



T615

Conditions pour les loisirs et les offres pour les entreprises, conditions particulières d'émission

Édition 10.12.2023

Table des matières

0	Remarques préliminaires	4
1	Dispositions générales.....	5
2	Utilisation des données.....	6
20	Généralités	6
21	Dispositions d'exécution	6
3	Billets dégriffés et surclassements dégriffés	7
30	Observations préliminaires	7
31	Champ d'application	7
32	Offre	7
33	Prix	8
34	Manque à gagner associé au demi-tarif (pertes demi-tarif)	9
35	Reporting.....	9
36	Coûts.....	9
37	Communication	9
4	Offres des tarifs 601 et 654	10
40	Dispositions générales	10
41	Offres complémentaires temporaires selon tarif 654	10
41.1	<i>Carte journalière à prix réduit pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif et les personnes payant le plein tarif</i>	10
41.2	<i>Cartes journalières Duo</i>	11
41.3	<i>Abonnement demi-tarif découverte</i>	11
41.4	<i>AG découverte</i>	11
41.5	<i>Carte pour 2 jours pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif et les personnes payant le plein tarif</i>	11
41.6	<i>Bon de 25 francs pour demi-tarif</i>	11
42	Offres supplémentaires temporaires selon Tarif 600	12
5	Offres pour les loisirs	13
50	Dispositions générales	13
51	Rabais octroyés.....	13
51.1	<i>Voyages de groupe</i>	13
51.2	<i>Voyageurs individuels</i>	13
51.3	<i>Actions de promotion des ventes dans le cadre de partenariats ciblés</i>	14
52	Dispositions pour les entreprises de transport	14
52.1	<i>Généralités</i>	14
52.2	<i>Conditions-cadres pour les entreprises de transport concessionnaires</i>	14
52.3	<i>Rabais accordés pour la région desservie par l'entreprise de transport</i>	14
53	Durée de validité des offres combinées.....	14
54	Controlling.....	14
55	Remboursements des offres combinées	15
56	Commissions	15
57	Billets spéciaux	15
57.1	<i>Billets spéciaux préimprimés</i>	15
57.2	<i>Billets spéciaux émis par le Ticket Shop des CFF en tant qu'Online-Tickets avec code promotionnel</i>	16
6	Swiss Travel System SA	17
60	Généralités	17
61	Mandat TP.....	17
7	Offres pour entreprises	20
70	Délimitation	20
71	Conditions	20
72	Modèle de rabais online.....	20
72.1	<i>Chiffre d'affaires donnant droit à un rabais</i>	20
72.2	<i>Modèle de rabais</i>	20

72.3	<i>Rabais supplémentaire en cas d'intégration complète</i>	21
72.4	<i>Bonus sur chiffre d'affaires</i>	21
72.5	<i>Calcul</i>	21
73	Modèle de rabais offline	22
73.1	<i>Chiffre d'affaires donnant droit à un rabais</i>	22
73.2	<i>Modèle de rabais</i>	22
73.3	<i>Bonus pendulaire TP</i>	22
74	Controlling	22
8	Prix	23
80	Offres complémentaires temporaires selon tarif 654	23
9	Trafic international	24
90	Généralités	24
91	Non reservation ticket (NRT)	24
91.1	<i>Etablissement du tarif</i>	24
91.2	<i>Cours de change</i>	24
91.3	<i>Mandat de négociation avec les chemins de fer partenaires étrangers</i>	25
91.4	<i>Actions temporaires sur les prix</i>	25
91.5	<i>Financement</i>	25
92	Included reservation ticket (IRT)	25
93	Eurail et Interrail	25
93.1	<i>Etablissement des tarifs – Eurail / Interrail</i>	25
93.2	<i>Organe Eurail Interrail (Suisse)</i>	26
93.3	<i>Financement</i>	26
10	Annexe	27
100	Contrat STS	27

0 Remarques préliminaires

- 00.00 Pour le transport des personnes voyageant sur la base des conditions pour les loisirs et les offres pour les entreprises, les tarifs suivants s'appliquent pour autant que rien d'autres ne soit défini:
- 600 Dispositions tarifaires accessoires communes du Service direct national et des communautés
 - 601 Tarif général des voyageurs
 - 600.3 Facilités de voyage pour enfants
 - 600.7 City Ticket
 - 600.9 Remboursements
 - 601.10 Tarif pour billets dégriffés
 - 602 Bagages
 - 605 Prescriptions concernant le transport des voyageurs sur des parcours communs
 - 652 Tarif des cartes multicourses
 - 654 Tarif des abonnements généraux, demi-tarif, AG Night et des offres complémentaires
 - 673 Offer Switzerland - Swiss Travel System
- 00.01 En outre, les prescriptions concernant la vente dans le Service direct des voyageurs et des bagages (P570) doivent être respectées pour toutes les offres citées au chiffre 10.00.
- 00.02 La taxe sur la valeur ajoutée au taux légal normal est comprise dans les prix.
- 00.03 Les conditions pour les loisirs et les offres pour les entreprises ainsi que les conditions particulières d'émission sont définies exclusivement pour un usage de service et ne doivent être ni remises, ni prêtées pour consultation à des tiers.
- 00.04 Le présent tarif est édité en allemand, en français et en italien. En cas de doute, la version allemande fait foi.
- 00.05 La forme masculine est employée dans le présent tarif pour des raisons de lisibilité, sans discrimination aucune.

1 Dispositions générales

10.00 Les présentes prescriptions contiennent les conditions relatives aux offres suivantes:

- Billets dégriffés
- Offres complémentaires temporaires selon Tarif 601 et Tarif 654, chiffre 10
- Offres pour les loisirs: taux de rabais RailAway et rabais et dispositions accordés par les shops en ligne des entreprises de transport
- Offres pour les entreprises non comprises dans l'offre régulière

Les dispositions publiques relatives aux différentes offres figurent dans les tarifs correspondants.

2 Utilisation des données

20 Généralités

- 20.00 Les données clients du SDN sont la propriété de l'ensemble des entreprises de transport participant au SDN, qui représentent une société simple. Etant donné qu'une société simple n'a pas de personnalité juridique propre, à savoir qu'elle ne peut pas posséder de droits ou d'obligations, le propriétaire des données est non pas le SDN, mais chaque entreprise de transport possédant des droits de copropriété. La vente de titres de transport du SDN ne confère pas à l'entreprise de transport vendeuse (ET distributrice, intermédiaire) la propriété des données clients collectées lors de la vente. La décision sur ce qui se passe avec les données récoltées lors de la vente de titres de transport du SDN incombe aux différents organes du SDN.
- 20.01 En vertu du cahier des charges du mandataire du SDN, le mandat de commercialisation des offres du SDN et l'exploitation de la base de données clients du SDN incombent exclusivement au mandataire (actuellement les CFF). En vertu de la «Réglementation sur l'utilisation des données dans les transports publics» (RUD), les ET peuvent mener des campagnes de marketing spécifiques avec des données clients personnalisées des titres de transport du SDN.

21 Dispositions d'exécution

- 21.00 Les dispositions détaillées figurent dans l'annexe 16 «Réglementation sur l'utilisation des données» (RUD) à la Convention 500.

3 Billets dégriffés et surclassements dégriffés

30 Observations préliminaires

30.00 Le transport de personnes voyageant avec des billets dégriffés et des surclassements dégriffés est soumis au Tarif 600 («Dispositions tarifaires accessoires communes du Service direct national et des communautés participantes»), en particulier le chiffres 3 E-Tickets, et au Tarif 601.10.

31 Champ d'application

31.00 À partir de l'entrée en vigueur du tarif, un rabais de 0 % est associé aux lignes de l'ensemble des entreprises de transport (association au tarif normal). La participation **passive** aux billets dégriffés et surclassements dégriffés ne s'accompagne d'aucune charge supplémentaire pour les ET.

Chaque entreprise de transport peut accorder des rabais sur ses lignes au moyen des instruments décrits aux chiffres 33.02 et 33.03. Ces entreprises de transport sont désignées ci-après «entreprises de transport participantes **actives**».

32 Offre

32.00 Les billets dégriffés et surclassements dégriffés peuvent être achetés au plus tôt 6 mois avant la date du voyage souhaitée et jusqu'à une heure avant le départ. Pour les billets de raccordement réduits vers des voyages internationaux, le délai de prévente peut se monter à six mois.

32.01 Gestion de l'offre

Les entreprises de transport peuvent gérer librement l'offre sur leurs lignes. À cette fin, le mandataire du SDN met un outil de gestion en ligne à la disposition des entreprises de transport participant activement au sens du ch. 31.00.

Si une entreprise de transport renonce à une gestion autonome de l'offre, celle-ci est assurée par le mandataire du SDN. Demandes et commandes peuvent être adressées à sparbilette.partner@sbb.ch.

Les ET peuvent communiquer des modifications jusqu'à 7 jours ouvrés avant le premier jour de vente. En cas de non-respect de ce délai, le mandataire du SDN peut refuser la modification concernée et l'introduire à l'échéance prévue. Seules les modifications en bonne et due forme sont acceptées. Des délais plus longs peuvent s'appliquer pour les modifications de l'offre qui dépassent le cadre habituel.

33 Prix

33.00 Paramètres généraux

Les paramètres généraux suivants sont définis:

Détermination absolue du rabais	Rabais minimum 1 ^{re} classe	CHF 1.50
	Rabais minimum 2 ^e classe	CHF 1.00
	Rabais maximum 1 ^{re} classe	CHF 120.00
	Rabais maximum 2 ^e classe	CHF 120.00
Détermination du prix minimum	1 ^{re} classe	CHF 2.70
	2 ^e classe	CHF 2.20
Communautés	Des billets dégriffés sont proposés pour les relations internes aux communautés tarifaires intégrales suivantes: <ul style="list-style-type: none">• T651.05 Passepartout• T651.13 Ostwind• T651.04 Frimobil• T651.22 Mobilis Aucun billet dégriffé n'est proposé dans d'autres communautés tarifaires intégrales. Aucun surclassement dégriffé n'est proposé pour les relations internes aux communautés tarifaires intégrales.	

33.01 Formation des prix

Les billets dégriffés et surclassements dégriffés sont émis au prix applicable le jour de validité.

