ce produit inspiré de l'abonnement général suisse est sur le marché en Autriche. Or de nombreuses personnes ne pourraient d'ores et déjà plus s'en passer. Le premier abonnement valable dans tout le pays, qui doit être renouvelé après une année et coûte 1095 euros, est le résultat d'un projet qui figurait depuis 2006 au programme du gouvernement autrichien, mais qui avait plusieurs fois échoué depuis. Ce qui permet à la gestionnaire de produit Hanna Merkinger et à l'ancien directeur du projet Jakob Lambert de relever: «En introduisant le KlimaTicket sur le marché en octobre 2021, la ministre du climat Leonore Gewessler a réussi quelque chose qui était tenu pour impossible depuis plus de dix ans.»

Simple et bon marché

Pour Merkinger et Lambert, il était certain depuis le début du développement que la devise devait être «simple et bon marché». Seul le «comment» n'a pas toujours été clair. Tous deux ne regrettent rien pour autant: «Après coup, nous aurions naturellement rejeté plus tôt certaines idées. Mais nous sommes fiers de ce que nous avons réussi, d'autant que les réactions de la clientèle sont unanimement positives.» Les ventes de

l'abonnement ont déjà dépassé toutes les attentes lors de sa phase d'introduction et plus de 208000 KlimaTickets sont actuellement en circulation en Autriche.

L'abonnement a déjà dépassé toutes les attentes lors de sa phase d'introduction.

Il existe d'une part le «KlimaTicket Ö», valable sur toutes les lignes de transports publics du pays entier à l'exception de celles de quelques petites entreprises touristiques, et d'autre part des Klima-Tickets régionaux vendus à des prix attractifs, permettant d'emprunter les transports publics sur le territoire de la communauté concernée. Des aspects socio-démographiques ont été pris en compte en faveur d'un développement axé sur la clientèle. Le titre de transport a ainsi été conçu pour des groupes de clients spécifiques. Outre la version classique, il existe un KlimaTicket à prix réduit destiné aux jeunes jusqu'à 26 ans, une offre seniors et une version pour les

personnes vivant avec un handicap. Pour les enfants, il existe une carte d'accompagnement avec laquelle, moyennant un supplément de 110 euros et peu importe la relation de parenté, les adultes peuvent voyager avec un maximum de quatre enfants entre 6 et 15 ans.

Le KlimaTicket comme levier du passage aux transports publics

L'objectif de l'introduction du KlimaTicket? Rien de moins que de changer le comportement de mobilité de la population autrichienne au profit des transports publics. Hanna Merkinger et Jakob Lambert sont cependant conscients que de tels changements demandent du temps et dépendent aussi d'autres facteurs tels que l'aménagement de l'infrastructure. Tous deux sont heureux des résultats des premières enquêtes de satisfaction: «La majorité des personnes interrogées indiquent que l'introduction du KlimaTicket est la raison principale de leur utilisation accrue des transports publics.» Le KlimaTicket a même plus souvent été cité que les prix élevés des carburants



en tant que facteur de motivation à opter, au moins partiellement, pour les transports publics. Depuis l'introduction de l'abonnement, quelque 70 000 nouveaux clients ont été conquis. Quelques mois seulement après le lancement du produit, 56 % des usagers disaient déjà recourir davantage aux transports publics pour des déplacements qu'ils effectuent habituellement en voiture.

Malgré ces débuts réussis, Hanna Merkinger et Jakob Lambert ne manquent pas de perspectives:

«À l'avenir, le KlimaTicket pourrait faire l'objet d'une promotion sur le marché B2B en tant que Jobticket. Il pourrait inciter des entreprises à se positionner de façon plus durable tout en offrant une prestation accessoire à leurs employés. Lorsque le moment sera venu, le KlimaTicket Ö pourrait même devenir un produit *lifestyle* dont les détenteurs seraient fiers.»

Un autre coup d'œil au-delà de nos frontières: bilan du 9-Euro-Ticket en Allemagne

Sujet le plus brûlant de l'actualité dans les transports publics européens, le 9-Euro-Ticket introduit en Allemagne à la suite de la forte augmentation des prix de l'énergie a fait les gros titres presque tous les jours de la période estivale. Qu'est-ce qui se cache derrière cette offre? Quelles en sont les répercussions sur les commanditaires allemands des transports publics, qui ont attiré 38 millions de clients pendant les trois mois d'existence du 9-Euro-Ticket? Et que va-t-il se passer à partir de l'année prochaine?

Le gouvernement fédéral allemand a approuvé l'été dernier différentes mesures afin de répondre à la forte augmentation des prix de l'énergie due à la guerre en Ukraine. L'une de ces mesures était l'introduction d'un abonnement de transports publics locaux valable dans tout le pays pour 9 euros. Cette offre limitée aux mois de juin, juillet et août a réalisé un carton et le «big bang» espéré concernant la perception par le public a bien eu lieu. Selon l'association allemande des entreprises de transports publics (VDV), environ 52 millions de 9-Euro-Tickets ont été vendus au total. S'y ajoutent une dizaine de millions d'abonnés des transports publics qui ont l'ont reçu automatiquement pour les trois mois.

L'État fédéral a participé à hauteur de 2,5 milliards d'euros aux pertes de recettes entraînées par l'offre spéciale. Selon l'office allemand de la statistique, l'introduction temporaire du 9-Euro-Ticket a généré une nette hausse du nombre de voyageurs. L'utilisation des chemins de fer a ainsi augmenté de 49 % en juin 2022 par rapport à juin 2019. Presque la moitié de la population du pays a utilisé l'abonnement temporaire, et parmi les personnes l'ayant acheté, une sur cinq n'était pas cliente des transports publics auparavant et ne les utilisait jamais en temps normal. De plus, un recul modéré du

volume de trafic a été constaté sur la route. 10 % des abonnés ont renoncé au moins à l'un de leurs trajets quotidiens en voiture.

