

droit *au but*

Le magazine de l'Alliance SwissPass



Alliance
Swiss
Pass⁺

6

À destination

Une constante dans les transports publics

Pourquoi les changements dans les transports publics rencontrent (presque) toujours une certaine résistance



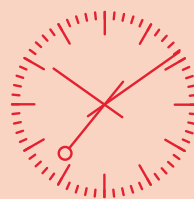
14

En voiture, s'il vous plaît!

Âmes susceptibles, s'abstenir!

Agentes clientèle et contrôleurs, des métiers qui demandent beaucoup de connaissances, mais surtout des nerfs solides

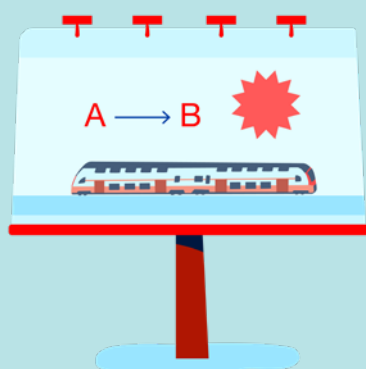




18

SwissPass

La suite du voyage



20

Gros plan sur Marco Lüthi

D'où vient le nouveau président
du Conseil stratégique et où
veut-il mener les transports publics

5

Éditorial

11

**L'atout des transports
publics selon le
Surveillant des prix**

12

**Principales stations
en 2024**

25

**Mobilité du futur:
Pourquoi un nouveau tarif
ne suffit pas à lui seul**

26

**Les tendances que
nous avons sur le radar
(de la branche)**

22

Prochain arrêt: l'avenir

Une précieuse source de sagesse

Alexander Widmer, de Pro Senectute,
explique dans quelle mesure les
réactions (de rejet) de personnes âgées
montrent la voie.







Éditorial

Voilà cinq ans que l'Alliance SwissPass est sur les rails. Pendant ces cinq années, nous avons contourné quelques obstacles en faisant front commun, nous avons posé des jalons et avons atteint de nombreux objectifs. Mais notre voyage en commun n'est de loin pas terminé: nous continuons notre route pour aller «droit au but».

Nous avançons en direction de la clientèle, et l'incitons à monter à bord grâce à une offre novatrice, à des prix transparents et à des informations actuelles. Notre travail doit être source d'utilité et rendre les transports publics de Suisse encore plus facilement accessibles à tous les passagers. Même pour les personnes qui veulent voyager sans smartphone, en payant avec de l'argent liquide ou en gardant leur anonymat.

Nous progressons sur la voie de l'efficacité et œuvrons ensemble à la renforcer. Nous appuyons donc sur l'accélérateur pour mettre en œuvre des solutions peu coûteuses, l'ensemble de la branche navigue de conserve et nous éliminons les doublons. Pourquoi est-ce important? Parce que ce n'est qu'ensemble que nous pourrons faire face à la pression croissante des coûts, réduire la complexité et augmenter la part modale.

Nous ne nous baladons donc pas vers l'avenir, mais le faisons activement. En tant que branche. Pour notre clientèle. Car nous devons enthousiasmer de nouveaux clients fidèles pour les transports publics afin qu'ils passent si possible du transport individuel motorisé au train, au bus et au tram. Aujourd'hui, demain et à l'avenir.

La stratégie commune que nous avons adoptée l'année passée définit des axes et des orientations pour nous montrer la voie du futur. La voie commune d'un futur à succès.

Helmut Eichhorn
Directeur de l'Alliance SwissPass

Stratégie
2035





À destination

Persévérance,
même en cas
de résistance



On entend souvent que le changement est l'unique constante dans la vie. Dans la branche des transports publics, il y en a deux, car qui dit changement, dit généralement aussi résistance. Quelles en sont les explications (psychologiques)?

Clac! Et voilà qu'il manque un coin à la carte multicourse, et qu'une date y figure. Les oblitérateurs mécaniques accomplissent leur travail efficacement et en toute discrétion. Ce qui, en revanche, (a) fait un peu plus de bruit, c'est que les entreprises suisses de transports publics ne seront plus tenues de mettre à disposition ces boîtes colorées dès fin 2025. Pourquoi cette obligation sera-t-elle supprimée? Premièrement, car la plupart des personnes achètent leur billet de manière numérique (cf. *graphique en page 10*). Deuxièmement, la demande de cartes à oblitérer en format papier se limite à quelques régions. Troisièmement, des solutions de remplacement satisfaisantes existent déjà, y compris pour les personnes qui voyagent sans smartphone. Et, enfin, ces machines sont gourmandes non seulement lorsqu'il s'agit de papier, mais aussi d'argent.

«Oblitérateurs mal aimés»

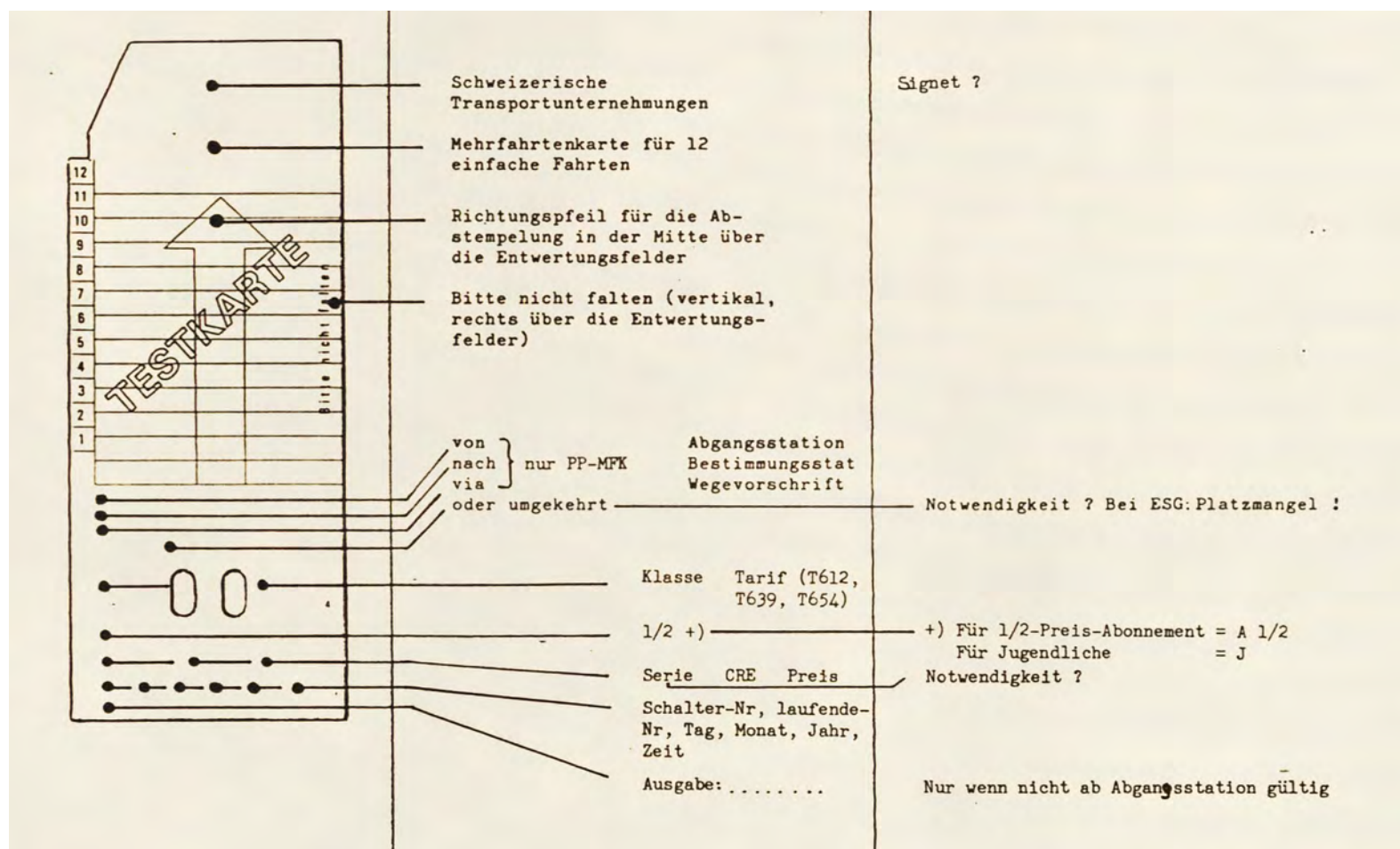
Il est vrai que la suppression de l'obligation de mettre à disposition des oblitérateurs mécaniques n'est pas la seule décision prise par la branche des transports publics qui a fait des remous l'année passée. D'autres mesures ont aussi fait débat: plusieurs guichets CFF ont fermé, il n'est plus possible d'acheter son billet auprès des chauffeurs de bus du ZVV et le paiement en espèces n'est plus accepté dans les bus des VBL. Mais l'exemple de cet ancien appareil illustre à merveille que tout changement (dans les transports publics) rencontre une certaine résistance. Ce n'est d'ailleurs pas comme si l'ensemble de la population avait sauté de joie lorsque l'oblitérateur a été mis en place dans les années septante...