Pour les billets dégriffés et surclassements dégriffés qui comprennent plusieurs relations partielles/tronçons, différents rabais sur le tarif normal (Tarif 601) peuvent être appliqués pour chaque tronçon. Ces rabais par tronçon sont pondérés en fonction des kilomètres tarifaires et additionnés pour obtenir le rabais final. Les règles relatives à l'addition de prix et de kilomètres sont prises en compte. Le rabais final pour le client est arrondi au multiple de 5% inférieur. La répartition des recettes tient toujours compte du rabais accordé par entreprise de transport et par tronçon.

33.02 Contingentement

Chaque entreprise de transport active peut définir des schémas de contingentement individuels. Un schéma de contingentement comprend le nombre de billets dégriffés par classe et par niveau de rabais (voir chiffre 33.00). Il précise également à partir de quand (nombre de jours précédant le voyage) les différents niveaux de rabais ne s'appliquent plus. L'offre définie pour la 1^{re} classe s'applique aux surclassements dégriffés.

Sur ses moyens de transport, chaque entreprise de transport peut soit proposer un schéma de contingentement par défaut, soit appliquer des schémas de contingentement différenciés en fonction des critères suivants: numéro de train, code débiteur, relation partielle (d'un arrêt à un autre), type de jour de la semaine (jour ouvré, samedi, dimanche) et catégorie de train (p. ex. RER, R, RE, bateau).

Chaque entreprise de transport peut définir individuellement la période pendant laquelle ces schémas de contingentement s'appliquent.

Le mandataire du SDN administre un filtre qui permet de définir des règles applicables à toutes les entreprises de transport pour des relations entières. Lors de grandes manifestations, il est ainsi par exemple possible d'exclure des destinations des billets dégriffés. Le mandataire du SDN rapporte régulièrement les paramètres de ce filtre.

33.03 Niveaux de rabais

Chaque entreprise de transport participante active peut définir seule et combiner à volonté les niveaux de rabais. Les conditions-cadres suivantes doivent toutefois être respectées:

- Le taux de rabais minimal est de 10 % pour les personnes payant tarif entier et pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif (sur le prix ADT).
- Le taux de rabais maximal est de 70 % pour les personnes payant tarif entier et pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif (sur le prix ADT).

Si le contingent d'un tronçon est épuisé, ce dernier est lié au tarif normal (rabais de 0 %).

34 Manque à gagner associé au demi-tarif (pertes demi-tarif)

34.00 Les entreprises de transport sont autorisées à signaler les manques à gagner associés au demi-tarif dans le cadre des ventes de billets dégriffés et de surclassements dégriffés. Le manque à gagner est calculé comme suit.

Manque à gagner normal pour le demi-tarif (1 – rabais sur la relation partielle)*

Le manque à gagner normal pour le demi-tarif correspond à la différence entre le plein tarif et le demi-tarif.

La cohérence de l'offre est ainsi garantie: le manque à gagner par rapport au tarif normal est réduit à hauteur du rabais accordé par l'entreprise de transport.

35 Reporting

35.00 Le mandataire du SDN établit un rapport hebdomadaire et mensuel à l'intention de chaque entreprise de transport participante active.

35.01 Chaque ET et l'Alliance SwissPass reçoivent de la part du mandataire du SDN un récapitulatif annuel des manques à gagner associés au demi-tarif.

35.02 Le mandataire du SDN peut établir d'autres évaluations sur demande, selon ses disponibilités.

36 Coûts

36.00 Les coûts d'exploitation du système sont assumés par les CFF. Les dépenses liées à la gestion globale de l'offre sont justifiées et facturées dans le cadre du mandat du SDN.

37 Communication

37.00 La communication de marketing des billets dégriffés et des surclassements dégriffés est assurée par le mandataire du SDN. La principale plateforme disponible à cette fin est la page www.cff.ch/billets-degriffes. Des campagnes sont régulièrement organisées afin d'augmenter durablement la notoriété et les ventes des billets dégriffés et des surclassements dégriffés. La communication de ces campagnes a lieu sur différents canaux en ligne et hors ligne (par ex. campagnes de bannières, Google AdWords, affiches, articles de relations publiques, etc.). Le soutien par des partenaires dans la communication et la coordination de mesures y relatives sont fortement souhaités et passent par l'intermédiaire des CFF (contact: sparbillette.partner@sbb.ch).

4 Offres des tarifs 601 et 654

40 Dispositions générales

40.00 Les offres complémentaires temporaires selon tarif 654 ne sont pas en permanence dans l'offre et sont liées à des conditions particulières.

Les offres complémentaires temporaires selon chiffre 21 sont vendues exclusivement en collaboration avec des tiers (partenaires médias, fédérations, entreprises, sociétés, etc.). La distribution est organisée par CFF Transport Marketing et Prix & assortiment, par les responsables d'une région de vente (VRM/Account Manager) ou par une entreprise de transport. Les dispositions publiques figurent dans les tarifs 601 et 654.

Le lancement des offres complémentaires temporaires ainsi que les prix finaux sont annoncés dans des médias publics et dans l'InfoPortal TP.

Seuls les services centraux d'entreprises de transport ont la compétence pour conclure des contrats avec des partenaires. Ils sont tenus

- de discuter de l'offre avec CFF Transport,
- d'informer l'Alliance SwissPass sur l'offre convenue.
- d'informer sur l'offre, dans les délais, le personnel de vente et de contrôle concerné.

40.01 Utilisation: les offres complémentaires temporaires selon ch. 21 peuvent, en principe, être utilisées dans une ou plusieurs catégories. Possibilités:

0 Catégorie «partenariats nationaux»

- 0.1 Entreprises et clients de celles-ci
- 0.2 Partenaires médias ou autres (plan national)
- 0.3 Associations et membres de celles-ci

1 Catégorie «partenariats régionaux»

- 1.1 Entreprises et clients de celles-ci
- 1.2 Partenaires médias ou autres (plan régional)

2 Catégorie «entreprises»

- 2.1 Offres pour collaborateurs (payées par les collaborateurs ou l'entreprise)
- 2.2 Offres de remerciement (payées par l'entreprise)

40.02 Prix selon chiffre 8: outre les prix pour le segment adultes, il existe des prix différenciés pour le segment jeunes. Ces prix peuvent uniquement être proposés si l'action partenaire est exclusivement accessible aux clients de ce segment. L'élément déterminant est la limite d'âge du partenaire et non la limite d'âge officielle pour les jeunes dans les transports publics. Il incombe au gestionnaire de campagne concerné d'assurer le respect de cette prescription.

41 Offres complémentaires temporaires selon tarif 654

41.1 Carte journalière à prix réduit pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif et les personnes payant le plein tarif

41.10 Dispositions publiques

Les dispositions relatives aux cartes journalières à prix réduit figurent dans le tarif 654, chiffre 10.3 ss.

41.11 Utilisation

Les cartes journalières à prix réduit peuvent être utilisées dans **toutes** les catégories selon ch. 40.01.

41.2 Cartes journalières Duo

41.20 Dispositions publiques

Les dispositions relatives aux cartes journalières Duo figurent dans le tarif 654, chiffre 10.3 ss.

41.21 Utilisation

Les cartes journalières Duo peuvent être utilisées dans **toutes** les catégories selon ch. 40.01.

41.3 Abonnement demi-tarif découverte

41.30 Dispositions publiques

Les dispositions relatives au demi-tarif découverte figurent dans le tarif 654, chiffre. 8.2 .

41.31 Utilisation

Le demi-tarif découverte peut être utilisé dans la catégorie 1 «partenariats régionaux» selon ch. 40.01.

41.4 AG découverte

41.40 Dispositions publiques

Les dispositions de l'AG découverte figurent dans le Tarif 654, chiffre. 8.2.

41.41 Utilisation

L'AG découverte peut être utilisé dans la catégorie 0 «partenariats nationaux» et dans la catégorie 1 «partenariats régionaux» selon chiffre 40.01.

Si un AG de l'assortiment standard (tous les segments) est acheté sans interruption après un AG découverte, ce dernier est décompté selon ch. 80.

41.5 Carte pour 2 jours pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif et les personnes payant le plein tarif

41.50 Dispositions publiques

Les dispositions de la carte pour 2 jours pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif et les personnes payant le plein tarif figurent dans le Tarif 654, chiffre10.4.

41.51 Utilisation

Les cartes pour 2 jours pour demi-tarif et plein tarif peuvent être utilisées dans **toutes** les catégories selon chiffre 40.01.

41.6 Bon de 25 francs pour demi-tarif

41.60 Dispositions publiques

Il n'existe pas de dispositions publiques concernant le bon de 25 francs pour le demi-tarif.

41.61 Utilisation

Les bons pour le demi-tarif peuvent être utilisés dans **toutes** les catégories selon chiffre. 40.01.

42 Offres supplémentaires temporaires selon Tarif 600

42.1 Courses aller-retour à prix réduit

42.10 Dispositions publiques

Les dispositions du tarif normal, qui servent de base pour les «**courses aller-retour à prix réduit**», sont définies dans le Tarif 601.

42.11 Réductions accordées

Une réduction de 30 % au maximum peut être accordée sur les titres de transport par tronçon (prod. 125).

42.12 Utilisation

Les courses aller-retour à prix réduit peuvent être utilisées dans la catégorie «partenariats nationaux» définie au chiffre 40.01.

5 Offres pour les loisirs

50 Dispositions générales

50.00 Les rabais énumérés aux chiffres 51 et 52 peuvent être accordés sur les offres combinées de RailAway SA et des entreprises de transport. Les offres combinées RailAway ou des entreprises de transport se composent d'une partie TP (prestation de transport d'une entreprise de transport participant au Service direct national) et d'au moins une prestation supplémentaire à prix réduit d'un partenaire. Ce dernier peut également être une entreprise de transport qui souhaite octroyer un rabais commercial à des fins de promotion des ventes sur ses parcours.

50.01 Les rabais indiqués ne s'appliquent pas automatiquement aux offres combinées proposées en collaboration avec des communautés tarifaires ou de transport. Des accords séparés sont conclus à cet effet entre RailAway SA et les communautés tarifaires ou de transport concernées.

51 Rabais octroyés

51.1 Voyages de groupe

51.10 RailAway achète des offres combinées pour des voyages de groupe (écoles/J+S et autres groupes). La commercialisation des offres est assurée par RailAway.

51.11 Les rabais octroyés correspondent au tarif général des voyageurs 601, chapitre 5 (voyages de groupes).

Catégories	Rabais
Autres groupes	Selon tarif 601 (30 %)

51.12 Pour les trains événement et les courses de public, des titres de transport spéciaux sont proposés (évent. aussi sous forme de billets combinés). Le risque pour le train spécial est assumé par l'organisateur de la course de public.