À côté de tous les effets positifs induits par le 9-Euro-Ticket, il convient de relever que le trafic supplémentaire a conduit sur certaines lignes à une forte surcharge. De plus, le prix de 9 euros était bas en comparaison nationale. Normalement, une simple carte journalière dans une ville allemande coûte presque autant. Selon les études réalisées, les usagers seraient prêts à payer 45 euros en moyenne pour une offre similaire au 9-Euro-Ticket. Les effets à long terme de l'offre sur l'utilisation des transports ne sont pas clairs à l'heure actuelle. Quoi qu'il en soit, le gouvernement fédéral a décidé d'introduire un 49-Euro-Ticket, répondant ainsi à une demande du VDV. L'association avait exigé la mise en place d'un billet climatique national de durée illimitée. Le financement étant majoritairement du ressort de l'État fédéral, le moment du lancement de l'offre n'est pas encore défini.



Du lancement à la clôture (probable): le projet «GITA» en 6,5 actes

1.

Les débuts

Le Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass a approuvé le mandat de projet d'un «concept initial de système tarifaire intégré» le 4 juillet 2020. GITA était né. L'objectif suprême était d'élaborer la base d'un système tarifaire intégré et orienté sur la clientèle servant à former les prix des billets unitaires du tarif normal. Ce système tarifaire devait notamment permettre des économies de coûts dans l'IT et la distribution et fonctionner à l'avenir. Au cours des premiers mois, les thématiques de la validité et de l'accès au titre de transport sont exclues du projet, lequel devra mettre l'accent sur la logique de prix.

«En approuvant GITA, les transports publics suisses reconnaissent et confirment la nécessité d'un système tarifaire intégré et axé sur l'avenir et la clientèle.»

Helmut Eichhorn, directeur de l'Alliance SwissPass

2.

La décision sur la logique de prix

Le nouveau système tarifaire doit se fonder sur une logique de prix uniforme au niveau suisse. Voilà ce que décide le Conseil stratégique en juin 2021, sur proposition de la direction du projet. En effet, la dualité de la logique de formation des prix est un facteur central des incohérences du système existant. Les prix doivent donc être calculés selon un système de prix de distance liés aux parcours.

«Aujourd'hui, nous avons des tarifs de zones et de parcours sur le même tronçon à de nombreux endroits. Cela ne doit plus être le cas à l'avenir. [...] L'objectif doit être: un trajet, un prix.»

Kathrin Räss, ex-cheffe de projet de GITA

3.

Le «billet unitaire national»

En décembre 2021, l'équipe de projet présente son concept de logique de formation des prix nationale. Elle est conçue comme une boîte à outils: alors que des billets de parcours et de zones peuvent toujours être proposés à la clientèle, dans le calcul du prix, chaque unité de tarification se voit attribuer une valeur en kilomètres tarifaires. Cela élimine les dérangeantes incohérences de prix dues aux deux logiques tarifaires actuelles. Le concept livre l'observation: un tarif de distance identique sur tout le réseau et un «billet unitaire national» peuvent fondamentalement être réalisés.

«En arrière-plan, dans la «salle des machines» de la tarification, il ne reste qu'une devise uniforme et univoque: le kilomètre tarifaire. Ses valeurs peuvent néanmoins être attribuées aussi bien à un parcours qu'à une zone.»

Gerd Probst, ex-responsable du groupe de travail GITA

Six mois après sa fondation, l'Alliance SwissPass présentait en été 2020 sa stratégie pour les cinq prochaines années, lançant dans le même temps les premiers projets de mise en œuvre. Le plus conséquent d'entre eux: GITA, un concept initial de système tarifaire intégré, visant à harmoniser et simplifier les structures tarifaires des transports publics. Deux ans et demi plus tard, le projet est bientôt terminé... mais tout ne s'est pas passé comme prévu.

4.

La révélation

L'évaluation de la possibilité de mettre en œuvre le concept du billet unitaire national montre qu'il ne suffit pas d'adapter le système tarifaire. Pour que les besoins de la clientèle, tels que «trouver le bon billet» ou «acheter un billet facilement», puissent être améliorés, c'est l'accès aux TP qui doit être largement simplifié. Cela permettra d'atteindre d'autres objectifs du projet, comme la baisse des coûts de distribution et l'évolutivité. Adapter le système tarifaire actuel, qui a crû sur des décennies, se révèle complexe et lourd d'un point de vue technique, spécialisé et conceptuel.

«L'hypothèse qu'un tarif normal unitaire résout forcément les problèmes de la clientèle ne se vérifie pas. De plus, le travail menant à un billet unitaire national uniforme est très pointu et lourd.»

Andreas Fuhrer, président du groupe de travail GITA

5.

Le changement de direction

Selon les observations tirées de l'évaluation, l'équipe de projet propose au Conseil stratégique en juillet 2022 de renoncer à revoir entièrement le monde tarifaire existant. Il s'agira dorénavant plutôt de repenser l'assortiment et de passer à un monde où les voyageurs utilisent d'abord un «tarif numérique» simple. Un journal numérique des voyages fera profiter tout un chacun d'un «confort AG». Les coûts des trajets enregistrés sont calculés seulement à leur arrivée au prix garanti correct et juste. Les clientes et clients n'ont plus à réfléchir à l'achat du billet, à l'itinéraire ou à la durée de validité. Ils voyagent avec un «taximètre intelligent».