Le 27 août 1977, un article intitulé «Unbeliebte Blechkondukteure» («oblitérateurs mal aimés») est paru dans la *Neue Zürcher Zeitung*. Il portait sur l'oblitération de billets par les passagers eux-mêmes, une mesure d'essai mise en place par les CFF sur les lignes Berne-Bienne et Zurich-Meilen-Rapperswil.

**Pour de nombreux voyageurs,
les oblitérateurs mécaniques
sont désormais indissociables
des transports publics.**



Lorsque ces boîtes qui «mangent les billets» ont été introduites, beaucoup ont eu de la peine à s'y habituer.



Trouver une solution uniforme sur le plan national s'est avéré encore moins évident.

L'article explique notamment que depuis sa mise en place en mai 1976, ce système a beaucoup fait parler de lui et a suscité une certaine contrariété, parce qu'il néglige les aspects psychologiques et qu'on croit, à tort, pouvoir mépriser les (nombreux) effets secondaires. L'article souligne aussi que les passagers ont vite fait d'oublier d'oblitérer leur billet, comme le montre l'expérience. C'est en particulier le cas des femmes au foyer qui portent des sacs de commissions ou sont accompagnées d'une ribambelle d'enfants.

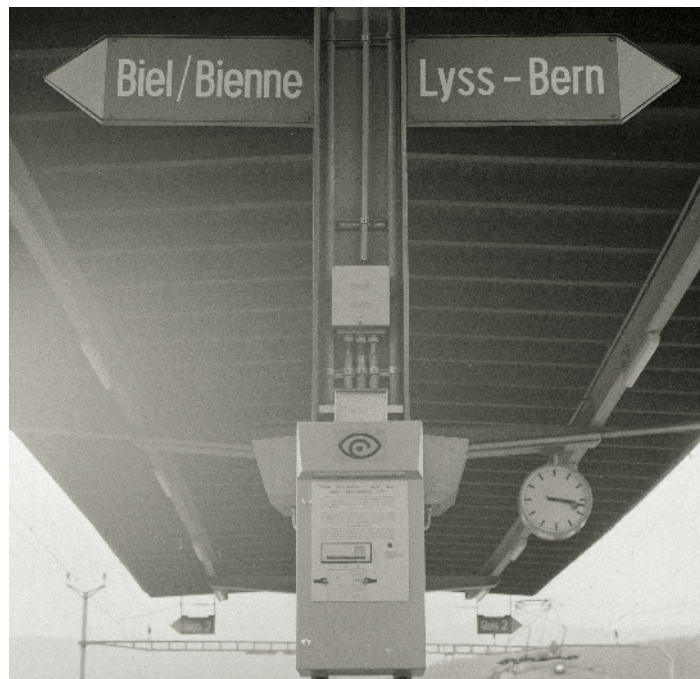
Mais ce n'est pas tout. L'article indique également qu'il n'est pas si facile pour la clientèle d'oblitérer son billet. Lors de la conférence de presse déjà, on a souligné que l'oblitérateur, cet appareil mal aimé qui mange en quelque sorte les billets, faisait peur aux voyageurs. Sans parler d'une éventuelle panne (auquel cas il faut utiliser un autre appareil), le fait d'insérer des titres de transport avec inscriptions manuscrites dans une machine posait surtout problème aux personnes plus âgées. Pour extirper les billets petit format, nul autre choix que d'aller farfouiller dans l'appareil. Quant aux abonnements multicourses au format traditionnel, ils ont dû être adaptés aux appareils grâce à un système de billets pratique.

Changer demande une certaine énergie

En parlant d'adaptation, notons qu'à l'origine, il existait différents systèmes d'oblitérateurs (comme

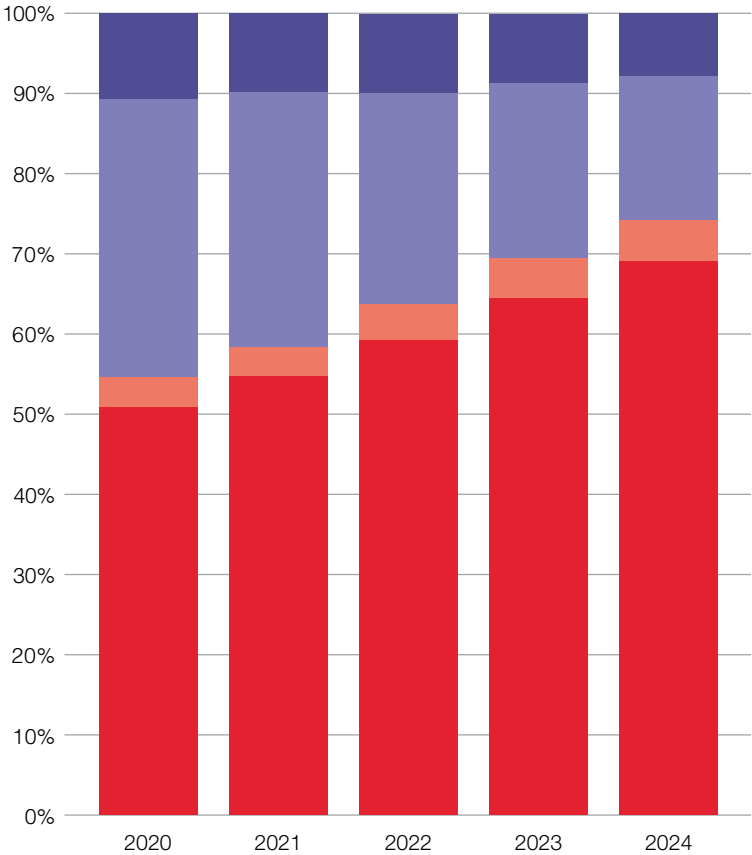
c'est si souvent le cas dans les transports publics suisses, empreints de fédéralisme). Certaines cartes à oblitérer mesuraient 50 mm de large, d'autres, 55 mm, et d'autres encore étaient dotées de bandes magnétiques. Ce n'est qu'en 1987 qu'une solution uniforme a été adoptée. Si celle-ci a pu être trouvée, c'est notamment grâce à un comité ad hoc, constitué de différentes communautés et entreprises de transports publics. À sa tête, Peter Scheidegger, qui a ensuite dirigé le Regionalverkehr Bern-Solothurn. Il se souvient bien à quel point c'était compliqué, car chacun voulait la solution qu'il trouvait le plus simple, c'est-à-dire conserver son propre système.

Pourquoi tenons-nous autant aux anciennes habitudes et pourquoi sommes-nous si fermés au changement? Christopher Hopwood, professeur en psychologie de la personnalité à l'institut psychologique de l'Université de Zurich, est un scientifique et n'aime donc pas les généralisations. Malgré cela, il avoue qu'en principe, l'humain n'est effectivement pas friand de gros changements qui peuvent bouleverser sa vie. Cela pour des raisons pratiques: «Généralement, la nouveauté nous force notamment à apprendre de nouveaux rôles et habitudes. Nous devons donc nous adapter, ce qui est pénible et prend du temps. Comme nous sommes tous très occupés, nous n'aimons pas prendre sur notre temps pour ce faire, et encore moins lorsque l'ancienne solution fonctionnait», explique-t-il. Par ailleurs, un changement peut parfois nous donner l'impression que ce que nous faisons avant était



À la fin des années 1970, les CFF ont testé leurs oblitérateurs sur les tronçons Berne-Bienne et Zurich-Meilen-Rapperswil.