Billet combiné (voyage dans un train événement + entrée/prestations complémentaires):

- Un montant forfaitaire est perçu (en concertation avec CFF MP-FV-PEM).
- AG, FVP, ADT et enfants: 50% du prix
- L'abonnement seven25 n'est pas acceptée.
- Les coûts peuvent être réduits en cas de participation de tiers («charter partiel»).
- Un rabais maximum sur l'entrée/les prestations complémentaires est négocié avec l'organisateur.

Uniquement voyage en train événement:

- Un montant forfaitaire est perçu (en concertation avec CFF MP-FV-PEM).
- AG, FVP, ADT et enfants: 50% du prix
- L'abonnement seven25 n'est pas acceptée.

51.2 Voyageurs individuels

51.20 En principe, RailAway commercialise des offres combinées que le client peut composer de manière dynamique et qui comprennent un titre de transport de l'assortiment standard ou «action» des transports publics et une prestation supplémentaire d'un partenaire. En règle générale, le client obtient seulement un rabais sur la prestation supplémentaire, ou éventuellement une valeur ajoutée.

Dans les cas suivants, RailAway programme et propose des titres de transport à prix réduit:

51.21

Catégories	Rabais	Contingentement
Hits du mois dans le cadre de la campagne loisirs du SDN	50 % 30 %	max. 1 offre par mois max. 7 offres par mois
Snow'n'Rail (seulement pré- et post-saison du 1 ^{er} novembre au 23 décembre et du 1 ^{er} mars à la fin de la saison de ski)	20 % au maximum	env. 40 par année

Festivals / fêtes (seulement pour les manifestations à plus de 30 000 visiteurs et pour autant que le groupe-cible principal soit âgé de moins de 25 ans)	20 % au maximum	8 – 10 par année
Offres pour les familles (brochure «Excursions en famille»)	20 % au maximum	env. 35 – 40 par année
Foires destinées aux familles (p. ex. Suisse Toy ou Mondo Bimbi)	20 % au maximum	2 – 3 par année
Manifestations et offres touristiques avec intégration totale ou avec contributions de mobilité	en concertation avec CFF MP-FV-PEM	aucun

51.3 Actions de promotion des ventes dans le cadre de partenariats ciblés

51.30 RailAway peut recourir à la boîte à outils d'assortiment existante. Les mêmes conditions et dispositions s'appliquent.

52 Dispositions pour les entreprises de transport

52.1 Généralités

52.10 Toutes les entreprises de transport ont le droit de proposer les offres combinées à prix réduit destinées à la région qu'elles desservent et se composant d'une prestation de transport et d'une prestation supplémentaire. Après concertation avec RailAway, ces offres peuvent également être publiées sur le shop loisirs RailAway.

52.11 Les offres se limitent à l'assortiment défini au ch. 51.2 et les conditions-cadres sont fixées par la KoM. Les recettes sont réparties au plus juste.

52.2 Conditions-cadres pour les entreprises de transport concessionnaires

52.20 La parité des prix doit être garantie entre les offres combinées à rabais fixe selon ch. 51.2 de RailAway et les ET. Des offres identiques de RailAway et des entreprises de transport ne doivent pas être proposées simultanément à des prix différents.

Aucun rabais ne peut être accordé pour des grandes manifestations (à partir de 30 000 visiteurs par jour).

52.21 La valeur propre de la prestation supplémentaire ne peut pas être inférieure à 10 francs (sur la base du prix adulte) pour les offres combinées fixes commercialisées de manière durable et pour lesquelles une réduction est accordée pour les transports publics. Cette restriction ne s'applique pas aux actions isolées.

52.22 Les campagnes publicitaires des entreprises de transport pour les offres combinées à prix réduit doivent être concertées avec le mandataire du SDN.

52.3 Rabais accordés pour la région desservie par l'entreprise de transport

52.30 En dehors des campagnes de loisirs, les compétences en matière de rabais définies au ch. 51.2 sont également valables par analogie pour les entreprises de transport.

53 Durée de validité des offres combinées

53.00 La durée de validité des offres combinées selon ch. 51.1 et 52.2 est généralement de trois jours. Les durées de validité différentes sont communiquées via des canaux publics et dans l'InfoPortal TP, et autorisées par l'Alliance SwissPass.

54 Controlling

54.00 RailAway ou les entreprises de transport mettent deux fois par année à la disposition de l'Alliance SwissPass une synthèse des produites par SAS (produite, quantités, durées de validité, rabais).

54.01 Deux fois par année, l'entreprise de transport responsable des billets spéciaux fournit à l'Alliance SwissPass une synthèse des billets spéciaux émis (nombre, rabais, partenaires de distribution).

55 Remboursements des offres combinées

55.00 Les conditions de remboursement ne s'appliquent qu'aux chiffres 51.2 et 52.

55.01 Billets combinés non utilisés

Les billets spéciaux pour offres de loisirs totalement non utilisés peuvent être remboursés conformément au tarif 600.9. Pour les billets spéciaux pour offres spéciales telles que foires, événements, expositions et une partie des excursions avec réservation obligatoire, des délais de remboursement particuliers peuvent être définis. Tenir compte à cet effet des articles parus dans l'InfoPortal TP.

55.02 Billets combinés partiellement utilisés

Pour le remboursement d'offres RailAway en raison d'interruptions de l'exploitation ou lorsque des prestations complémentaires ne peuvent pas être accordées en raison d'un achat à trop court terme (p. ex. chemin de fer de montagne hors service en raison d'une tempête, musée subitement fermé, etc.), les dispositions suivantes s'appliquent:

- Le client revient immédiatement à son point de départ: confirmation de non-exploitation dans la zone de destination – remboursement intégral, sans franchise
- Le client reste dans la zone de destination ou voyage vers une autre destination et demande le remboursement en fin d'après-midi ou un autre jour: confirmation de non-exploitation dans la zone de destination – remboursement du prix de la prestation complémentaire comprise, sans franchise. La prestation de transport n'est pas remboursée.

Ces règles ne valent pas pour les remboursements demandés du fait du tort du client (p. ex. maladie, accident).

Pour le remboursement partiel d'offres valables sur plusieurs jours demandé du fait de son propre tort ou de celui de tiers, le client doit s'adresser au partenaire de la prestation ou à son assurance. Les données nécessaires à la prise de contact du partenaire sont indiquées dans le jeu de données de la base de données de loisirs.

56 Commissions

56.00 Le modèle de financement approuvé par la KoM le 27 avril 2017 s'applique.

56.01 La commission de vente que touche le point d'émission pour les offres combinées RailAway se monte à 3,5 % du service supplémentaire (prestation de loisirs) du partenaire.

56.02 Pour la distribution des billets spéciaux préimprimés selon ch. 57, aucune commission de vente n'est payée.

57 Billets spéciaux

57.1 Billets spéciaux préimprimés

57.10 Des billets spéciaux préimprimés sont proposés; leur distribution est assurée par des tiers (pas aux points de vente desservis).

La commande doit porter sur 1000 pièces ou 10 000 francs au minimum. Les prix sont fixés conformément au T601, soit «Région par lieu de destination», soit «Suisse par lieu de destination».

L'impression doit être effectuée par une entreprise titulaire d'une licence, et la présentation et les autres exigences doivent correspondre aux prescriptions concernant la vente dans le Service direct des voyageurs et des bagages (P570). Si les billets spéciaux sont imprimés par les CFF, des frais de traitement et d'impression sont ajoutés au prix du titre de transport.

Les recettes sont réparties au plus juste si possible, ou conformément à la clé de répartition Cartes journalières pour l'ADT.

57.2 Billets spéciaux émis par le Ticket Shop des CFF et CASA en tant qu'E-Tickets avec coupon

57.20 Des billets spéciaux sont proposés en tant qu'Online-Tickets ou Mobile Tickets (à partir du printemps 2024) avec coupon; la distribution de ces titres de transport se fait par le biais du Ticket Shop CFF.

Les prix sont fixés conformément au T601. Les recettes sont réparties au plus juste.

La différence entre le calcul et les ventes effectives (situation réelle selon statistique des ventes du Ticket Shop CFF) est passée dans un compte de compensation à titre d'excédent ou de découvert. En cas de découvert, le compte de compensation est financé par la clé de répartition «cartes journalières pour l'ADT 2^e classe». Si le compte de compensation présente un excédent, le montant est versé aux entreprises de transport à l'aide de la clé de répartition «cartes journalières pour l'ADT 2^e classe».

6 Swiss Travel System SA

60 Généralités

60.00 Swiss Travel System AG commercialise à l'étranger, sur mandat des entreprises de transport suisses, des offres de transport public en Suisse. La concentration des forces du marché ainsi que l'orientation claire et le rapprochement de l'image de Suisse Tourisme devraient permettre de réaliser de manière optimale les potentiels de marché en présence. STS AG est une filiale des CFF détenant la majorité des actions. Aux côtés d'autres entreprises de transport principalement orientées sur le tourisme, Suisse Tourisme participe à STS AG. Pour l'essentiel, deux mandats ont été confiés à STS AG:

- Le mandat TP de commercialisation des transports publics de Suisse à l'étranger
- Le mandat CFF de commercialisation du trafic international

Pour le présent tarif 615, le mandat TP est déterminant.

61 Mandat TP

61.00 L'objectif du mandat TP est l'accroissement durable des recettes pour les TP de Suisse. STS AG traite l'ensemble des marchés (monde entier); l'intensité de la prospection de marché dépend toutefois de l'importance des marchés considérés.

61.01 Les mandants TP sont les ETF participant au tarif 673 «Offer Switzerland Swiss Travel System». Tous les tarifs intérieurs du SDN aux parts de chiffre d'affaires principalement Incoming sont commercialisés; l'accent est toutefois mis sur les tarifs SDN STS. Vis-à-vis de STS AG, les intérêts des entreprises de transport participantes sont représentés par le comité Incoming.

Aperçu des tarifs

- Tarif 601: seulement Tarif normal incl. Billets dégriffés, voyages de groupes incl. MICE-Tickets
- Tarif 600.3 cartes Junior et Enfant accompagné
- Tarif 654: seulement Cartes journalières (dégriffés)
-
- Tarif 673: Offer Switzerland Swiss Travel System
- Tarif 710.9 Eurail et Interrail

61.02 Une autre tâche incombe à STS AG, à savoir le calcul du prix des billets STS établis et programmés expressément pour les voyageurs (tailor made tickets).