«Le système tarifaire doit être ainsi orienté que la clientèle puisse se déplacer avec une saisie numérique des trajets qu'elle effectue, et qu'elle paie après la course. [...] Cela représenterait un bond novateur en avant pour les transports publics suisses.»

Ralf Eigenmann, membre du Conseil stratégique et directeur du comité de consultation sur GITA

6.

Le début d'une phase pilote agile

À partir de 2023, l'Alliance SwissPass entend lancer des projets pilotes afin d'examiner la faisabilité d'un «tarif numérique», son acceptation par la clientèle et son effet sur elle. Le tarif repose sur une tarification fondée sur les trajets: grâce au journal des voyages, on ne paie que ce que l'on utilise. L'accès simple aux transports publics est la base. Le nouveau monde tarifaire verra le jour à côté de l'actuel.

«Dans la phase pilote, il n'y a aucun tabou, aucune ligne rouge, aucune restriction. La règle est qu'il n'y a pas de règle. Tout est possible. Le processus se veut incrémental et explorateur.»

Nick Balmer, actuel chef du projet GITA

Début décembre, après la clôture de rédaction de la présente édition du magazine, le Conseil stratégique a statué sur le nom et les conditions-cadres du projet succédant à GITA et sur le design proposé par l'équipe de projet pour le premier projet pilote. Parallèlement, la phase du concept initial – et donc le projet GITA – a dû être formellement terminée. Apprenez-en davantage sur l'état actuel du projet sur allianceswisspass.ch/gita-f. Vous y trouverez également la présentation que le chef de projet Nick Balmer a donnée à l'occasion du colloque de la branche «Un pas dans l'avenir des TP» le 6 décembre 2022.

«Sur le transfert du trafic, la branche des TP pédale dans la choucroute»

Conseillère nationale de Bâle-Campagne, Florence Brenzikofer s'engage fortement pour les transports publics. Ceux-ci doivent être attrayants au niveau des prix, mais aussi offrir un système tarifaire combinant simplement les tarifs de communautés et de parcours. La politicienne de 47 ans voit un grand potentiel de transfert de la mobilité vers les transports publics avant tout chez les jeunes et dans le trafic de loisirs.



Florence Brenzikofer siège au Conseil national pour le canton de Bâle-Campagne depuis 2019. Âgée de 47 ans, elle est vice-présidente des Vert-e-s suisses. Elle a étudié à l'Université de Berne et est enseignante au cycle d'orientation à Liestal. Mère de trois enfants, elle s'engage en particulier dans la politique énergétique, familiale et des transports.

Madame Brenzikofer, au Conseil national, vous vous engagez grandement en faveur des transports publics, notamment par des interventions sur le niveau des prix ou l'assortiment. D'où vous vient ce rapport étroit avec les transports publics?

Avant d'être élue au Conseil national, j'ai siégé huit ans au Grand Conseil de Bâle-Campagne. À cette époque, le gouvernement a présenté deux plans d'économies dans les transports publics qui auraient fortement touché l'Oberbaselbiet. Nous avons réussi à les empêcher grâce à des pétitions et initiatives ayant eu un large soutien. J'effectue moi-même tous les jours en bus et en train le trajet entre mon domicile d'Oltingen et mon travail, et j'apprécie beaucoup les nombreux avantages des transports publics suisses.

Quel rôle jouent les transports publics dans le contexte de la crise climatique qui s'aggrave?

La voie pour sortir de la crise climatique passe par la mobilité. Les transports sont aujourd'hui l'une des principales sources de nuisances environnementales. Environ

30% des émissions de CO₂ sont dues au trafic individuel motorisé (TIM), et les transports publics consomment nettement moins de ressources que le trafic automobile. Guider davantage la mobilité vers des moyens de transport propres doit par conséquent être notre objectif.

«Il faut rapprocher les lieux de domicile, de travail et de loisirs.»

Comment obtenir cet effet de guidage?

D'une part, nous devons repenser totalement la répartition de l'espace routier dans les villes et les villages et donner davantage de place aux transports publics, aux vélos et aux piétons. D'autre part, nous devrions agir auprès des jeunes pour les habituer tôt aux transports publics et les garder ensuite dans le système.



Concernant les jeunes et les transports publics, vous avez récemment déposé une motion demandant une carte journalière à 10 francs le week-end pour les jeunes jusqu'à 27 ans.

Il existe encore un énorme potentiel chez les jeunes, et surtout dans le trafic de loisirs où ils se déplacent la plupart du temps en groupe, par exemple pour sortir. Si, sur quatre jeunes, l'un n'a pas de demi-tarif, le déplacement en transports publics devient très vite cher et tout le groupe prend la voiture. En campagne, il se pose de plus très tôt la question d'avoir sa propre voiture, entre autres raisons parce que cela est souvent meilleur marché que les transports publics. C'est pourquoi des offres de transports publics simples et financièrement attrayantes sont nécessaires, notamment pour les petits groupes.

Ne serait-il pas plus judicieux d'empêcher la mobilité plutôt que de la transférer?

La mobilité pour le travail et les loisirs est un besoin. Il faudrait néanmoins rapprocher les lieux de domicile, de travail et de loisirs, ce qui diminuerait les dépla-

cements. Cela nécessite une politique d'aménagement du territoire intelligente qui lutte contre le mitage et crée des logements abordables dans les villes et les agglomérations. Le trafic individuel motorisé doit être fortement réduit et les transports publics développés avec une offre variée et attrayante. Le développement ne doit cependant pas se faire de façon arbitraire.

Vous avez été élue en juin au comité central de la CITraP et serez bientôt la nouvelle présidente de la communauté d'intérêts. Quels seront les points forts de votre action?