Jusqu'en 1987, différents systèmes coexistaient.



Canaux de distribution

- Vente desservie
- Distributeurs de billets
- Webshop
- Mobile, billetterie et renouvellement automatique

moment, mais elles finiront par s'habituer au nouveau système. Et arrivera un jour où elles auront oublié l'ancienne solution ou ne la considéreront du moins plus comme meilleure que la nouvelle.»

Convaincre n'est pas une mince affaire

Existe-t-il une recette pour accélérer ce processus et mieux faire passer la pilule? «Il peut être utile de communiquer un changement de manière ouverte et transparente, de le justifier clairement et d'expliquer aux personnes concernées pourquoi il améliorera ou simplifiera leur vie», poursuit Christopher Hopwood. Il prévient toutefois qu'il ne faut pas trop en faire non plus. Si l'on insiste trop en espérant convaincre une personne (des bons côtés) d'un changement, ça pourrait l'inciter, paradoxalement, à le rejeter.

Toutefois, il ne faut pas oublier que «nous sommes tous différents et que nous gérons tous les changements à notre façon.» Et si certaines personnes manifestent leur mécontentement vis-à-vis d'une nouveauté, cela ne signifie pas que toutes sont contre. «Dans certaines situations, telles que le passage des oblitérateurs mécaniques à leurs cousins numériques, les personnes qui s'insurgent le plus sont vraisemblablement celles qui aiment le moins les changements.»

faux, ce qui peut nous pousser à être sur la défensive. En ce qui concerne la gestion des changements, des études indiquent que le fait que l'on décide volontairement de procéder à un changement ou que celui-ci nous soit imposé joue un rôle important.

Repenser ses habitudes prend du temps

Cela signifie-t-il que nous sommes automatiquement plus réticents envers un changement lorsqu'il nous est imposé et qu'on a l'impression de ne pas avoir le choix? La réponse du psychologue est rassurante: d'après lui, notre réaction est plus ou moins forte selon l'importance du changement et de l'apprentissage nécessaire. Certains facteurs sociaux

sont aussi décisifs. «Lorsque les gens de manière générale ou les personnes appartenant à une catégorie sociale précise et appréciée (p. ex. ma famille, mes amis ou les représentants de mon parti politique) approuvent un changement, je vais sûrement le voir d'un œil plutôt positif», explique Christopher Hopwood.

Au fil du temps, l'efficacité et le taux de réussite d'un changement pourraient aussi jouer un rôle. Autrement dit, lorsqu'une personne reconnaît qu'une nouvelle solution porte ses fruits et améliore sa vie, elle y devient gentiment favorable, même si au début, elle était encore hésitante. «Pour autant que la nouveauté soit, objectivement, positive, les personnes hésitantes ne seront certainement pas satisfaites pendant un

Les cartes papier à tamponner et les oblitérateurs mécaniques restent pour l'instant opérationnels.



Point de vue extérieur

Nouvelles règles de jeu pour la part modale?



Stefan Meierhans, le Surveillant des prix, observe d'un œil attentif l'évolution (des prix) des transports publics depuis 2008.

La part modale est en berne, l'aménagement des transports publics coûte cher, les ressources financières sont limitées et il n'y a plus de marge dans les prix pour les voyageurs. Sombres perspectives pour les transports publics? Pas du tout! La branche a un atout dans sa manche: la numérisation.

Les transports publics doivent être améliorés et renforcés. Les prix en sont arrivés à un point où le principe de proportionnalité pourrait être remis en cause s'ils connaissaient encore une hausse. Sans parler du fait que l'augmentation des prix a tendance à freiner l'acquisition de nouveaux clients et à fâcher la clientèle existante. Une question nous taraude donc: sur quel levier appuyer?

Je considère la numérisation comme le facteur le plus prometteur, parce qu'il permet d'obtenir des produits innovants et des prestations de services efficaces.

Les produits numériques ouvrent la porte d'un nouveau monde: les besoins irréalisables entrent dans le monde des possibles et la combinaison du progrès technique et de la mutation sociétale crée de nouveaux besoins de produits, notamment des réductions et des rabais de quantité personnalisés. L'éternel problème du dernier kilomètre est lui aussi plus facile à résoudre à l'aide du numérique.

Après des débuts hésitants, nous assistons aujourd'hui à des progrès très réjouissants dans la numérisation des transports publics. À mon avis, le projet myRIDE peut ouvrir la voie pour l'avenir, justement grâce à sa base unifiée. Il est le terrain fertile où peut prospérer la numérisation des transports publics. J'observe avec attention quelle sera l'acceptation de ce test en conditions réelles dans le monde des transports publics. Je vois surtout des risques si trop de spécificités régionales

rendent le système lourd ou si l'on mise sur la répression plutôt que la motivation, par exemple pour ce qui est des idées de tarification de la mobilité.

La numérisation n'apporte pas des avantages qu'aux voyageurs. La branche peut aussi optimiser durablement sa situation économique. Le Contrôle fédéral des finances (CDF) a souligné que des calculs coûteux et l'entretien onéreux des systèmes étaient la conséquence du patchwork que nous connaissons actuellement. La conception des futurs assortiments et des systèmes de distribution détermine largement le potentiel d'économies pour ces prestations d'arrière-plan.

Actuellement, plus de deux tiers des voyageurs achètent déjà leurs titres de transport sur un canal numérique. J'estime que dans quelques années, il n'y aura besoin plus que d'une autre solution non numérique. Celle-ci devra toutefois garantir que toutes les personnes qui ne peuvent pas utiliser des canaux numériques ou dont on ne peut exiger qu'elles le fassent puissent tout de même utiliser les transports publics.

Outre les économies, des synergies devraient aussi exercer une influence positive sur l'efficacité. En 2021, le CDF a aussi souligné que des économies d'échelle ont été manquées et que des structures non rentables ont parfois été maintenues en raison du nombre élevé de fournisseurs ainsi que de l'absence de prescriptions de standardisation. J'estime que leur conclusion est essentielle: il faut favoriser la standardisation et la collaboration. Je suis confiant qu'une base uniforme simplifie les calculs internes à la branche et la répartition des recettes, et contribue ainsi aux effets recherchés.

«Au centre de la difficulté se trouve l'opportunité», a dit Albert Einstein. Je vous fais confiance pour la voir et l'appliquer!

À bon port

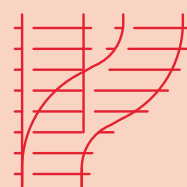
Principales stations en 2024

194000



À la mi-juin, à peine six mois après le lancement du **demi-tarif PLUS**, 100 000 paquets d'avoir avaient déjà été vendus. La barre des 150 000 a été franchie en septembre, et la nouvelle offre totalisait 194 000 ventes au 11 décembre 2024. La tendance se poursuit à la hausse. En outre, 107 000 jeunes utilisaient le nouvel AG Night à la fin 2024.

8



En février, la branche a approuvé la **Stratégie 2035** et ses huit **orientations**, donnant ainsi le cap à l'Alliance SwissPass.

4923

Le **projet pilote «enquête numérique d'utilisation de l'AG»** s'est déroulé de février à fin août. Dans ce cadre, 4923 **titulaires de l'abonnement général** sélectionné(e)s aléatoirement ont installé l'application «myJourney» et ont enregistré leurs voyages pendant un mois par ce moyen au lieu du questionnaire sur papier ou en ligne.

1070

À la fin juin, les villes et communes vendant la nouvelle «**carte journalière dégriffée Commune**» étaient presque aussi nombreuses (1070) que pour l'ancienne «carte journalière Commune» (1100).

3,3

millions de Suissesses et de Suisses détenaient un **demi-tarif** en 2024, un nombre jamais atteint auparavant.