61.03 Les systèmes et processus de distribution restent généralement aux mains des entreprises de transport participantes; STS AG assure toutefois le suivi des interfaces avec les partenaires de distribution. L'acquisition et la gestion de ces partenaires incombent à STS AG, qui répond en outre de toutes les mesures Push (promotion des ventes, formation, etc.).

61.04 Le financement du mandat TP est conforme aux dispositions des P 512, chiffre. 3.1.

61.05 La stratégie de formation des prix et d'assortiment est définie par la Commission Marché Voyageurs (CMV) et comprend également les conditions liées à l'étendue de l'assortiment. Pour les promotions, les dispositions de la toolbox Marketing s'appliquent comme suit

61.07 Toolbox STS

Box 1: offres de valeur ajoutée

	Description	Particularités
1 jour offert	Des jours de voyage supplémentaires sont offerts à l'achat d'un Swiss Travel Pass ou d'un Swiss Travel Pass Flex.	-
1^{re} classe pour la 2^e classe	Surclassement à prix réduit ou gratuit en 1 ^{re} classe	-
Prestation supplémentaire de partenaires incluse	Exemples: <ul style="list-style-type: none"> - transport de bagages - prestations de restauration ferroviaire - excursion en montagne - Wi-Fi 	Librement configurable
Offre 2 pour 1	Pour un billet payé, un 2 ^e billet identique offert	<ul style="list-style-type: none"> - Pas proposé au niveau mondial - Courte période de vente - Période de voyage influencée par rabais maximum (voir box 3)
La 2^e personne paie la moitié du prix	Pour un billet payé, un 2 ^e billet identique à moitié prix	<ul style="list-style-type: none"> - Pas proposé au niveau mondial - Courte période de vente - Période de voyage influencée par rabais maximum (voir box 3)

Box 3: réductions de prix

Rabais	jan.	fév.	mars	avr.	mai	juin	juil.	août	sept.	oct.	nov.	déc.
- 30 %	vert					jaune	rouge		jaune	vert		
- 40 %	vert					rouge				vert		
- 50 %	jaune avec restrictions					rouge				jaune avec restrictions		

- Jusqu'à 30 % de rabais pour la saison intermédiaire et la basse saison octobre – mai et avec restrictions pour juin et septembre.
- Jusqu'à 40 % de rabais pour la saison intermédiaire et la basse saison octobre – mai.
- Jusqu'à 50 % de rabais pour la saison intermédiaire et la basse saison octobre – mai, mais avec des restrictions.

Les actions qui tombent dans la saison marquée en rouge peuvent en tout temps être demandées par voie de circulaire dans le groupe d'intérêts.

7 Offres pour entreprises

70 Délimitation

70.00 Les dispositions des ch. 7 ss s'appliquent exclusivement aux personnes morales et aux sociétés de personnes.

71 Conditions

71.00 Le rabais indiqué au ch. 72.20 n'est accordé qu'aux personnes morales et aux sociétés de personnes, achetant des prestations des entreprises de transport suisses pour leurs propres besoins.

La vente de ces prestations à des tiers est interdite et aucun rabais n'est octroyé.

71.01 Les rabais online et offline accordés aux personnes morales et aux sociétés de personnes ne peuvent l'être que par les services centraux compétents des entreprises de transport.

72 Modèle de rabais online

72.1 Chiffre d'affaires donnant droit à un rabais

72.10 De manière générale, tous les titres de transport et de réduction achetés online ou via une interface électronique sont couplés à un rabais, pour autant qu'ils n'en soient pas exclus selon ch. 72.11.

72.11 Les prestations suivantes sont proposées sans aucun rabais:

- prestations déjà couplées à un rabais par d'autres systèmes de réduction
- titres de transport ou de réduction au prix déjà réduit
- titres de transport ou de réduction de systèmes communautaires
- cartes journalières en multipack, surclassements pour cartes multijours
- chiffres d'affaires générés aux points de vente desservis ou aux distributeurs automatiques de billets

Sont également exclus du rabais les chiffres d'affaires des secteurs suivants:

- Agence de voyages
- Change
- Billets spéciaux
- Mobilité combinée
- Voyages en groupe

72.12 La première année (année 1), le client ne reçoit aucun rabais.

72.2 Modèle de rabais

72.20 Les rabais suivants sont octroyés aux personnes morales et sociétés de personnes enregistrées:

Volume annuel	Taux du rabais
dès CHF 7 000 000.-	10 %
dès CHF 6 000 000.-	9.5 %
dès CHF 5 000 000.-	9 %
dès CHF 4 000 000.-	8.5 %
dès CHF 3 000 000.-	8 %
dès CHF 2 500 000.-	7.5 %
dès CHF 2 000 000.-	7 %
dès CHF 1 500 000.-	6.5 %
dès CHF 1 000 000.-	6 %
dès CHF 750 000.-	5.5 %
dès CHF 500 000.-	5 %
dès CHF 250 000.-	4.5 %
dès CHF 100 000.-	4 %

dès CHF 50 000.-	3.5 %
dès CHF 30 000.-	3 %
dès CHF 20 000.-	2.5 %
dès CHF 10 000.-	2 %

72.21 Le rabais est calculé au 31 décembre (jour de référence).

72.22 Le rabais est appliqué l'année suivante (année 2).

72.23 Les rabais octroyés aux clients peuvent être calculés comme suit:

- Chaque mois, 2 fois (toutes les deux semaines)
- Tous les 12 mois

72.3 Rabais supplémentaire en cas d'intégration complète

72.30 Les entreprises qui proposent un abonnement demi-tarif, un abonnement général ou une solution de bons à tous leurs collaborateurs et collaboratrices (intégration complète) peuvent profiter d'un rabais supplémentaire.

72.31 Une intégration complète signifie que l'entreprise achète un abonnement général ou un abonnement demi-tarif à tous ses collaborateurs et collaboratrices (limite inférieure: 95 % du personnel). Une solution de bons ou un bonus pendulaire TP sont également possibles si cette offre prévoit un montant minimal de la valeur d'un abonnement demi-tarif annuel (actuellement 190 francs) et qu'elle est entièrement financée par l'entreprise (pay before). La combinaison des trois variantes d'assortiment est possible.

72.32 Pour bénéficier du rabais supplémentaire, l'entreprise doit remplir le critère suivant:

- Générer un chiffre d'affaires minimal de 10 000 francs par an via une interface en ligne

72.33 Le rabais supplémentaire se monte à 3 % et porte sur l'assortiment national normal acceptant les rabais acheté par l'interface en ligne.

72.34 Le rabais supplémentaire est octroyé une fois par an sur la base du chiffre d'affaires annuel réalisé. Le droit au rabais est examiné chaque année.

72.4 Bonus sur chiffre d'affaires

72.40 Le bonus sur chiffre d'affaires est octroyé en plus du rabais existant et est versé séparément.

72.41 Le bonus sur chiffre d'affaires n'est appliqué que pour les clients générant durant au moins trois années consécutives, un **chiffre d'affaires online** supérieur à CHF 100 000.-. Le bonus sur chiffre d'affaires est donc versé dans le courant de l'année 4 au plus tôt.

72.5 Calcul

72.50 Le bonus sur chiffre d'affaires représente le pourcentage de croissance du chiffre d'affaires de l'année en cours par rapport à celui de l'année précédente. Le pourcentage du bonus sur chiffre d'affaires correspond au rabais octroyé sur le chiffre d'affaires supplémentaire. Le rabais est plafonné à 10% max.

72.51 Exemple:

	Client A	Client B
Chiffre d'affaires de l'année précédente	750 000.-	300 000.-
Chiffre d'affaires actuel	800 000.-	450 000.-
Croissance	6 %	50 %
Valeur absolue	50 000.-	150 000.-
Plafond 10%	6 %	10 %
Bonus sur chiffre d'affaires	3000.-	15 000.-

73 Modèle de rabais offline

73.1 Chiffre d'affaires donnant droit à un rabais

- 73.10 Ne donne droit à un rabais que la vente en grandes quantités d'abonnements demi-tarif, d'AG, de billets spéciaux, de bons et de Rail-Checks par le biais des canaux de distribution usuels (**pas** online).
- 73.11 Ne donne droit à un rabais que le montant des ventes contractuelles, pas le chiffre d'affaires annuel cumulé.
- 73.12 Le modèle de rabais ne peut être utilisé que pour des entreprises. Sont considérées comme entreprises toutes les personnes juridiques et les sociétés de personnes qui achètent des prestations de TP pour leurs propres besoins. Toute vente de ces prestations à des tiers est interdite et ne donne droit à aucun rabais.

73.2 Modèle de rabais

- 73.20 Les rabais suivants sont octroyés aux personnes morales et sociétés de personnes:

Montant	Rabais
dès CHF 2 000 000.-	5 %
dès CHF 1 500 000.-	4.5 %
dès CHF 1 000 000.-	4 %
dès CHF 750 000.-	3.5 %
dès CHF 500 000.-	3 %
dès CHF 250 000.-	2.5 %
dès CHF 30 000.-	2 %

73.3 Bonus pendulaire TP

- 73.30 Le bonus pendulaire TP est un instrument dont disposent les entreprises (selon ch. 71.00) afin d'encourager la mobilité en TP de leur personnel. La mise en œuvre s'effectue par le biais du RailCheck. Celui-ci peut être employé pour le paiement de l'ensemble de l'assortiment B2C disponible via NOVA. L'acquisition n'est toutefois actuellement possible qu'au point de vente (POS).
Les entreprises sont libres de limiter l'assortiment.
- 73.31 Le bonus pendulaire fait l'objet d'un rabais calculé sur la base du modèle offline en fonction du volume annuel réalisé conformément au ch. 73.20. Le taux de rabais est calculé au 31 décembre.
- 73.32 Du fait de l'introduction du nouveau système de bons, le bonus pendulaire TP sera mis en œuvre sous forme électronique.

74 Controlling

- 74.00 Deux fois par an, les CFF établissent un rapport sur les rabais accordés et le présentent à la commission Marché (KoM).

8 Prix

80 Offres complémentaires temporaires selon tarif 654

Il n'existe pas de numéros de produits fixes.