L'un de nos points forts sera d'attirer davantage les personnes qui se déplacent pour leurs loisirs, et surtout les jeunes, dans les transports publics. Par ailleurs, nous voulons que l'offre de relations internationales et de trains de nuit au départ de toutes les régions de Suisse et à destination des principales grandes villes des pays environnants soit développée et que la ponctualité de ces trains redevienne acceptable. On constate aujourd'hui que le démantèlement du trafic des trains de nuit était une erreur.

Mettez-vous également la Confédération à contribution dans ce cadre, comme l'exige une motion déposée l'année dernière par le groupe des Verts?

En Allemagne et en Autriche, l'État a récemment investi beaucoup d'argent pour des titres de transport à bas prix dans les transports publics (ndlr: voir en pages 9 et 10). Face à la crise climatique, la Suisse devrait faire de même, par exemple justement via une garantie de déficit pour les trains de nuit.

L'année dernière, vous avez déposé un postulat concernant l'uniformisation des structures tarifaires des transports publics. Quelle est pour vous l'urgence dans ce domaine?

Pour moi, le principal champ d'action concerne les parcours dépassant les limites d'une communauté. Par exemple, les étudiants de la Haute école spécialisée de la Suisse du nord-ouest ont des cours à MuttENZ, Olten et Brugg, soit dans trois communautés tarifaires différentes. Il faudrait un abonnement qui comprenne tous les parcours et toutes les régions nécessaires pour ces études. De manière générale, nous avons besoin d'offres intercommunautaires abordables en dessous de l'abonnement général.

«Nous avons besoin d'offres intercommunautaires abordables en dessous du prix de l'AG.»

Comment prévoyez-vous que la mobilité évoluera ces prochaines années?

La mobilité deviendra plus durable, plus neutre climatiquement, plus faible en émissions, plus efficace et davantage interconnectée.

Pensez-vous que la branche des transports publics est outillée pour ces changements ?

Question difficile. Oui et non. La branche est très performante et convainc généralement avec des produits de grande qualité. Nous avons un réseau et un horaire denses, des chaînes de transport bien coordonnées et une ponctualité élevée, bien que cette dernière ait quelque peu diminué ces dernières années. La branche agit cependant lentement

lorsqu'il est question de changements et d'innovations profondes. Sans cela, nous aurions déjà depuis longtemps de meilleures solutions de billetterie, par exemple un système tarifaire combinant les tarifs communautaires et de parcours qui soit attrayant pour les voyageurs. Concernant les applications de mobilité, d'autres pays ont de l'avance sur nous dans certains domaines. Enfin, sur le sujet du transfert du trafic du TIM vers les transports publics, la branche, les commanditaires et les instances politiques pédalent dans la choucroute. J'attends ici une action plus courageuse et déterminée.

Il y a peu, vous avez exigé dans différentes interventions que certains groupes de population – pas seulement les jeunes, mais aussi par exemple les personnes à faible revenu ou les réfugiés – puissent emprunter les transports publics à moindre prix. Pensez-vous que les favoriser ainsi soit équitable?

Il n'est pas question de les favoriser. Je tiens à ce que tous les groupes de population puissent profiter de transports publics attrayants à des prix abordables. Je souhaite que les mêmes offres à bas seuil soient disponibles dans toutes les régions pour les réfugiés. Et les ménages à bas revenu doivent recevoir des rabais, par exemple sous forme de bons de mobilité.

Quelle est votre position face aux différents appels à la gratuité des transports publics?

Je suis d'avis que la gratuité doit être possible avant tout dans le trafic local. C'est pourquoi je me suis dernièrement exprimée pour une adaptation de la Constitution fédérale admettant des solutions gratuites (ndlr: initiative parlementaire de Stefania Prezioso). Des initiatives en ce sens ont été lancées dans différentes communes et villes. Elles doivent être examinées et pouvoir être appliquées en cas de besoin.

Comment l'utilisatrice régulière et passionnée des transports publics que vous êtes s'occupe-t-elle pendant ses trajets?

Dans le train, je lis le journal en ligne et je travaille sur les longs trajets. C'est le grand avantage des transports publics. Dans le car postal, je fais volontiers des rencontres et discute avec les autres passagers.

Cure de jouvence pour Fred

Je m'appelle Fred. Je suis orange, en métal et ressemble à un carton à chaus-sures tenu verticalement. Pour ne pas passer inaperçu des adultes ni faire trébucher les gens, je suis généralement accroché à une stèle. Il m'arrive égale-ment d'être intégré à un distributeur de billets, et ce pour une bonne raison: je suis au service de la clientèle des transports publics. Vous avez deviné? Je suis un oblitérateur, comme on en voit dans de nombreuses gares et aux arrêts de bus et de tram.