3 ans



En octobre, **René Schmied**, directeur de BERNMOBIL, a quitté la **présidence** du Conseil stratégique. Il a dirigé l'organe pendant trois ans et fourni un précieux travail pour la branche. **Marco Lüthi**, responsable Marché de CarPostal, lui succède (*portait en page 20*).

3000

Le test en conditions réelles de myRIDE a débuté en mai. Jusqu'à fin octobre, plus de 3000 **passagères et passagers** ont testé un nouveau système de prix, plus simple. Sur la base des réactions positives, la branche des transports publics a décidé de poursuivre le développement du nouveau système dans le cadre d'une phase de maturation.



En voiture, s'il vous plaît!

Ce que font les singes dans le train, le tram et le bus

Nous avons voyagé avec les CFF, les BVB et la MGBahn et avons regardé par-dessus l'épaule des agentes clientèle et des contrôleurs. Conclusion: acheter un E-Ticket n'est pas difficile, mais contrôler les billets l'est.



Cours pour le personnel de contrôle

C'est en forgeant qu'on devient forgeron: l'Alliance SwissPass a mis en place des cours pour le personnel de contrôle. Les personnes qui y participent acquièrent des connaissances des bases légales, s'exercent à employer le système de contrôle KoServ et apprennent à identifier les contrefaçons et les abus de billets. Les cours portent également sur la meilleure manière de s'adresser à la clientèle, la résolution de conflits par la désescalade et la façon dont les collègues d'autres entreprises de transport et communautés travaillent.

Lundi matin, gare centrale de Zurich. Jessica Heinzerling se tient à côté du train sur la voie 31. Un jeune homme descend l'escalator et court vers elle. «Excuse me, is this the train to Berne?», demande-t-il, hors d'haleine. L'agente clientèle des CFF opine et l'homme monte dans le train. Un instant plus tard, après avoir donné le signal du départ au mécanicien de locomotive, elle en fait de même et commence son premier tour à travers les seize voitures de l'Intercity.

Tout ce que font les agentes clientèle

Les personnes qui ne sont pas occupées sur leur téléphone ou leur ordinateur préparent leur billet en voyant Jessica Heinzerling arriver. Mais elle sourit et termine d'abord son tour de service. Elle se fait une vue d'ensemble de l'occupation du train et vérifie si quelqu'un a besoin d'aide. C'est seulement ensuite que débute la tâche dont beaucoup pensent que c'est la seule qu'elle ait: le contrôle des billets.

Dans le trafic longues distances, les agentes et agents clientèle des CFF sont avant tout responsables de la clientèle et de sa sécurité. C'est pourquoi, en temps normal, ils ont déjà réglé quantité de choses avant de prendre leur téléphone de contrôle en main. Lors d'un service tôt le matin, ils ont par exemple préparé le train au départ pour la mécanicienne de locomotive, résolu d'éventuels dérangements ou effectué une annonce pour appeler les passagers à libérer les sièges voisins.

Trafic longues distances et trafic régional

Environ 800 personnes sont assises dans le train. Ce matin, Jessica Heinzerling y est seule, impossible de contrôler tout le monde. C'est pourquoi elle commence par les voitures qui, selon le système, n'ont pas encore été contrôlées ou ne l'ont pas été depuis longtemps. Elle ne se formalise pas de ne pas pouvoir vérifier les titres de transport de tous les voyageurs. «Les passagers savent qu'au

moins un contrôleur ou une contrôlease se trouve dans le train dans le trafic longues distances. La plupart ont par conséquent un billet valable.»

La situation est tout autre lorsqu'elle effectue des contrôles sporadiques avec ses collègues le week-end pour le Zürcher Verkehrsverbund (ZVV). «Dans le trafic régional, où les parcours sont courts et les gens montent et descendent vite, il arrive souvent que les passagers n'achètent pas de billet ou le fassent seulement lorsqu'ils nous voient», dit-elle. Cela donne parfois des discussions (animées) lorsque l'on explique à quelqu'un qu'il voyage sans titre de transport valable, car le billet doit avoir été acheté avant le départ du train. Dans ces cas, Jessica Heinzerling entend généralement l'excuse «Je ne savais pas.» Les autocollants de la campagne d'information sur les portes et les fenêtres des véhicules du ZVV sont toujours un bon argument dans ces situations.

De l'utilité de règles claires

«Heureusement, les règles sont à nouveau claires depuis mai. Les cinq mois durant lesquels la branche a clarifié l'interprétation des dispositions avec l'Office fédéral des transports (OFT) ont constitué un défi», explique l'agente clientèle. «Pendant cette période, dans le trafic régional, les voyageurs sans titre de transport valable étaient plus nombreux qu'en temps normal. Il y a aussi eu davantage de fortes réactions, non seulement de la part de personnes ayant effectué leur check-in trop tard, mais aussi de tiers qui se mêlaient à la discussion.»

Selon Jessica Heinzerling, il n'est pas rare que des gens veuillent mettre leur grain de sel depuis la pandémie de Covid-19. «Nous sommes observés en permanence, ce qui rend la situation encore plus délicate à gérer. J'aimerais que ces personnes comprennent que nous n'infligeons pas de suppléments par plaisir, mais parce que notre travail vise à garantir les recettes des transports publics. Et les

**Jessica Heinzerling,
agente clientèle aux CFF,
est toujours la dernière à
monter dans le train.**



Une règle pour toutes et tous

L'achat du billet doit être entièrement finalisé avant le départ effectif d'un moyen de transport, également pour les E-Tickets. L'Alliance SwissPass et l'Office fédéral des transports ont confirmé cette règle claire en mai dernier. L'organisation de la branche a lancé en juillet une campagne d'information dans toute la Suisse afin de sensibiliser la clientèle. De nombreuses entreprises de transport ont placé le matériel d'information de façon bien visible dans et sur leurs véhicules. Dans leurs applications et leurs canaux en ligne, elles rappellent également à leurs clientes et clients d'acheter leurs E-Tickets de préférence avant d'embarquer. Pour celles et ceux qui ne l'ont pas encore fait, le train n'est pas encore parti: la campagne se poursuit afin que l'information s'imprime au sein de la clientèle.

Dora Hermann, agente de train à la MGBahn, connaît bien la jungle des tarifs.



pertes entraînées par les titres de transport non payés sont en fin de compte assumées par le contribuable.»

Les discussions, le pain quotidien du contrôleur

Au cours de ses 18 ans comme coach et contrôleur aux Basler Verkehrs-Betriebe (BVB), Markus Horber a lui aussi connu quelques passagers récalcitrants, voire agressifs. «On en entend parfois de belles», explique-t-il. «Se faire traiter de singe, par exemple, est encore gentil. Même après toutes ces années, ces situations restent parfois un défi.» Sa longue expérience du service de contrôle l'aide à évaluer rapidement une situation et à garder son calme même lorsqu'un passager se montre insultant.

«Il y a toujours des discussions», explique Markus Horber. «Je ne le prends pas personnellement et comprends que les gens essaient de trouver des excuses, car les cent francs de supplément font mal. Si nécessaire, je peux demander à mon vis-à-vis de faire preuve de respect. Après tout, je suis moi-même cordial avec les passagers.»

55 secondes de A à B

Le tram s'approche lentement de l'arrêt où Markus Horber et son collègue sont prêts pour leur prochain contrôle. Une fois que les clientes et clients sont montés ou descendus, les deux hommes entrent dans le tram et commencent leur travail sans paroles inutiles. Le tram est bien rempli. Ils ont peu de temps pour contrôler les billets de tous les passagers: 55 secondes jusqu'au prochain arrêt. «Le trajet entre deux arrêts ne dure géné-



Le contrôle des billets n'est qu'une des nombreuses tâches des agent(e)s de train.



Markus Horber, contrôleur aux BVB, a moins d'une minute pour contrôler les billets de tous les passagers. Pas facile quand le tram est plein!



ralement pas bien plus longtemps dans le trafic urbain», explique le contrôleur. «Une règle de tolérance d'une minute, comme cela a été discuté, serait inapplicable chez nous.»