Désignation	Prix en francs Segment adultes		Prix en francs Segment jeunes	
	2 ^e cl.	1 ^{re} cl.	2 ^e cl.	1 ^{re} cl.
Carte journalière à prix réduit pour le demi-tarif	64.-	96.-	49.-	76.-
Carte journalière à prix réduit pour personnes payant le plein tarif	83.-	124.-	66.-	99.-
Carte journalière à prix réduit pour le demi-tarif et les personnes payant le plein tarif au prix unitaire, distribution possible uniquement les canaux de partenaires	64.-	96.-	49.-	76.-
Carte journalière Online à prix réduit pour le demi-tarif	54.-	79.-	43.-	65.-
Carte journalière Online à prix réduit pour personnes payant le plein tarif	69.-	106.-	56.-	84.-
Cartes journalières Duo pour le demi-tarif	99.-	149.-	79.-	119.-
Cartes journalières Duo Online pour le demi-tarif	85.-	126.-	69.-	99.-
Cartes journalières Duo spéciale pour le demi-tarif et les personnes payant le plein tarif au prix unitaire, distribution possible uniquement via les canaux de partenaires	99.-	149.-	79.-	119.-
Abonnement demi-tarif découverte	33.-		19.-	
Carte 2 jours pour demi-tarif	99.-	149.-	79.-	119.-
Carte 2 jours pour plein tarif	129.-	194.-	103.-	155.-
Carte 2 jours en ligne pour demi-tarif	85.-	126.-	69.-	99.-
Carte 2 jours en ligne pour plein tarif	109.-	164.-	89.-	129.-
Carte 2 jours pour demi-tarif et plein tarif au prix unitaire, distribution exclusivement par les canaux des partenaires	99.-	149.-	79.-	119.-
Bon pour demi-tarif	25.-		25.-	
AG découverte (tous les groupes de clients)	355.-	565.-	260.-	400.-
Décompte de l'AG découverte sur l'AG de l'assortiment standard	175.-	280.-	130.-	200.-

9 Trafic international

90 Généralités

- 90.00 La gestion est définie dans la C510, annexe 9, cahier des charges du mandataire du SDN (actuellement les CFF).
- 90.01 Les CFF représentent les intérêts tarifaires des entreprises de transport suisses participant au T711.xy, au T716 et au T712, au sein des organes internationaux compétents.
- 90.02 Les CFF établissent les tarifs suivants:
- T711.1 Inventaire PAO
 - T711.2 Inventaire NVS
 - T711.3 Inventaire PICO
 - T711.4 Inventaire ÖBB APi
 - T711.5 Trains de nuits
 - T712 Dispositions: offres de pass Eurail / Interrail Mobile (ETS)
 - T619 Inventaire NOVA
 - T739 Facilités de voyages pour le personnel dans le trafic international (FIP)
- SCIC-NRT Suisse

91 Non reservation ticket (NRT)

91.1 Etablissement du tarif

- 91.10 Le mandat d'établissement du «SCIC-NRT Suisse» est attribué par l'ensemble des entreprises de transport qui y participent.
- 91.11 Le mandataire établit les documents tarifaires T716 nécessaires à la vente (dispositions d'émission et prix des tronçons suisses devant être appliqués) pour les chemins de fer étrangers, ainsi que, le cas échéant, les contrats bilatéraux nécessaires.
- 91.12 Le mandataire assume les travaux y relatifs et nécessaires quant à la transmission des informations tarifaires suisses concernant la vente et le décompte (UIC-DRTF).

91.2 Cours de change

- 91.20 La fixation du cours de change est effectuée de manière autonome par l'organe chargé du décompte pour les entreprises de transport suisses (actuellement les CFF).
- 91.21 **Incoming** (tronçons suisses selon SCIC-NRT Suisse)
Les prix en euros valant à partir du changement d'horaire doivent être communiqués au plus tard au 15 septembre. En cas de fortes variations du taux de change, l'organe exécutant se réserve le droit de modifier les prix dans le système en cours d'année.
- 91.22 **Outgoing** (tronçons étrangers selon le T711.ss)
Les tronçons étrangers sont transmis en euros.

Afin de déterminer le prix de vente en francs suisses, le mandataire fixe de façon autonome le cours de change dans les systèmes de vente. Les adaptations de cours s'effectuent en règle générale par trimestre, dans le respect des délais de gestion des données. En cas de variations importantes, l'adaptation peut avoir lieu le premier de chaque mois.

91.3 Mandat de négociation avec les chemins de fer partenaires étrangers

91.30 Le mandataire conclut les accords contractuels nécessaires avec les chemins de fer étrangers (conventions annuelles spécifiques à chaque pays concernant les accords sur les tarifs, les assortiments et les recettes du trafic transfrontalier incoming et outgoing) au nom et sur mandat des entreprises de transport qui participent au tarif.

Si, outre le mandataire, les accords contractuels concernent toutes les entreprises de transport qui participent au SCIC-NRT Suisse, l'approbation des contrats incombe à la KoM.

Si, outre le mandataire, les accords contractuels ne concernent que certaines entreprises de transport qui participent au SCIC-NRT Suisse, l'approbation des contrats peut directement s'effectuer en concertation avec celles-ci (sans implication de la KoM).

Des dispositions différentes selon ch. 91.4 sont réservées.

91.31 La prolongation des accords contractuels sans modifications importantes (des modifications importantes au sens des présentes dispositions seraient par exemple l'introduction d'un nouvel élément d'assortiment durablement valable ou des adaptations de la répartition des recettes entre les pays) après l'échéance de la durée de validité initiale ne nécessite pas de nouvelle présentation à la KMP, respectivement aux entreprises de transport concernées.

91.4 Actions temporaires sur les prix

91.40 Les mesures de marketing destinées à promouvoir les ventes dont la durée (intervalle de vente) est inférieure à 8 semaines sont organisées de manière autonome par le mandataire.

91.41 L'approbation préalable de la KoM est nécessaire pour les actions d'une durée supérieure.

91.42 Les actions de promotion des ventes doivent être discutées au préalable avec le mandataire afin de garantir leur conformité avec le plan de marketing des transports publics suisses.

91.5 Financement

91.50 Le financement des travaux nécessaires est fourni par le mandataire. Aucune facturation d'éventuels coûts de personnel, de matériel ou de processus n'est faite.

92 Included reservation ticket (IRT)

92.00 Si, outre les CFF, aucune autre entreprise de transport ne participe aux transports, aucune information n'est donnée à la KoM.

93 Eurail et Interrail

93.00 L'assortiment Eurail et Interrail ne fait pas partie du Service direct suisse.

93.1 Etablissement des tarifs – Eurail / Interrail

93.10 Le mandataire établit les documents tarifaires T712 (sur la base du SCIC-RPT- Eurail et Interrail) nécessaires à la vente à l'intention des services d'émission en Suisse.

93.2 Organe Eurail Interrail (Suisse)

93.20 En tant qu'entreprises de transport gestionnaires, les CFF et le BLS représentent les intérêts des entreprises de transport participant au tarif dans l'organe de décision supérieur européen «Eurail Full Assembly». De plus, les CFF sont représentés au conseil d'administration de l'Eurail Group GIE et au conseil de surveillance Eurail B.V.

93.21 Le «Règlement commercial Eurail et Interrail» valable pour le marché suisse indique entre autres les tâches et les compétences de l'organe de gestion et de l'instance supérieure «Organe Eurail Interrail», les principes de la participation des entreprises de transport suisses au tarif, la définition du champ d'application et l'établissement de la clé de répartition (liste non exhaustive).

93.3 Financement

93.30 Le financement des coûts de gestion s'effectue conformément aux prescriptions P512, ch. 3.1.2.3.

10 Annexe

100 Contrat STS

Mandatsvertrag

betreffend der

weltweiten Vermarktung des ÖV Schweiz für die Jahre 2024 bis 2026

zwischen

SBB AG
spezialgesetzliche Aktiengesellschaft
mit Sitz in Bern

als SBB AG sowie in Vertretung aller am Nationalen Direkten Verkehr (NDV) oder an einem direkten Tarif beteiligten schweizerischen Transportunternehmen (TU) des öffentlichen Verkehrs vertreten durch

SBB AG
Markt Personenverkehr, Internationaler Personenverkehr
Trüsselstrasse 2, 3000 Bern 65
(nachstehend: SBB AG als Mandatsgeberin)

und

Swiss Travel System AG
Lagerstrasse 33, 8004 Zürich
(nachstehend: STS AG als Mandatsnehmerin)

Inhaltsverzeichnis

Glossar.....	3
Präambel.....	4
1 Vertragsgegenstand	4
2 Vertragsbestandteile und deren Rangordnung	4
3 Genereller Auftrag des ÖV-Mandats.....	5
3.1 Zu vermarktende Leistungen und Tarife/Fahrausweise.....	5
3.2 Produktmanagement STS-Fahrausweise gem. T673.....	5
3.3 Zu bearbeitende Märkte und Kommunikationsfokus.....	6
3.4 Zu bearbeitende Zielgruppen	6
3.5 Planungsgrundlagen	6
3.6 Vermarktungsaktivitäten pro Markt.....	7
3.7 Markenführung und Markenrechte der STS AG	7
4 Vertrieb und Vermarktung.....	7
4.1 Rahmenbedingungen.....	7
4.2 Vertriebssysteme	8
4.3 Produktbestellungen und -programmierungen	8
4.4 Verkaufsdaten.....	8
5 Umsatzreporting	8
6 Die relevanten Gremien des ÖV-Mandats	9
6.1 Übergeordnete Strukturen.....	9
6.2 Der Verwaltungsrat (VR) der STS AG	9
6.3 Das Incoming-Gremium (IG)	9
7 Leistungsentschädigung	9
7.1 Rechnungsstellung und Zahlungsmodalitäten.....	10
7.2 Zahlungszeitpunkt.....	10
8 Vertraulichkeit, Äusserungen gegenüber Medien.....	10
9 Immaterialgüterrechte auf Seiten der SBB AG oder der TU.....	10
10 Besondere Vereinbarungen	11
10.1 Vertragsdauer	11
10.2 Vorbehaltsklausel.....	11
10.3 Vertragsänderungen und -ergänzungen.....	11
10.4 Anwendbares Recht und Gerichtsstand, Kontaktpersonen, Ausfertigung.....	11