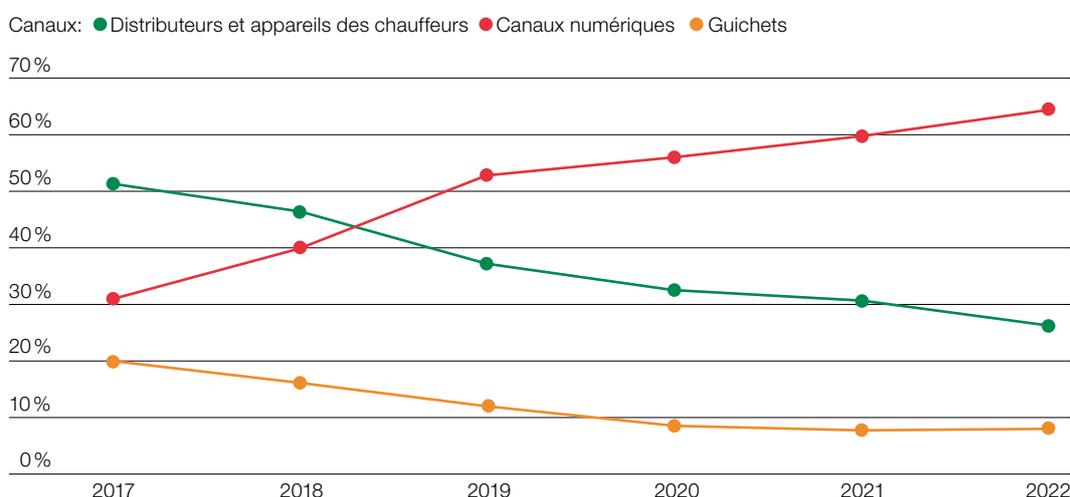
Inlassablement, je pourvois les cartes journalières, les cartes multicourses, les cartes promotionnelles ou les billets spé-ciaux du sigle du point d'embarquement, de la date et de l'heure. C'est capital parce que, dans les communautés en particulier, la validité du billet oblitéré est limitée. Lors du contrôle, c'est ce que j'ai inscrit qui décide, pas du droit de vie ou de mort, mais quand même, c'est mon travail qui dit si le titre de transport est valable ou non.

Au cours de ma longue vie, je n'imprime pas seulement d'innombrables dates et heures, je coupe aussi le coin de la carte et préviens ainsi les abus. Futé, hein? D'ailleurs, en parlant de futé, deux fois par an, je change d'heure automatique-ment. Environ 280 de mes compères, œuvrant principalement en Suisse romande, ont encore besoin de l'aide des humains. En effet, des collaborateurs des entreprises indiquent au préalable manuellement les dates du passage à l'heure d'été et d'hiver afin que les oblité- rateurs fassent le changement correcte- ment le jour J. Bon, de manière géné- rale, je ne m'en sors pas non plus sans aucune aide humaine: de temps à autre, le conteneur des coins coupés doit être vidé. Et un ruban encreur tout neuf nous fait aussi du bien – à moi, aux usagers mais aussi au personnel de contrôle!

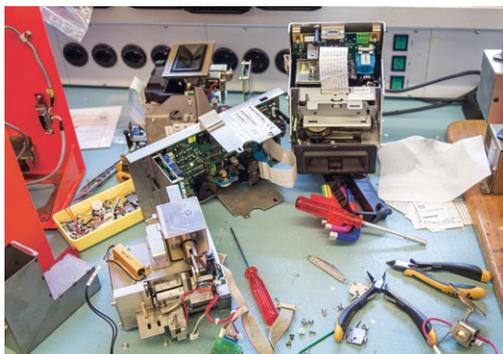
Si je rencontre un problème, j'attire généralement l'attention en allumant une petite lumière. Tels des ambulanciers, les collaboratrices et collaborateurs des



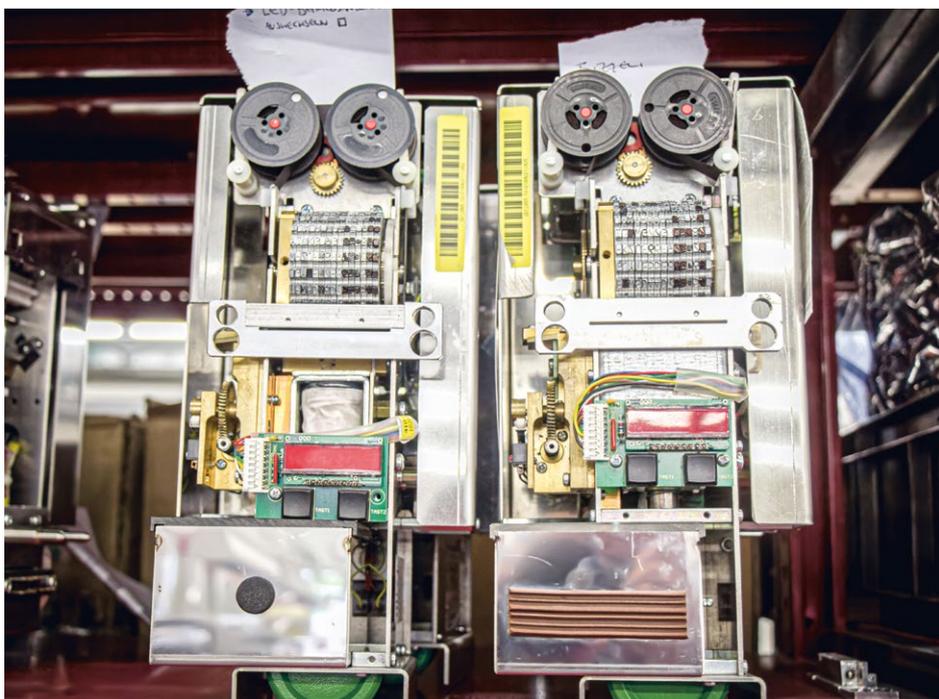
Des ventes toujours plus numériques



Les canaux de vente numériques connaissent une croissance sans faille, au détriment notamment des cartes à oblitérer.



Cure de jouvence pour les oblitérateurs: impressions du centre de réparation des CFF à Berne



transports publics savent immédiatement que faire. Si les premiers secours sur place ne suffisent pas, je suis soigneusement détaché de mon support, placé dans une valise en mousse conçue exprès pour moi et emmené au centre de réparation de CFF Voyageurs dans le quartier bernois de Wylerfeld. Là-bas, des spécialistes nous examinent sous toutes nos coutures, moi et mes congénères issus parfois d'autres sociétés. Ces techniciens réparent chaque année plus de 500 oblitérateurs. Ils nous contrôlent, changent des pièces, nettoient nos boîtes, effacent des graffitis... Les causes demandant le plus fréquemment une telle cure de jouvence sont des bourrages de papier ou des dérangements de l'imprimante. Lorsqu'un appareil est envoyé en réparation, un de ses collègues prend le relais. Il se peut donc que des oblitérateurs connaissent plusieurs lieux de travail au cours de leur vie.