Il est indispensable de pouvoir compter sur un système de contrôle stable afin de pouvoir terminer le contrôle en l'espace d'une petite minute. «Il y a toujours moins de billets unitaires et de cartes multiconcours. Aujourd'hui, pratiquement tous les billets sont numériques. Leur validité et leur authenticité peuvent difficilement être contrôlées visuellement. Les dérangements techniques représentent donc un défi.»

Les pièges de la jungle tarifaire

Les défis, Dora Hermann elle aussi les voit de près ce jour-là. Elle tente patiemment d'expliquer à un passager énervé pourquoi son billet dégriffé n'est pas valable dans ce train et pourquoi il doit payer un supplément. Ce n'est pas la première discussion de ce genre. Dora Hermann travaille depuis six ans

à la Matterhorn Gotthard Bahn (MG-Bahn) en tant qu'agente de train. Depuis trois ans, elle est également chargée de faire en sorte que ses collègues soient toujours au courant des nouveautés des prescriptions tarifaires et de service. Elle sait ainsi à quel point il est aujourd'hui difficile de se retrouver dans cette jungle, notamment parce que les tarifs changent régulièrement et que l'assortiment se développe continuellement.

«Nous avons toujours plus de billets, et les passagers toujours moins de patience», expose Dora Hermann. «Il peut vite arriver à quelqu'un de prendre le mauvais billet sur son smartphone, ou même que ce soit seulement le quatrième agent de train qui remarque l'erreur, lorsque la personne est dans son dernier train.» La contrôleur comprend certes que l'objectif est de s'adresser au plus grand nombre possible de clientes et de clients en lançant régulièrement de nouveaux produits ou actions. «Mais un système tarifaire uniforme et moins de billets différents simplifieraient beaucoup de choses, aussi bien pour la clientèle que pour nous.»

SwissPass

Visions pour la prochaine décennie

Le SwissPass est en circulation depuis le 1^{er} août 2015. Quelques jours après son introduction, les premiers clients et clientes recevaient la désormais emblématique carte rouge.

Le SwissPass est pourtant bien plus qu'une simple carte. Adossé à la plateforme NOVA, il forme l'épine dorsale d'un système de billetterie fondé sur un compte (*account based ticketing*) dans les transports publics. L'*account based ticketing* (ABT) permet d'ancrer des prestations de transports publics dans un compte client personnel plutôt que sur un support physique (p.ex. du papier valeur). Il s'agit d'un aiguilleur central dans les transports publics pour des innovations telles que de nouveaux modèles de prix, des systèmes de contrôle automatisés et des processus de distribution simplifiés.

Grâce au système d'ABT moderne, les transports publics suisses sont à la pointe au niveau mondial. Nous avons mis en œuvre pour nos clientes et clients des fonctions telles que le login SwissPass, SwissPass Mobile, [swisspass.ch](https://www.swisspass.ch) et SwissPass-Pay, et nous leur permettons de gérer toujours plus d'abonnements et de prestations (transports publics, forfaits de ski, mobilité partagée) depuis leur compte SwissPass.

Le voyage du SwissPass est cependant encore loin d'être terminé. Nous continuons de viser une amélioration continue et voulons rester excellents. Le défi est de définir clairement ce qu'est cette excellence et de la traduire en une vision d'avenir. Le SwissPass et l'ABT sont de conception complexe et concernent non seulement des domaines tels que la distribution, la tarification, le marketing et l'information à la clientèle, mais aussi de nombreuses parties prenantes.

Ces dix dernières années, le paysage de la mobilité a aussi nettement changé que le comportement et les besoins de la clientèle. Au lieu d'investir dans des infrastructures supplémentaires, la Suisse cherche de nouvelles approches pour une mobilité durable. Dans ce cadre, la mobilité B2B gagne en importance: des entreprises, mais aussi des cantons, des villes et des communes encouragent des solutions durables. La numérisation en cours dans la société et la prochaine introduction de l'infrastructure de confiance qu'est l'E-ID offrent des possibilités d'utilisation supplémentaires au SwissPass. Nous lançons les travaux de la stratégie SwissPass 2025–2030, identifions les chances et évaluons le positionnement futur. La destination et l'itinéraire du SwissPass ne sont donc pas encore définis, mais une chose est claire: malgré les succès déjà obtenus, le potentiel de la carte rouge est encore loin d'être épuisé.

Texte: Daniel Galley, responsable de la stratégie et de l'écosystème SwissPass



Le SwissPass permet aussi d'acheter des billets.

Aujourd'hui, beaucoup de voyageurs utilisent SwissPass Mobile.





Comment fonctionne le grand chef de la branche des transports publics

Marco Lüthi est un nom connu au sein de la branche. Il faut dire qu'il a dirigé les VBZ, qu'il est actuellement responsable Marché chez CarPostal et qu'il préside depuis octobre le Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass. Mais qui est l'homme qui se cache derrière ces fonctions?

Marco Lüthi a bien en tête les besoins de la clientèle des transports publics.

Costume bleu foncé, la démarche assurée et un sourire aux lèvres, il avance dans le hall d'entrée de l'Espace Post, à Berne, et s'arrête devant nous. «Marco», dit-il en nous tendant la main, à moi et à la photographe de 26 ans. «Linda», répond-elle après une petite hésitation, en essayant de dissimuler son étonnement après que Marco Lüthi (47 ans) vient de lui proposer tout naturellement le tutoiement. La seule chose que Linda savait de lui avant de le rencontrer, c'est qu'il est membre de la direction de CarPostal et président du Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass.

Ce qu'on dit de lui

Pour ma part, je suis préparée à son style décontracté, grâce à des coups de fil passés en secret avec des collaborateurs des Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ). Marco Lüthi y avait introduit le *tu*, une des premières mesures qu'il a décidées lorsqu'il a pris ses fonctions de directeur. Les contacts que j'ai interrogés le décrivent comme un supérieur accessible, abordable, équilibré et droit, qui met à contribution son personnel tout en l'encourageant. Comme un chef qui garde en tête la globalité, est vif d'esprit, aime prendre des décisions et n'hésite pas à retrousser ses manches. Et comme quelqu'un qui est à l'écoute des demandes de son équipe, qui a le contact facile avec les gens et qui sait les enthousiasmer pour une cause.

Les atouts de Marco Lüthi

Si Marco Lüthi est parvenu dans les sphères dirigeantes des transports publics, ce n'est pas (seulement) parce qu'il est un chic type qui sait motiver ses troupes à donner le meilleur d'elles-mêmes. Il possède en plus de cela de vastes connaissances: titulaire d'un doctorat en planification des transports et en systèmes de transports, il est au fait des aspects techniques de la mobilité. En outre, il a effectué un Exécutive MBA en management général à l'Université de Saint-Gall et a donc des connaissances en finance et en stratégie. Enfin, il a travaillé pendant quatre

ans comme responsable du développement d'entreprise aux Chemins de fer rhétiques, à Coire, trois ans comme directeur et chef de l'infrastructure à la Sihltal Zürich Uetliberg Bahn et trois ans comme chef des VBZ, en plus de divers autres mandats. Les rouages des transports publics, ça le connaît donc.

Comment il recharge ses batteries

Oui, Marco Lüthi a beaucoup travaillé pendant la dernière décennie et a souvent passé plus de temps au bureau qu'à la maison. Mais il a tout de même une vie à côté du travail, avec une famille, des amis proches et des loisirs. Et c'est à eux qu'il consacre le peu de temps libre qu'il a. Il va en randonnée avec sa femme, joue avec leur fils, discute avec des amis. Cette vie, c'est sa station de recharge, son tremplin qui lui permet de tout donner dans son quotidien professionnel. Notamment parce que sa femme le soutient depuis dix ans dans tout ce qu'il entreprend et assure ses arrières. «À 100%.» Elle gère leur enfant, la maison et le jardin, pendant que Marco Lüthi s'engage pour que les transports publics ne soient pas distancés.