Glossar

Alliance SwissPass (ASP)	Branchenorganisation des öffentlichen Verkehrs Schweiz
B2C	Business to consumer (Private)
B2B	Business to Business (Unternehmen als Consumer)
B2M	Business to Medien (weltweite Medienbearbeitung)
CD	Corporate Design / Der grafische und visuelle Auftritt der STS AG
FIT	Foreign Independent Traveler → Einzelreisen Touristen (im Gegensatz zu Gruppenreisenden)
IG	Incoming Gremium – Begleitorgan der KoM für den Incoming Verkehr
KoM	Kommission Markt, Gremium der Alliance SwissPass
Kostenschlüssel STS ÖV-Mandat	SBB AG und TU finanzieren das ÖV-Mandat basierend auf einem speziell geschaffenen Kostenschlüssel gemäss V 512
MICE	Bereich des Geschäftstourismus für Meetings, Incentives, Congresses und Events
NDV	Nationaler Direkter Verkehr
NOVA	Systemplattform für den Vertrieb von öv Tickets der Schweiz.
ÖV Leistungen	Transport- und Dienstleistungsangebot des ÖV Schweiz
ÖV Netz	Alle Strecken des ÖV (Bahn, Bus, Schiff)
ÖV Schweiz	Alle öffentlichen Transportmittel der Schweiz: Bahnen, Bus, Schiffe, Nahverkehr und Bergbahnen
ÖV Zusatzleistungen	Zusatzleistungen wie Gepäck, Catering, Reservationen etc des ÖV Schweiz
Promotion	Kommunikationsmassnahmen wie z.B. Produkte-PR, Werbung, Verkaufsförderung
SBB AG	SBB AG, spezialgesetzliche Aktiengesellschaft, mit Sitz in Bern agierend als eigenständige Unternehmung
SMAPI	Swiss Mobility API
ST	Schweiz Tourismus
Strategierat	Oberstes Gremium der Branchenorganisation Alliance SwissPass
Tarif 673	Tarif "Offer Switzerland Swiss Travel System"
Tailor-Made	Tailor-Made Tickets gem. T673, für Tour Operator massgeschneiderte Tickets. Einnahmen werden anteilmässig (spitz) den Leistungsträgern verteilt.
TO	Tour Operator
TU	Transportunternehmen
Umsatz	Summe der mit dem Verkauf von ÖV Leistungen am Verkaufspunkt erwirtschafteter Beträge
Verkaufsförderung	Die Verkaufsförderung auf den Ebenen Endkunde, Vermittler und Mitarbeiter verstärkt die Vermarktungs-Kampagnen mit dem Ziel kurzfristige Umsatz-/Ertragssteigerungen zu erreichen.
Vermarktung	Im engeren Sinn Synonym für Promotion. Der Begriff „Vermarktung“ wird in diesem Vertrag auch als Sammelbegriff für alle Tätigkeiten der STS AG verwendet
Vertrieb	Verkauf von ÖV – Fahrausweisen, Reservationen und Dienstleistungen

Präambel

Die STS AG wurde per 01.01.2011 gegründet, um im Incoming Verkehr der Schweiz eine nachhaltige Steigerung der Verkehrserträge für den ÖV Schweiz zu generieren. Aktionäre der STS AG sind SBB AG, Matterhorn Gotthard Bahn AG, Rhätische Bahn AG, Jungfraubahnen Holding AG, BLS AG, Montreux Berner Oberland Bahn AG sowie Schweiz Tourismus.

Der STS AG werden mit dem vorliegenden Mandatsvertrag zwei Mandate übertragen:

1. „ÖV-Mandat“ (Hauptmandat)

Weltweite Vermarktung des öffentlichen Verkehrs der Schweiz. Die Details zum ÖV-Mandat werden im vorliegenden Vertrag geregelt.

2. „SBB-Anreisemandat“ (Zusatzmandat)

Die SBB AG erteilt den Auftrag für die Vermarktung der grenzüberschreitenden Züge und Anschlussverkehre in der Schweiz ab den Nachbarländern und daran angrenzenden Ländern soweit sie nicht durch andere Tochtergesellschaften (Allianzen) wahrgenommen werden.

Der vorliegende Vertrag regelt hauptsächlich das Zusammenspiel der beiden Teilmandate, sowie die Details zum ÖV-Mandat. Die Details zum SBB-Anreisemandat werden in einem separaten Vertrag zwischen der SBB AG und der STS AG geregelt.

Der Vertrag von 2021 wird mit diesem, vorliegenden Vertrag ersetzt und wurde durch die KoM am 23.08.2023 und durch den Strategierat am 13.09.2023 für eine Frist von drei Jahren genehmigt.

Die STS AG kann weitere Zusatzmandate und Partnerschaften gegen Entschädigung mit Marktteilnehmern eingehen, sofern sie den Gesamtinteressen des öffentlichen Verkehrs der Schweiz nicht zuwiderlaufen.

1 Vertragsgegenstand

Der vorliegende Vertrag enthält die Bestimmungen der Mandate, welche an die STS AG für die weltweite Vermarktung des öffentlichen Verkehrs übertragen werden. Er ist die Basis für die operative, langfristige Umsetzung, welche in der STS AG Strategie durch den VR STS AG definiert wird.

2 Vertragsbestandteile und deren Rangordnung

Der Vertrag setzt sich aus den folgenden Bestandteilen zusammen:

- a) der vorliegenden Vertragsurkunde
- b) Anhänge betreffend:
 - Anhang 1: Zu vermarktende Tarife im ÖV-Mandat
 - Anhang 2: Vertriebsvergütungen Incoming

Die Anhänge werden bei Bedarf auf ein neues Kalenderjahr angepasst.

Bei Widersprüchen zwischen den zu den einzelnen Vertragsbestandteilen zusammengefassten Dokumenten geht das zeitlich spätere Dokument dem früheren vor.

3 Genereller Auftrag des ÖV-Mandats

Mit der Übertragung des Mandats an die STS AG will die Mandatsgeberin folgendes übergeordnete Ziel erreichen:

Nachhaltige Ertragssteigerung im Incoming-Verkehr für den ÖV Schweiz.

Dies soll durch Erreichung folgender Unterziele realisiert werden:

- Professionelle Planung, Durchführung und Evaluierung von weltweiten Vermarktungsaktivitäten unter Berücksichtigung von Synergiepotentialen mit Partnern in der Schweiz und in den Märkten
- Sicherstellung eines breiten und kostengünstigen Vertriebs
- Ausarbeitung einer ertragsmaximierenden Sortiments- und Preisstrategie bezüglich des STS-Sortiments (T673) z.Hd. der verantwortlichen Gremien
- Sicherstellung einer korrekten und aktiven Vermarktungs- und Verkaufsaktivität durch die weltweiten Distributionspartner
- Aufbau von Marktwissen, insbesondere über Kundenbedürfnisse, Distributionslandschaften und Konkurrenzentwicklungen

Die STS AG soll die Märkte sehr gut kennen und dabei zu allen Sortimentsteilen, Vertrieb und Marketing eine beratende Rolle gegenüber der ÖV-Branche Schweiz einnehmen. Die effektiven Entscheide werden jedoch durch die Gremien gefällt.

3.1 Zu vermarktende Leistungen und Tarife/Fahrausweise

Die STS AG vermarktet im Rahmen des vorliegenden Mandates folgende Produkte und Sortimente:

Leistungen:

- das ganze nationale ÖV-Netz mit Bahn, Bus, Schiff und Bergbahnen inkl. Nahverkehr
- die touristischen Highlights wie Panoramastrecken, relevante Bergbahnen, ÖV-Erlebnisse
- weitere ÖV-Dienstleistungen wie z.B. Platzreservierungen, Gepäck, Catering
- Die Aufzählung ist nicht abschliessend.

Tarife/Fahrausweise:

- Incoming-Sortimentsteile wie STS-Fahrausweise, Interrail/Eurail-Pässe, Tarife des Nationalen Direkten Verkehr (NDV) und der Verbünde (Binnentarife) inkl. Sparangebote. Die aktuelle Liste der zu vermarktenden Sortimente ist im Anhang 1 beschrieben.
- Fahrausweisarten, die nicht aufgeführt sind, können gegen Entschädigung als Zusatzmandat der STS AG in Auftrag gegeben werden.

3.2 Produktmanagement STS-Fahrausweise gem. T673

Die STS AG zeichnet verantwortlich für die Betreuung, Weiterentwicklung und Vermarktung des STS-Sortiments und das Verfassen der Anträge zu Händen der Gremien der Alliance SwissPass in Abstimmung mit dem Incoming-Gremium. Pricing- und Sortimentsanpassungen werden gemäss Organisationsreglement der Alliance SwissPass den entsprechenden Gremien zur Genehmigung vorgelegt.

Im Rahmen einer „Toolbox – Pricing STS“ werden für die Promotionen Pricing-Spielräume und Bedingungen für die STS AG definiert.

Zu Verkaufsförderungszwecken, für Medienschaffende und für Reiseleiter kann die STS AG unter Beachtung der definierten Richtlinien Gratis-STS-Fahrausweise an Dritte abgeben. Diese Richtlinien und Anpassungen dazu sind durch das Incoming Gremium zu genehmigen.

3.3 Zu bearbeitende Märkte und Kommunikationsfokus

Die STS AG vermarktet weltweit die Produkte, Dienstleistungen und Fahrausweise des ÖV Schweiz (inkl. im Markt Schweiz tätige Agenten für den Incoming – Verkehr).

Die Märkte werden aufgrund ihrer Ertragskraft und ihres Potentials für den ÖV Schweiz unterschiedlich bearbeitet. Die Vorgaben betreffend Priorisierung der relevanten Märkte sind in der STS AG-Strategie definiert, die Priorisierung der Märkte ist im jährlichen Marketingplan festgelegt.

Die Marketingkommunikation soll klar marktgerichtet und zielgruppenorientiert sein. Dabei liegt der Fokus darin, möglichst viele Gäste aus dem Ausland **zur Mobilität** mit dem ÖV Schweiz zu motivieren. In Ergänzung sollen mögliche Ausflüge mit Schiffen und Bergbahnen mitkommuniziert werden.

Die Kommunikation und Vermarktung der STS AG soll vor allem die ambitionierten, messbaren und realistischen Umsatz- bzw. Ertragsziele unterstützen.

3.4 Zu bearbeitende Zielgruppen

Hauptsächlich legt die STS AG den Fokus auf definierte Multiplikatoren, um die Endkunden gebündelt, marktgerecht und marktgerichtet zu erreichen. Dies sind:

- Distributionspartner (B2B, Reisebüros, Tour Operators, Online-Vertriebspartner, ausländische Bahngesellschaften, etc.)
- Medienpartner (B2M, Journalisten, Blogger, Influencer, Key Opinion Leaders etc.)
- Endkunden (B2C, im Hinblick auf das automatische Ticketing (myRide) oder um Vertriebskosten zu optimieren), sofern ein klarer Mehrwert gegenüber Aktivitäten mit Distributionspartnern dargestellt werden kann.