Nous avons beaucoup à faire: avant la pandémie de Covid-19, environ quatre millions de cartes à oblitérer étaient produites chaque année et passaient un jour par nos fentes, si elles ne sont pas perdues avant. Comme d'autres appareils, nous ne sommes cependant pas épargnés par les conséquences de la numérisation croissante. De plus en

plus de voyageurs préfèrent acheter leurs billets sur leur smartphone ou recourent à la billetterie automatique. Même la très appréciée carte multiconces possède maintenant des équivalents électroniques dans différentes entreprises et communautés. Et dans deux ans, ce sera probablement fini! Nous aurons mérité notre retraite. Notre succession est réglée: la génération numérique veillera à ce que je ne sois plus soumis aux aléas de la météo et aux autres difficultés de travailler et vivre dehors. D'ici là, j'assurerai loyalement mon service – en toute fiabilité, marque de fabrique des transports publics suisses.

La commission Distribution (KoV) de l'Alliance SwissPass a décidé en octobre 2020 de remplacer les cartes à oblitérer physiques par des équivalents numériques d'ici 2025, abrogeant ainsi l'obligation d'oblitération. Cette décision vise notamment à simplifier et numériser l'assortiment. Un standard national sera créé pour la carte à oblitérer électronique.

La rédaction du magazine «zone directe» remercie l'équipe du centre de réparation bernois de CFF Marché Voyageurs, en particulier Michael Bartelt, expert des casiers et des oblitérateurs, pour la passionnante visite des ateliers.

Les balises sont-elles l'avenir des enquêtes de consommation?

Les véhicules des transports publics seront équipés d'émetteurs Bluetooth l'année prochaine. La première utilisation prévue de ces balises sera de relever la consommation de l'abonnement général afin d'en répartir les recettes. La branche voit toutefois déjà plus loin. Le nouveau standard offre bien davantage de possibilités d'application, notamment dans l'information à la clientèle.

La vente de titres de transport forfaitaires tels que l'abonnement général ou les cartes journalières du Service direct national (SDN) rapporte aux transports publics quelque deux milliards de francs par année. Cette somme doit être répartie entre les entreprises de transport acceptant ces abonnements et billets de manière transparente et sur la base de leur utilisation. Dans le SDN, l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass fonde aujourd'hui cette répartition sur une enquête de consommation qu'il mène auprès des titulaires des titres de transport correspondants. Ces personnes indiquent les trajets qu'elles ont effectués sur un formulaire papier ou électronique. Or cette méthode d'enquête est d'une part soumise à des imprécisions et des approximations, et entraîne d'autre part d'immenses charges du fait de la numérisation des formulaires en papier. Par ailleurs, les communautés recourent à des systèmes de relevé paramétrés et fonctionnant différemment. Cette diversité des outils est complexe et demande beaucoup de ressources. L'Alliance SwissPass souhaite les faire évoluer, les uniformiser, les automatiser le plus possible et rendre ainsi tout le processus plus efficace. Pour ce faire, elle a lancé en 2021 le projet «Méthodes d'enquête 2025».

Un traçage précis pour remplacer le formulaire

En automne 2021, l'organe de gestion, aidé de l'institut d'études de marché Intervista, a examiné dans quelle mesure les trajets parcourus pouvaient être saisis numériquement et automatiquement via une application pour smartphone. Cette analyse a montré qu'un traçage combiné à des balises Bluetooth (ou «beacons», soit de petits émetteurs fixés dans les véhicules) livrait des résultats très précis. Cette précision importe surtout à l'égard des lignes de différentes entreprises de transport ayant le même tracé. On peut par exemple déterminer si la personne se trouve dans un bus urbain ou un car postal, ce qui joue un rôle dans l'élaboration de la clé de répartition.

L'Alliance SwissPass établit un standard porteur d'avenir

Encouragé par les résultats positifs de l'étude et par les autres possibilités d'utilisation des balises, le Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass a décidé que tous les véhicules des transports publics devraient en être pourvus. Cette décision a été confirmée par les membres de l'organisation par 75 % des voix en août 2022. Les balises deviennent donc un standard contraignant au niveau natio-

nal, lequel est désormais ancré dans le contrat de collaboration de la branche, la Convention 500.

La clé de répartition de l'AG comme galop d'essai

La première épreuve des balises sera l'enquête de consommation pour la clé de répartition de l'AG. En parallèle, une fois que les balises auront été installées, des volontaires seront automatiquement suivis dans leurs déplacements en TP pendant six mois dans le cadre d'un essai pilote. L'application pour smartphone nécessaire à la localisation utilisera les signaux Bluetooth émis par les balises montées dans tous les véhicules. Les voyageurs participant n'auront qu'à ins-

taller l'application sur leur téléphone et approuver les conditions de confidentialité. Les données collectées seront finalement comparées à celles de l'enquête ordinaire.

Nota bene: Puisque les balises seront utilisées dans un premier temps uniquement dans le champ d'application de l'AG, il suffit que les entreprises de transport participant à ce tarif ou acceptant les autorisations de voyager de la billetterie automatique équipent leurs véhicules de balises d'ici le printemps 2023.