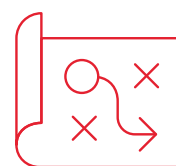
Comment il voit les transports publics

«Nous devons toujours garder à l'esprit les souhaits de notre clientèle.». Aujourd'hui, grâce au principe «un voyage, un billet», il suffit certes d'un seul billet pour se déplacer partout, d'une grande ville au fin fond du pays. Mais ça n'est quand même pas si simple. Qu'est-ce qui lui fait dire cela? Récemment, des touristes lui ont demandé de les aider à prendre des billets à un distributeur. L'itinéraire: de Zurich Triemli à l'Uetliberg et retour en ville avec le téléphérique de Felsenegg. Il lui a fallu se creuser la tête un moment pour trouver la meilleure solution (la moins chère), lui qui voyage depuis des années avec l'AG ou l'application avec check-in/check-out.

«Acheter un billet, ça ne doit pas être un travail de master. Cela doit se faire

rapidement et simplement.» Il ajoute qu'en cas de perturbation, les voyageurs ne doivent pas être abandonnés à leur sort, mais qu'il faut veiller à ce qu'ils obtiennent rapidement des informations et qu'ils soient accompagnés jusqu'à leur destination. «La prévisibilité est un atout des transports publics, il est donc essentiel de fournir des informations fiables même en cas de dérangement.»

«Si nous voulons augmenter la part modale, nous devons veiller à ce que les clientes et clients des transports publics arrivent à destination simplement, rapidement, de manière fiable et confortable et à bon prix. Nous n'y parviendrons que si la branche fait front commun. Ensemble.»



Le Conseil stratégique

Le Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass est l'organe de direction stratégique de l'organisation de la branche des transports publics. Il assume des décisions importantes concernant l'accès aux transports publics suisses. Il se compose de huit à treize membres avec droit de vote. Les CFF, le ZVV et CarPostal ont droit à un siège fixe et permanent. Les autres membres représentent les secteurs du trafic longues distances, régional, local et touristique.



Prochain arrêt: l'avenir

«Une simplicité accrue ne profite pas qu'aux per- sonnes âgées»

La numérisation progresse à toute vitesse, y compris dans le secteur des transports publics. Comment devons-nous procéder pour ne pas laisser les personnes âgées sur le quai?

Alexander Widmer est responsable Innovation et politique chez Pro Senectute Suisse.

Un guichet qui ferme par-ci, un chauffeur qui ne vend plus de billets par-là... La branche des transports publics emprunte de plus en plus la voie du numérique. Si l'on en croit les médias et une partie de la sphère politique, c'est surtout un groupe de population qui n'arrive pas à suivre: les personnes âgées, jugées démodées, inflexibles et fermées à la technologie. Ce cliché a-t-il un fond de vérité? Nous avons posé la question à Pro Senectute.

Monsieur Widmer, de nos jours, à combien de personnes devez-vous encore expliquer ce qu'est une souris?

Alexander Widmer (*en rigolant*): De nos jours, les débutants numériques sont l'exception parmi les personnes âgées. On le constate d'une part lors de nos cours, qui traitent désormais de l'utilisation de ChatGPT, de Copilot, etc. D'autre part, notre étude «Digital Seniors 2020» a révélé qu'environ huitante pour cent du groupe de personnes âgées de 65 ans et plus sont en ligne.

Et pourtant, d'après une étude, à peine la moitié des personnes âgées de plus de 65 ans achètent des billets numériques pour les transports publics.

Juste parce qu'elles possèdent un smartphone et qu'elles sont en ligne, cela ne veut pas dire qu'elles choisissent toujours l'option numérique. Souvent, les personnes âgées se demandent avec un regard très critique si une nouveauté leur apporte une plus-value et leur simplifie la vie avant de l'adopter au détriment de l'ancienne solution, qui a fait ses preuves. D'autres réflexions entrent aussi en ligne de compte, telles que les questions de sécurité lors de l'achat de billets numériques.

Dans quelle mesure?

Si l'on veut utiliser FAIRTIQ ou l'application CFF pour prendre le train, le bus ou le tram, il ne suffit pas de télécharger

l'application. Pour acheter des billets numériques, il faut saisir des données personnelles et choisir un moyen de paiement. De nombreuses personnes âgées sont plus prudentes que les plus jeunes à ce niveau-là. En plus, la cybercriminalité augmente constamment et les escrocs utilisent toujours de nouvelles techniques. Aujourd'hui, on connaît quasiment tous quelqu'un qui s'est fait avoir d'une façon ou d'une autre.

«On fait confiance à ce que l'on connaît.»

Comment faire pour que ces personnes n'aient plus peur?

Une utilisation simple et, surtout, qui leur soit familière est importante. Actuellement, on a l'impression que de nombreuses applications doivent être mises à jour chaque semaine. Souvent, leur fonctionnement change, ce qui ne les rend pas toujours plus agréables à utiliser. Même si leur utilisation n'est pas plus difficile, elle est différente, donc il faut s'y réhabituer. On a souvent tendance à sous-estimer à quel point ce qui nous est familier nous rassure. On fait confiance à ce que l'on connaît. Chacune et chacun d'entre nous.

Les personnes âgées attachent donc plus d'importance aux solutions physiques car elles leur font confiance?

Aussi. Souvent, les solutions physiques sont aussi plus intuitives, plus simples à utiliser et, surtout, plus faciles à contrôler que leurs pendants numériques. Lorsqu'on insère une carte à oblitérer dans une machine, on remarque ensuite qu'il manque un angle ou que la date de validité y figure. Pour prendre un billet avec son smartphone, il faut d'une part que ce dernier soit chargé et connecté et, d'autre part, plusieurs étapes sont sou-

vent nécessaires pour arriver au bout de la procédure d'achat. Que se passe-t-il si l'achat n'a pas fonctionné mais que le train est parti? Cela dit, acheter son billet au distributeur n'est pas toujours simple non plus. Admettons que je veuille me rendre à Bâle depuis Zurich. J'aimerais prendre un billet pour le prochain train, sans devoir encore déterminer quelle est la variante la plus avantageuse que peut me proposer le distributeur en ce moment. Pour le savoir, je dois connaître le réseau et l'horaire. Souvent, c'est trop compliqué, même pour moi.

Autrement dit, acheter un billet n'est simple qu'au guichet.

Dans tous les cas, il existe un écart entre l'offre actuelle et les besoins de la clientèle, qui souhaite que l'accès aux transports publics soit le plus simple possible. Nous en profiterions toutes et tous si tout cela était un peu plus simple.

En lançant myRIDE, la branche vise à mettre en place une solution simple. En revanche, elle est numérique.

Je le répète, les personnes âgées ne sont pas complètement fermées aux changements s'ils leur offrent une plus-value et leur facilitent la vie. Certaines ont également besoin d'un peu de soutien, et surtout de temps, pour faire le pas et s'habituer. Cependant, le temps nécessaire est souvent plus long que ce qui est souhaité sur les plans commercial et économique.

Combien de temps faut-il compter?

Une période de transition de plusieurs années et la mise en place de mesures d'accompagnement, telles qu'un support téléphonique ou personnel, sont nécessaires.

Et combien d'années?

Si une personne âgée de 85 ans achète ses billets au guichet ou au distributeur depuis septante ans, elle ne va pas

Il existe sûrement des personnes âgées dont la vie serait simplifiée par des rabais. Ceux-ci ne joueraient toutefois aucun rôle pour d'autres. D'après nous, un principe de l'arrosoir comme celui-là n'est donc pas approprié. Même si en théorie, cela a du sens d'accorder des rabais aux personnes sur la base de

Des questions essentielles telles que la sécurité, la disponibilité et le temps sont aussi importantes pour les personnes âgées. Plus concrètement, est-ce que l'arrêt de bus est éclairé? Vais-je trouver une place assise dans le tram? Aurai-je

On cherche souvent à rendre les choses plus faciles pour aider les personnes âgées, mais tout le monde en profite, au fond. Personne n'est contre la simplicité, la sécurité et la facilité d'accès. Les lieux adaptés aux déambulateurs et aux chaises roulantes le sont également pour les poussettes, par exemple.