Die STS AG bearbeitet mit ihren Partnern primär den Incoming-Freizeitmarkt mit seinen Teilsegmenten/Personas von Einzel- und Gruppenreisen (mit Schwerpunkt Einzelreiseverkehr/FIT). In einzelnen Märkten wird zusätzlich der Business-Markt (MICE) bearbeitet.

Die Priorisierung der Segmente/Personas wird marktspezifisch festgelegt, periodisch überarbeitet und dient als Basis für die detaillierte Vermarktungsplanung.

3.5 Planungsgrundlagen

Die langfristige Verkehrsertragsplanung im Incoming-Verkehr wird durch die STS AG im Rahmen der alljährlichen Prozesse definiert und den entsprechenden Stellen bei der SBB AG bzw. bei Alliance SwissPass fristgerecht zur Verfügung gestellt.

Die Langfristplanung aller Aktivitäten basiert auf der STS AG-Strategie, welche durch den VR der STS AG genehmigt wird. Darauf aufbauend wird ein jährlicher Marketingplan erstellt, welcher die operative Umsetzung bestimmt.

3.6 Vermarktungsaktivitäten pro Markt

Die STS AG plant die Vermarktungsaktivitäten basierend auf der vom VR STS AG verabschiedeten Strategie in den definierten Märkten in enger Abstimmung mit ST. Zur Nutzung von möglichst vielen Synergien werden auch die Bedürfnisse von Distributionspartnern, Leistungsträgern (TU) und Destinationen in die Planung mit einbezogen. Teilweise werden die Investitionen in Marketingaktivitäten der STS AG durch ST und Distributionspartner zu gleichen Anteilen finanziert.

Das Incoming Gremium wird jährlich über den Marketing-Plan sowie die Schwerpunkte der Vermarktungsaktivitäten pro Land informiert.

3.7 Markenführung und Markenrechte der STS AG

Die STS AG lehnt sich konsequent an die Markenführung und Bildsprache von ST an und stellt dabei den ÖV Schweiz in den Vordergrund. Die weltweite Markenführung der STS AG ist in einem durch den VR der STS AG sowie der SBB AG verabschiedeten CD-Manual festgelegt.

Die STS AG ist – soweit die Markenrechte nicht bei ST liegen – im Besitz der Nutzungsrechte des entsprechenden Auftritts der STS AG betreffend der Marken- und Bildrechte. Wie zum Beispiel für die Wort-Bildmarken der STS-Sortimente Swiss Travel Pass, Swiss Half Fare Card und Swiss Family Card. Diese Eigentumsrechte verbleiben bei der SBB AG als Vertreter der Mandatsgeber.

4 Vertrieb und Vermarktung

4.1 Rahmenbedingungen

Ein professioneller Vertrieb, inkl. einer weltweit koordinierten Vermarktung für den ÖV Schweiz, ist entscheidend für eine nachhaltige Umsatz- und Ertragssteigerung. Für dessen Auf- und Ausbau gelten folgende Rahmenbedingungen:

Die STS AG nimmt für den ÖV Schweiz die übergeordnete Steuerungsfunktion im Incoming-Vertrieb wahr und verfolgt dabei mit einem adäquaten Marketing-Mix eine ertragsoptimierte Mehrkanal-Strategie (Vertrieb und Kommunikation). Die Zusammenarbeit und wichtigsten Prozesse im Accountmanagement zwischen der STS AG und der SBB AG basieren auf der gemeinsamen Partnervertriebsstrategie, der internationalen Vertriebsstrategie der SBB AG sowie dem Konzept Accountmanagement und werden in enger Zusammenarbeit laufend gegenseitig abgestimmt.

Die STS AG ist mit einer ganzheitlichen Marktbetrachtung verantwortlich für das kommerzielle Accountmanagement (inkl. Marketing, Businesspläne, Kommissionierung innerhalb der vorgegebenen Bandbreiten, Produkteschulung, etc.) der Vertriebspartner im Ausland bzw. der Vertriebspartner mit Incoming-Fokus mit Sitz in der Schweiz.

Systembezogene, technische Aspekte, wie die Anbindung an die Partnervertriebssysteme, liegen im Verantwortungsbereich der SBB AG, ebenso übergeordnete strategische Fragestellungen. Weitere Vertriebsaspekte, wie Support und Administration, sind möglichst komplementär im Rahmen der gemeinsamen Partnervertriebsstrategie sowie des Konzepts Accountmanagement mit der SBB AG zu gewährleisten.

Die technischen Systemverträge werden durch die SBB AG unterzeichnet. Bei Uneinigkeit entscheidet die SBB AG betreffend Anbindung oder Vertragsauflösung eines Vertriebspartners. Die kommerziellen Businesspläne werden durch die STS AG unterzeichnet.

Das Inkasso- und Mahnwesen liegt in der Verantwortung der SBB AG und erfolgt in Absprache mit der STS AG. Die STS AG übernimmt bei Zahlungsverzug die Kommunikation mit den Vertriebspartnern. Allfällige Entscheide betreffend Massnahmen gegenüber dem Agenten werden gemeinsam durch SBB AG und STS AG vorgenommen. Bei Uneinigkeit entscheidet die SBB AG.

Die Vertragspartner erhalten für ihren Aufwand zur Kommunikation und Distribution des Fahrausweissortiments eine Entschädigung mittels Kommission («Vertriebsvergütung für Incoming-Angebote», vgl. V512). Die Bandbreiten dieser Vergütungen sind in Anhang 2 geregelt.

4.2 Vertriebssysteme

Die SBB AG ist verantwortlich für die Vertriebssysteme und technischen Verkaufsprozesse. Dies betrifft insbesondere die Systemanbindung, den Systemsupport, den Verkauf und das Inkasso.

Die SBB AG bietet den Vertriebspartnern der STS AG für den Incoming-Vertrieb die Schnittstelle Swiss Mobility API (SMAPI) sowie das darauf aufbauende Front End System AgenturClient zur Nutzung an. Dritte, die sich direkt an NOVA anbinden, sowie Partner, welche von einer TU eigenständig akquiriert werden, laufen ausserhalb dieses Mandates und sind nicht im Verantwortungsbereich der STS AG betreffend Betreuung, Marketing etc. und sind von der Vertriebsvergütung Incoming (gem. V512) ausgeschlossen.

4.3 Produktbestellungen und -programmierungen

Die STS AG bestellt die notwendigen Produktprogrammierungen (spezielles Incoming-Sortiment gemäss Anhang 1, insbesondere STS-Sortiment und STS Tailor Made) beim NOVA-Datenmanagement der SBB AG.

Die Programmierungs- und Abrechnungskosten bleiben bei der SBB AG, welche sie im Rahmen der Kostenrechnung Teilmandat Preis und Sortiment (Vorschriften V512) weiterbelastet.

Produktprogrammierungen für das übrige Sortiment (ausserhalb Mandat) oder für Kooperationen mit Dritten können durch die STS AG bestellt werden. Die Programmierungskosten werden, sollte dies nicht durch den NOVA-Verpflichtungskredit gedeckt sein, von der SBB AG an die STS AG gemäss Kostenansätzen V512 verrechnet.

4.4 Verkaufsdaten

Die SBB AG stellt der STS AG monatlich die detaillierten Incoming Verkaufs- respektive Abrechnungsdaten unentgeltlich zur Verfügung.

5 Umsatzreporting

Die STS AG erstellt zu Handen des VR STS AG, des IG und der Shareholder monatliche Umsatzreportings. Nach Bedarf können weitere Reportings durch die STS AG erstellt werden.

6 Die relevanten Gremien des ÖV-Mandats

6.1 Übergeordnete Strukturen

Änderungen am vorliegenden Mandatsvertrag als auch Anpassungen an Preis und Sortiment aus dem T673 "Offer Switzerland Swiss Travel System", unterliegen dem Ue500 "Übereinkommen der Alliance SwissPass".

Für alle strukturellen Vorgaben für die STS AG gelten die Regelungen und Bestimmungen des Beteiligungsmanagements der Hauptmandatsgeberin SBB AG. Dies betrifft vor allem die Organisations-Reglemente, Corporate Governance, Compliance-Vorgaben, Strukturen zu Abrechnungen etc.

6.2 Der Verwaltungsrat (VR) der STS AG

Der VR STS AG führt die STS AG und deren Geschäftsführer direkt. Er ist zuständig für die Sicherstellung der strategischen Umsetzung dieses Mandates (inkl. Zielsetzungen und Budgets STS AG), die Zielsetzungen auf Umsatzebene, für Durchführung der GV, für Strategieentscheide, wichtigste Planungsprozesse, Budgets im Rahmen des im vorliegenden Vertrag definierten Kostendachs, Personalbestand, und weiteren relevanten Vorgaben zur erfolgreichen Mandats-Erfüllung.

6.3 Das Incoming-Gremium (IG)

Das IG tritt im Auftrag der KoM als Mandatshüter des ÖV-Mandats gegenüber der STS AG auf. Es gilt das entsprechende, durch die KoM genehmigte Pflichtenheft (Aufgaben, Pflichten, Kompetenzen, Mitglieder, Präsidium, Sitzungsrhythmus, etc.). Vertreter der STS AG nehmen ohne Stimmrecht an den Sitzungen des IG teil.

Das IG trifft sich mehrmals jährlich mit dem Ziel über die Vermarktungsaktivitäten sowie den Geschäftsverlauf (Reporting) informiert zu werden und relevante Gremien-Entscheide vorzubereiten. Allfällige Anpassungen der Anhänge 1 und 2 liegen ebenfalls im Verantwortungsbereich der KoM bzw. des Incoming-Gremiums.

Das IG hat gegenüber der STS AG grundsätzlich keine Entscheid- oder Weisungsbefugnis. Die Ausnahme bilden ausserordentliche Preis-Promotionen im Rahmen von Toolbox-Massnahmen. Zwei Vertreter des IG sind in der Regel Mitglieder der KoM.

7 Leistungsentschädigung

Die Leistungsentschädigung an die STS AG beträgt für die Jahre 2024 bis und mit 2026 CHF jährlich **maximal CHF 8 Millionen**. Davon übernimmt die SBB AG einen Anteil von 66.7%, welcher auch die Finanzierung des SBB-Anreisemandates beinhaltet.