Données clés du projet pilote

Objectif

Déterminer si les données tirées des questionnaires de l'actuelle méthode d'enquête et celles du traçage sont comparables.

Hypothèses:

- Il est possible de suivre suffisamment de voyageurs, c'est-à-dire que le taux de participation des différents groupes de clients et régions est au moins aussi bon dans la nouvelle méthode que dans l'actuelle.
- Le traçage fournit des données de qualité équivalente ou meilleure que la méthode actuelle.
- Les chaînes de voyage sont plus complètes.
- La collecte de données est cohérente entre les divers types d'appareil et systèmes d'exploitation.

Méthode

Une application enregistre les lieux par lesquels passent les clients AG participant à l'aide du GPS, des balises, des réseaux mobiles et Wi-Fi et des capteurs de mouvement du smartphone. Les données collectées sont comparées aux informations des arrêts et à l'horaire. Cela permet de déterminer le moyen et l'entreprise de transport empruntés.

Coûts

Les coûts du projet se montent à environ 900 000 francs et couvrent, outre les frais de personnel, les prestations liées à la collecte des données, à la gestion des balises et à la production de la clé de répartition. Les coûts d'acquisition et d'installation des balises sont à la charge des entreprises selon le principe de causalité.

Pour davantage d'informations

L'organe de gestion de l'Alliance SwissPass a publié de nombreuses informations sur l'essai pilote et l'équipement des véhicules de ces mini-émetteurs sur la page allianceswisspass.ch/balises.

L'essentiel à savoir sur la technologie des balises

Les balises sont de petits appareils qui émettent régulièrement des signaux Bluetooth autour d'eux. Ces signaux servent à l'identification et à la localisation. Les balises ne peuvent ni recevoir ni traiter de données, elles peuvent donc plutôt être comparées à un phare en bord de mer. À l'inverse, les smartphones et tablettes perçoivent les signaux des balises et en déduisent par exemple l'emplacement. Une application largement répandue des balises est le «porte-monnaie numérique» TWINT. Les balises installées aux caisses entrent en contact avec l'application active sur le smartphone pour le processus de paiement. Il existe une multitude d'autres possibilités d'utilisation, en particulier dans l'environnement des transports publics. En plus de contribuer à relever les déplacements, les balises pourraient être employées par exemple pour une information à la clientèle personnalisée ou pour analyser la fréquentation des véhicules ou les flux de passagers.

Chaque pays a les transports publics qui lui correspondent

Le personnel des chemins de fer est bien plus sympathique aux Pays-Bas qu'en Suisse. Et les usagers des transports publics sont infiniment plus respectueux au Japon qu'ailleurs. Une raison d'émigrer? Non! Car les transports publics sont un merveilleux miroir de la culture de chaque pays, et même la plus belle culture a ses parts d'ombre.

Je me surprends parfois à souhaiter être un usager des transports publics dans un autre pays que la Suisse. Dans un pays habité par des gens un peu plus détendus, respectueux, peut-être même un peu plus polis et moins moralisateurs.

Par exemple, lorsque je saute une fois de plus au dernier moment dans le train et me rends compte que je n'ai pas encore de billet (oui, je sais, le problème a une solution: s'y prendre plus tôt, ce qui ne m'arrive pas souvent). Je me dépêche de faire glisser vers la droite le bouton de l'application EasyRide des CFF, tout cela pour constater comme d'habitude que c'est trop tard, le train ayant déjà démarré. Je passe à la hâte à Fairtiq, l'application-mère d'EasyRide, en espérant que le temps de tolérance y soit un peu plus généreux. Raté!

Le train sort déjà des sombres souterrains de la gare principale de Zurich lorsque je pense en dernier recours à acheter un billet ordinaire. L'application des CFF me le refuse certes, car l'heure de départ est déjà passée, mais j'applique la toute dernière astuce à ma disposition, sachant que cela fait de moi un tricheur, à moitié cependant à mes yeux puisque je paie un billet, même si c'est seulement pour le train qui partira dans 29 minutes. Si j'étais la personne qui contrôle mon billet, je serais indulgent avec moi. Mais je ne suis malheureusement pas agent de train – et encore moins mon propre contrôleur. De plus, je sais que j'ai enfreint une règle.

Je frissonne en me demandant quelle sorte de personne contrôlera mon billet. Une contrôlease qui ne verra pas en moi un vilain petit resquilleur, mais seulement le voyageur étourdi que je suis parfois (et qui n'oubliera évidemment pas de me faire remarquer que mon billet n'est en principe pas valable et que je devrai l'acheter plus tôt la prochaine fois)? Ou aurai-je la malchance d'être contrôlé par un agent sans pitié qui m'infligera une amende (et me fera remarquer que... oui, oui, vous savez)?

Dans des moments comme celui-ci, je voudrais être aux Pays-Bas, où je vis en partie et où – comme en Suisse – j'emprunte assidûment les transports publics. Premièrement, dans les transports publics néerlandais, je ne peux pas m'asseoir dans le train en ayant mauvaise conscience et passer de longues minutes à m'inquiéter jusqu'à être soit soulagé, soit sanctionné. En effet, les gares sont équipées de portiques électroniques qui ne s'ouvrent qu'après avoir présenté la «oV-Chipkaart», une sorte de SwissPass sur laquelle on charge de l'argent.

Une fois dans la gare, tout le stress de l'achat disparaît. Que je flâne jusqu'à mon train ou que je l'attrape à la dernière seconde: aucune différence, j'ai un billet valable en poche. Comme pour EasyRide, mon parcours est calculé lorsque je quitte la gare. À ceci près que je n'ai même pas à penser à faire glisser le bouton vers la gauche; en quittant la gare, je dois seulement présenter ma carte au

lecteur et passer le portique. Un délicieux sentiment de liberté! (Et ce sera bientôt encore mieux: des essais sont en cours avec les cartes de crédit, ce qui rendrait la oV-Chipkaart superflue.)