The image shows a man with glasses and a dark shirt sitting outdoors, holding and reading a magazine titled "DIGITAL SENIORS 2020". The magazine is open, displaying two pages with colorful infographics and portraits of individuals. The left page features portraits of Susanne Surfer, Unsula Umweg, and Anna Ablewicz, each with their respective digital literacy percentages (93%, 44%, and 20% respectively). The right page features portraits of Thomas Teich and Anna Ablewicz, with their respective percentages (98% and 64% respectively). The magazine also includes a section titled "PRO CONNECTURE" and a section titled "ANNA ABLEWICZ". The background shows a stone wall and greenery.

Mobilité du futur

Pourquoi un nouveau tarif ne suffit pas à lui seul

Le débat actuel tourne principalement autour du développement de l'infrastructure. Il est évident qu'une offre bien dimensionnée, la fiabilité et la sécurité sont importantes. Mais la simplicité de l'accès au système de transports publics l'est tout autant. La question centrale devrait donc être: comment permettre aux clientes et clients d'obtenir leur billet en toute simplicité?

Nous avons aujourd'hui un système tarifaire qui répond dans une grande mesure aux besoins de la clientèle grâce au principe «un voyage, un billet». Mais ce système s'est développé au fil des ans et touche à ses limites d'évolutivité et de complexité. C'est pourquoi la branche des transports publics teste le système de prix du futur dans le cadre du projet myRIDE. Il s'agit d'une nouvelle fondamentalement positive, en particulier parce que les personnes qui emploient le nouveau système de prix dans le test en conditions réelles lui donnent de bonnes notes. Leurs réactions montrent cependant aussi qu'un nouveau tarif ne suffit pas à lui seul pour convaincre une encore plus grande part de la population d'opter pour les transports publics.

Parvenir à la simplicité nécessaire nécessite des progrès dans l'accès et la distribution. Il existe actuellement de nombreuses possibilités d'acheter un billet de transports publics, et l'assortiment est très vaste. Si vaste que les personnes ayant peu d'expérience des transports publics s'y perdent et



myRIDE permet de prendre le bon billet et le moins cher en un rien de temps, et en toute aisance. Mais on peut faire encore plus simple.

font face à une certaine insécurité par rapport aux titres de transport. Dans le pire des cas, cela peut les inciter à préférer la voiture.

Que pouvons-nous faire pour remédier à cela? Avec le projet myRIDE, notre branche crée la base d'une prochaine étape d'innovation concernant la simplicité d'accès. Outre le tarif en tant que tel, le système d'accès fait désormais l'objet d'une attention croissante. Les solutions de distribution actuelles qui recourent à la saisie des voyages (p. ex. EasyRide ou FAIRTIQ) doivent être développées et rendues encore plus confortables: la montée et la descente des véhicules de transports publics doivent pouvoir être saisies sans action active de la clientèle avec un système «BIBO» (Be-in/Be-out).

Attention: la discussion sur le système n'est pas décisive. Il est bien plus important de développer la conscience du fait qu'un accès simple et évident aux transports publics est le facteur de succès central de leur succès à l'avenir. La devise: «Les TP suisses: en avant, simplement et directement».

Texte: Fritz Sterchi, communication myRIDE

Les tendances que nous avons sur le radar (de la branche)

La numérisation change le monde. Les transports publics prennent de l'élan principalement grâce aux trois technologies suivantes:

Saisie des voyages Be-in/Be-out (BIBO)

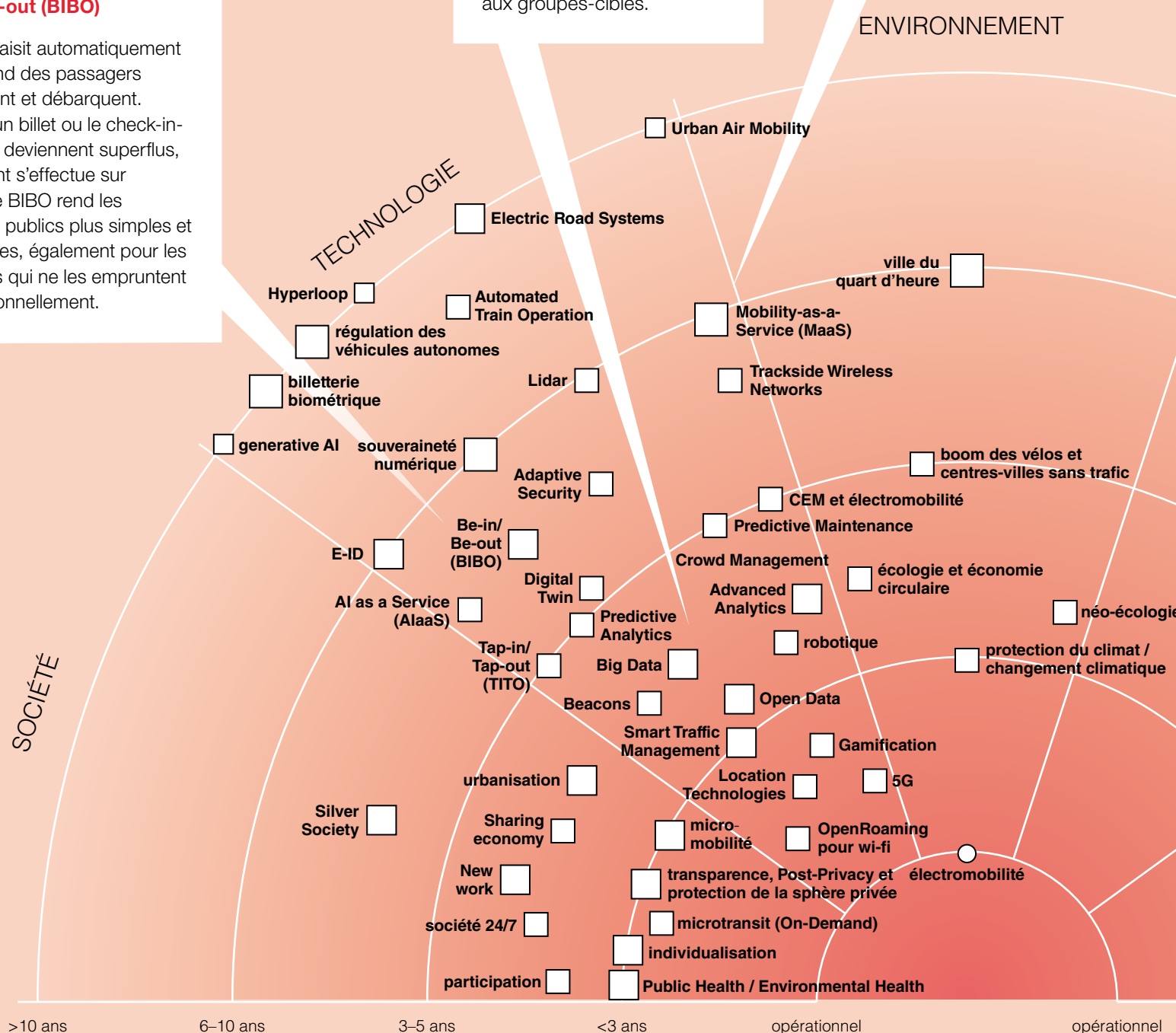
Le BIBO saisit automatiquement où et quand des passagers embarquent et débarquent. L'achat d'un billet ou le check-in-check-out deviennent superflus, le paiement s'effectue sur facture. Le BIBO rend les transports publics plus simples et confortables, également pour les personnes qui ne les empruntent qu'occasionnellement.

Offres personnalisées

Les analyses de données modernes permettent de proposer des offres calquées sur mesure sur les besoins des clientes et clients. L'accent est mis sur la conception dynamique des prix et les abonnements spécifiques aux groupes-cibles.

Mobility-as-a-Service

Le Mobility-as-a-Service (MaaS) consiste à réunir tous les services de mobilité au-delà des différents prestataires, des transports publics à l'autopartage et au partage de vélos. Cela permet de planifier, réserver et payer des voyages de bout en bout, souvent dans une seule application.



Envie d'en savoir plus?



Les tendances, technologies et projets actuels des transports publics sont compilés dans notre radar de la branche, une plateforme d'échange et de collaboration au sein des transports publics. Le radar doit vous permettre d'améliorer votre planification stratégique et vous aider à garder une vue d'ensemble des évolutions pertinentes.