Die effektive und für das Budget im Folgejahr definierte Entschädigung wird jährlich durch den VR STS AG spätestens im dritten Quartal basierend auf der aktuellen Marktsituation bestimmt.

7.1 Rechnungsstellung und Zahlungsmodalitäten

Sämtliche Rechnungen müssen sich auf die im Vertrag festgelegten Grundlagen beziehen. Die MwSt ist offen auszuweisen. Die Rechnungen müssen untenstehende Zusatzinformationen sowie die MwSt-Nummer der STS AG enthalten.

Die Rechnungen der STS AG an die SBB AG sind ausschliesslich zuhanden folgender Rechnungsadresse auszustellen:

Schweizerische Bundesbahnen SBB
Kreditoren Markt Personenverkehr
Poststrasse 6
3000 Bern 65

Referenz: Gabriel Brombacher, BUK 2400
Bestell-Nr.: jährlich neu

Die SBB AG leistet Zahlungen mit befreiender Wirkung auf folgendes Konto:

Kontoinhaber Swiss Travel System AG, 8004 Zürich
IBAN CH69 0023 0230 1055 5601 N

7.2 Zahlungszeitpunkt

Die STS AG stellt der SBB AG gemäss einem jährlich gemeinsam vereinbarten Zahlungsplan Akontozahlungen in Rechnung.

8 Vertraulichkeit, Äusserungen gegenüber Medien

Der vorliegende Vertrag sowie seine Änderungen werden als Bestandteil des Tarifs 615 den Transportunternehmen des NDV durch die Alliance SwissPass zugänglich gemacht.

Äusserungen gegenüber Schweizer Medien im Zusammenhang mit dem Vertrag erfolgen in Absprache mit der SBB AG.

9 Immaterialgüterrechte auf Seiten der SBB AG oder der TU

Dokumente, Bilder, Videos und Know-how, welche die SBB AG oder ein einzelnes TU der STS AG im Rahmen der Vertragserfüllung zugänglich machen, dürfen nur strikt projektbezogen verwendet werden. Die STS AG hat den von ihr beauftragten Dritten (z.B. Subunternehmern) die entsprechende Verpflichtung zu überbinden.

Die SBB AG und die TU behalten sich vor, gegen unbefugte Verwertung (wie Vervielfältigung, Verbreitung) der Unterlagen und andere Verletzungen der ihr zustehenden Rechte vorzugehen.

10 Besondere Vereinbarungen

10.1 Vertragsdauer

Dieses Mandat gilt ab 1. Januar 2024 bis am 31. Dezember 2026. Es kann nur aus wichtigen Gründen gekündigt werden. Die Kündigungsfrist beträgt 18 Monate. Im Sommer 2026 wird ein aktualisiertes Mandat für die weltweite Vermarktung des ÖV Schweiz ab 1.1.2027 den zuständigen Gremien zur Genehmigung aufbereitet.

10.2 Vorbehaltsklausel

Sollte eine der Bestimmungen dieses Vertrags ungültig sein oder werden, bleibt die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen davon unberührt. Wird eine Bestimmung ungültig oder nichtig, wird sie von den Parteien durch eine Bestimmung ersetzt, welche den finanziellen Zielen der Parteien am nächsten kommt.

10.3 Vertragsänderungen und -ergänzungen

Änderungen und Ergänzungen des Vertrages und der Vertragsbestandteile bedürfen zu ihrer Gültigkeit der schriftlichen Form und der Unterzeichnung durch beide Parteien.

Die Anpassungen im Vertrag (ohne Anhänge) sind den zuständigen Gremien der Alliance SwissPass zum Entscheid vorzulegen.

10.4 Anwendbares Recht und Gerichtsstand, Kontaktpersonen, Ausfertigung

Dieser Vertrag untersteht ausschliesslich schweizerischem Recht.
Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Bern.

Kontaktpersonen für alle mit dem Vertrag zusammenhängenden Fragen sind:
Für die SBB AG: Leiter Internationaler Personenverkehr (MP-IPV)
Für die STS AG: CEO STS AG

Die vorliegende Vertragsurkunde ist in 2 gleich lautenden Exemplaren ausgefertigt.
Die SBB AG und die STS AG erhalten beide je ein unterschriebenes Exemplar.

Für die Schweizerischen Bundesbahnen SBB

Ort/Datum

Ort/Datum

Véronique Stephan
Leiterin Markt Personenverkehr

Philipp Mäder
Leiter Internationaler Personenverkehr

Für die Swiss Travel System AG

Ort/Datum

Ort/Datum

Martin Nydegger
VR STS AG
Vize-Präsident

Maurus Lauber
CEO STS AG

Anhang 1:

Zu vermarktende Tarife

Folgende Tarife sind durch die STS AG zu vermarkten:

T601	Allgemeiner Personentarif, Hauptfokus: Normaltarif inkl. Sparbillette, Gruppentickets
T651.xx	Tarife der Verbünde
T654	Tarif für General- und Halbtaxabonnement Hauptfokus: Tageskarten, Spartageskarten
T673	Offer Switzerland Swiss Travel System
T710.9	Eurail und Interrail

Diverse Dienstleistungen wie Reservierungen, Gepäck, Gastronomie-Services

Sortiments-Gruppe	Sortimentsbreite	Ausprägungen	Mandat
ER/IR	Eurail	Globalpass	ÖV-Mandat
	Interrail	Globalpass / OneCountry Pass Switzerland	ÖV-Mandat
IPV	NRT <i>Verkauf durch ausl. Bahnen</i>	NRT Reise grenzüberschreitend	SBB-Anreisemandat
		NRT ausserhalb Parameter Allianzen (Anteil grenzüber. und Binnenstrecken)	SBB-Anreisemandat
	Marktpreise	Frankreich	SBB-Anreisemandat
		Italien	SBB-Anreisemandat
	Nachtzüge	SBB-Anreisemandat	
STS	Swiss Travel Pass	Swiss Travel Pass / Swiss Travel Pass Flex	ÖV-Mandat
	Swiss Half Fare Card	Swiss Half Fare Card	ÖV-Mandat
	TAM	Tailor-Made Ticket TAM	ÖV-Mandat
	Swiss Family Card	Swiss Family Card	ÖV-Mandat
Regional-pässe	Regional Pässe	Berner Oberland Pass / TellPass / Regional Pass Genfersee Alpen / usw.	Geschäftsführende Stelle
Binnentarife	(Tages-) Karten	Tageskarten, Spartageskarten	ÖV-Mandat
		Junior-Karte / Kinder-Mitfahrkarte	ÖV-Mandat
	Punkt-zu-Punkt	T601 / Normalpreis und Sparbillett	ÖV-Mandat
		NRT Binnen Schweiz	ÖV-Mandat
		Verbundtickets	ÖV-Mandat
	Gruppen	T601 / Spez. 2 für Konkurrenzofferten / Charterfahrten	ÖV-Mandat
Zusatz-Leistungen	Services	Reservierungen / Gepäck / andere Services insbes. Gastro-Services	ÖV-Mandat

Anhang 2:

Vertriebsvergütungen Incoming – Bandbreiten Basiskommissionen

Die STS AG schliesst die kommerziellen Vereinbarungen mit den Distributionspartnern ab. Die Vergütungen Incoming richten sich nach unten definierten Bandbreiten und sind mit der Partnervertriebsstrategie SBB und dem Konzept Accountmanagement abgestimmt. Zur Gewährleistung eines ertragsoptimierten und kostengünstigen Vertriebes, werden die Bandbreiten jährlich überprüft und neu festgelegt.

Die maximale Vergütung Incoming kann nur Distributionspartner vergeben werden, die mit STS AG eine Vermarktungskoooperation eingehen.

Mit den ausländischen Bahnen schliesst die SBB AG ihre Distributionsverträge direkt ab. Die STS AG muss sich in den entsprechenden Ländern an die darin enthalten Vergütungen anlehnen.

Produkt	Maximale Vergütungen Incoming gem. Partnervertriebsstrategie SBB
a. Swiss Travel System (Standardsortiment): - Swiss Travel Pass - Swiss Travel Pass Flex - Swiss Half Fare Card - Swiss Family Card	5% - 10%
b. STS massgeschneidertes Sortiment - STS Nettopreisartikel - Tailor-Made Tickets TAM (als Teil eines Pauschalangebots)	0%
c. Streckenfahrscheine Schweiz für Einzelreisende - Gewöhnliche Billette National (Einfach / Retour)	0% - 8%
d. Streckenfahrscheine Schweiz für Gruppen - Gruppenbillette National (Einfach / Retour)	0% - 8%
e. Verbundfahrausweise - Einzelbillette - Gruppenbillette	0%
f. Internationale Fahrausweise - Internat. Einzelfahrscheine Schweiz < > Ausland (Einfach / Retour) - Internationale Gruppenfahrscheine Schweiz < > Ausland (Einfach / Retour)	für 2024 sind keine intern. Fahrausweise verfügbar
g. Platzreservierungen und Zuschläge - Nationale Platzreservierungen und Zuschläge - Internationale Platzreservierungen und Zuschläge - Internationale Globalpreise: - Lyria, SNCF, Thalys, Eurostar, Renfe - Übrige Bahnen	5% für 2024 sind keine intern. Platzreservierungen verfügbar
h. Zuschläge Schweiz für Gruppen	0%
i. Gepäck - Fly Luggage - Check-in - Schnelles Reisegepäck Schweiz	Gemäss Produktmanagement Gepäck
j. Ausflüge & Regionalpässe	Gemäss Vereinbarungen mit den Leistungspartnern

Vertriebsvergütung Incoming – Marketingvereinbarungen

Zur Förderung der Umsatzziele schliesst STS AG mit ausgewählten Partnern Businesspläne ab. Dieses zusätzliche Marketinggeld wird kontrolliert für punktuelle verkaufsfördernde Massnahmen mit klaren Zielen eingesetzt.

Die Kommission Markt (KoM) hat an ihrer Sitzung vom 17.12.2021 entschieden, dass für die Jahre 2023 – 2025, maximal bis 3% vom STS-Sortimentsumsatz (siehe obige Tabelle lit. a.) für Marketingvereinbarungen eingesetzt werden dürfen.

Änderungsindex Anhänge 1 & 2

Gültig ab	Änderungsinhalt	Genehmigt durch
01.01.2024	Neuerstellung Anhänge 1 & 2	IG 13.07.2023 / KoM 23.08.2023