Les contrôles de la oV-Chipkaart dans le train – quelqu'un pourrait avoir sauté par-dessus le portique ou s'être glissé derrière une personne ayant une carte valable – sont généralement très sympathiques. Même le resquilleur le plus désinvolte ne doit pas craindre de se voir admonesté ou ridiculisé par les autres passagers, car dans la mentalité néerlandaise, les petites infractions bénéficient d'une certaine indulgence. Personne n'est parfait, pense-t-on aux Pays-Bas, il n'y a donc pas besoin de sonner les cloches à quelqu'un qui a commis une erreur: cela peut arriver, tu feras mieux la prochaine fois. Quel paradis!

Des conditions paradisiaques semblables règnent au Japon, où je me suis beaucoup rendu ces dernières années pour des projets photographiques et télévisuels et où j'ai habité un temps. Dans l'archipel d'Extrême-Orient, le mot magique est «respect». Par exemple, lorsqu'une contrôlease entre dans une voiture, elle s'incline devant les voyageurs avant de passer dans les rangées et répète le même geste avant de repartir.

Lorsqu'un Shinkansen, le train à grande vitesse japonais, entre en gare de Tokyo, il est attendu par l'équipe de nettoyage qui a exactement six minutes pour faire



son travail avant qu'il ne poursuive sa course. Les nettoyeurs font eux aussi une révérence dès que le train entre en gare et jusqu'à ce qu'il s'immobilise, tout comme lorsqu'il redémarre. Quel beau rituel empreint de respect.

Et je n'ai pas encore parlé des passagers! Dans un train japonais, il ne viendrait jamais à l'idée de personne de téléphoner ou, pire, de regarder des vidéos avec le son. (Quelque chose dont ne serait capable qu'un touriste occidental pas encore au fait des coutumes locales).

À l'opposé, en Suisse, avez-vous déjà assisté à l'affreux spectacle proposé par exemple lorsque l'InterCity de 18h pour Zurich entre en gare de Berne? Une expérience de combat rapproché! Les gens se boxent et se poussent comme si l'enjeu était une place dans le dernier train avant des années. Jamais cela ne pourrait se produire au Japon. Là-bas, les voyageurs font la queue en colonne par un ou par deux comme indiqué par le marquage au sol et attendent sagement l'arrivée du train. Lorsqu'il est là, on laisse passer les personnes qui descendent avant d'embarquer dans l'ordre. Pas de cohue, pas de bousculade, le respect d'autrui est de mise même pour monter dans le train.

Pourtant, pendant que je me mets en position à la gare de Berne pour éviter de me faire pousser sous le train par la foule, je me dis que les choses sont probablement très bien comme elles sont.

Lorsqu'un panneau de la gare principale d'Amsterdam indique que le train souhaité ne circule «pas aujourd'hui», ce qui arrive relativement souvent, l'insouciance néerlandaise peut être mise à mal. Il est certes possible de tomber sur un employé jovial des chemins de fer lors de la recherche d'une autre solution. Cette bonne humeur peut être appréciable dans les situations décrites plus haut, mais lorsque vous devez urgemment vous rendre de A à B et qu'aucun train ne circule, le conseil de prendre les choses de manière détendue n'est pas exactement celui que l'on souhaite entendre, même s'il est donné avec bonhomie.

Pour ce qui est de la politesse japonaise, elle se fonde avant tout sur la peur de perdre la face. Quelqu'un qui pousserait autrui sur le quai ou regarderait une

vidéo dans le train serait immédiatement mis au ban. Ce type de contrôle social me donne toujours un certain sentiment d'entrave à ma liberté lorsque je me trouve au Japon, malgré tout l'amour que j'ai pour ce fantastique pays.

Les transports publics sont un très bon endroit pour faire connaissance avec l'âme d'un pays. Certes, les employés des chemins de fer suisses sont peut-être parfois un peu frustes ou trop sérieux, et l'interprétation du terme «libéral» est parfois un peu libre, mais c'est simplement comme cela que nous sommes, nous les Suissesses et Suisses. Et c'est très bien ainsi, avec tout ce qui peut nous énerver dans notre propre culture. Malgré tout, je trouverais bienvenu un délai de tolérance un peu plus long pour l'achat de billets dans le train.



Carte blanche à Patrick Rohr

L'Alliance SwissPass propose à intervalles irréguliers une carte blanche dans ses publications ou lors de ses manifestations. Des personnes y reçoivent une plateforme afin d'exprimer sans filtre leur avis sur les transports publics. Patrick Rohr est journaliste, photographe et conseiller en communication dans son agence sise à Zurich. L'ancien animateur de SRF (notamment «Arena» ou «Quer») vit en Suisse et aux Pays-Bas, et parcourt le monde en tant que photjournaliste. Ses derniers livres parus: «Die neue Seidenstrasse – Chinas Weg zur Weltmacht» (Orell Füssli) et «Wirksame Kommunikation für KMU» (Beobachter Edition).

Impressum

direkt verbunden – zone directe

publié une à deux fois par an en
allemand et en français

Éditeur

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

Rédaction

Thomas Ammann, Sarah Trummer,
Livia Schmid et Reto Hügli
communication@allianceswisspass.ch

Photos

Tim Loosli, Reto Hügli, Patrick Rohr,
CFF, Unsplash

Traduction

Bruno Galliker, Floriane Moerch

Conception

Branders Group AG, Zurich

Mise en page

Adrian Remund et Philipp Lädach