Les effets de ces tendances

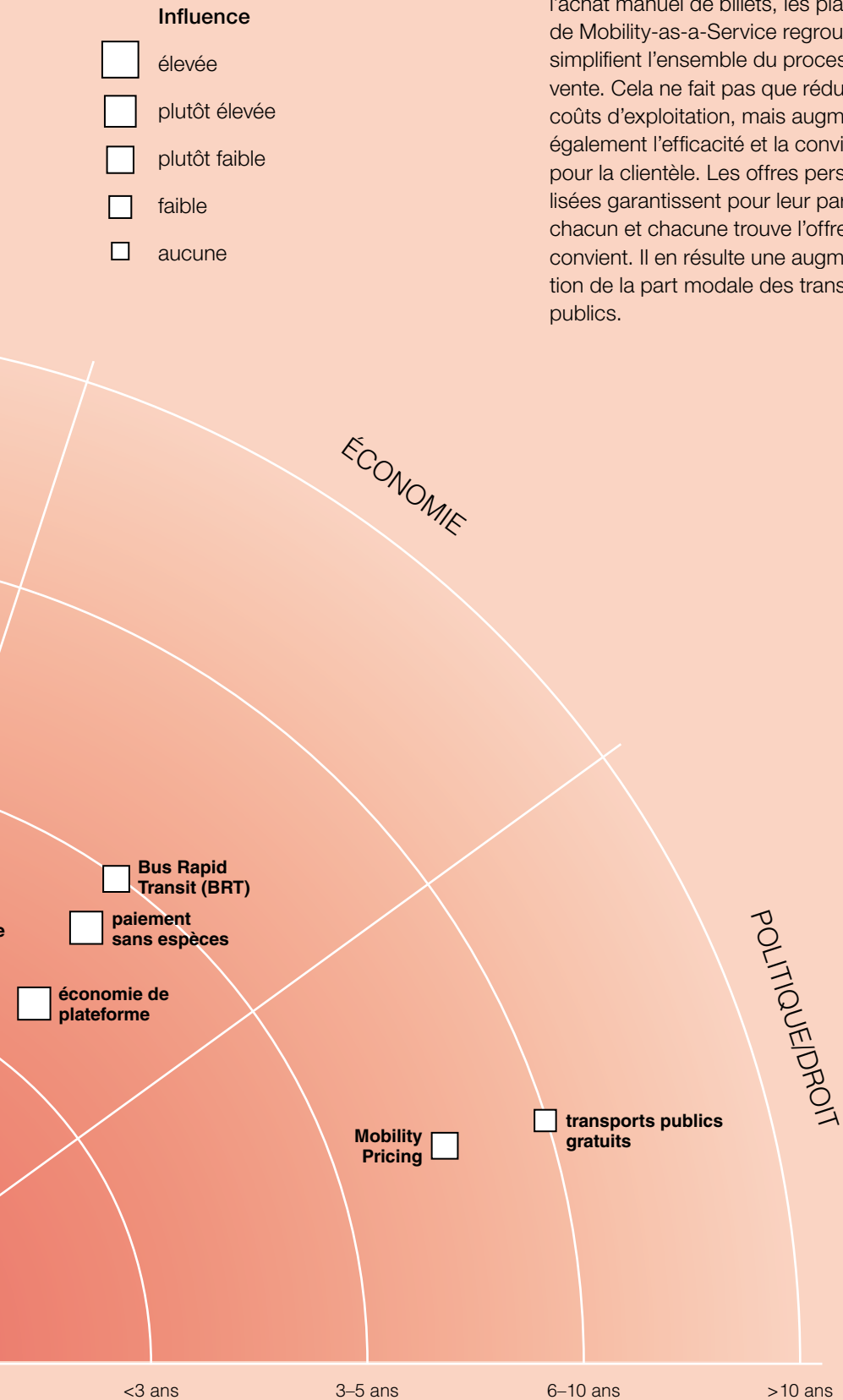
La transformation des transports publics vers la saisie automatisée des voyages, l'intégration centralisée de la mobilité et les offres personnalisées a d'importants effets. Elle numérise entièrement la **distribution**: le Be-in/Be-out remplace l'achat manuel de billets, les plateformes de Mobility-as-a-Service regroupent et simplifient l'ensemble du processus de vente. Cela ne fait pas que réduire les coûts d'exploitation, mais augmente également l'efficacité et la convivialité pour la clientèle. Les offres personnalisées garantissent pour leur part que chacun et chacune trouve l'offre qui lui convient. Il en résulte une augmentation de la part modale des transports publics.

De plus, ces technologies simplifient l'**accès** aux transports publics. Avec le BIBO, il n'est plus nécessaire de se confronter à des systèmes tarifaires compliqués. Le MaaS offre une expérience de mobilité de bout en bout en réunissant différents modes de transport sur une plateforme, ce qui facilite l'emploi de moyens de transport durables et donne davantage d'options aux personnes vivant en région urbaine ou campagnarde. Les offres personnalisées assurent que les différents groupes-cibles obtiennent des solutions individuelles, des jeunes aux seniors en passant par les pendulaires.

Ces innovations augmentent également l'efficacité de l'**exploitation**. Les données précises tirées des systèmes BIBO et des plateformes MaaS permettent d'améliorer la planification et l'utilisation des ressources. L'occupation des véhicules peut être optimisée et les offres adaptées en fonction des besoins. Parallèlement, les nouvelles coopérations entre prestataires de mobilité encouragent les synergies et les gains d'efficacité.

En 2035, les transports publics pourraient être de bout en bout, flexibles et encore plus durables: une partie intégrante de la mobilité interconnectée. Réaliser cette vision nécessitera cependant des investissements dans des technologies et des partenariats. La récompense de ces investissements serait une utilisation de la mobilité plus simple et attrayante que jamais.

Texte: Patrick Zimmermann, responsable de projet Radar de la branche



Ce qui vous attend en 2025

Manifestations

19 mars: Assemblée et Forum des communautés,
Lokremise Kulturzentrum, St-Gall

21 mai: IT talks des TP suisses, Centre Paul Klee, Berne

3 juin: Tour de l'Alliance SwissPass, Renens

12 novembre: Assemblée et Forum des communautés,
Centre Paul Klee, Berne

4 décembre: Un pas dans l'avenir des transports publics,
Kursaal, Berne

Formations

Formation introductive

Vous venez d'arriver dans les transports publics et ne comprenez pas tout? La formation introductive vous présentera les principales connaissances à avoir sur la branche sous une forme brève et compacte. Vous apprendrez par exemple qui développe des produits tels que le demi-tarif PLUS, ce qu'est NOVA ou comment nous répartissons les recettes de l'AG.

Dates: 14 et 15 mai, 26 et 27 août, 7 et 8 octobre

Formations du personnel de contrôle

Module 1: bases

Ce cours de deux jours est aussi bien adapté aux personnes issues d'autres filières et aux novices qu'aux membres expérimentés du personnel de contrôle qui souhaitent rafraîchir leurs connaissances. Ce module comporte des exercices d'utilisation de KoServ, des informations sur les processus et les tactiques de contrôle ou encore la connaissance et l'application des tarifs.

Dates: 1^{er} et 2 avril, 17 et 18 juin, 21 et 22 octobre

Module 2: développement individuel

Ce module s'appuie certes sur le cours de base, mais il peut également être suivi sans avoir effectué le module 1. Pendant ces deux jours, les participantes et participants apprennent quels sont leurs droits en tant qu'accompagnateurs de la clientèle, quelle est la meilleure façon de s'adresser à la clientèle lors du contrôle et comment se comporter en cas de conflit.

Dates: 6 et 7 mai, 12 et 13 août, 11 et 12 novembre

Module 3: devenir un(e) expert(e) compétent(e)

Tout change à grande vitesse dans les transports publics. Afin que vous ne manquiez pas le train, l'Alliance SwissPass propose régulièrement des formations en ligne sur des sujets qui concernent les accompagnateurs de trains et les contrôleurs, des évolutions de l'assortiment aux scénarios d'abus en passant par les modifications tarifaires.

Dates: en continu, un nouveau module chaque trimestre



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

