

Conférence de presse

<<<
Bilan de l'année 2008
Perspectives 2009
>>>

Dossier de presse / Jeudi 12 février 2009

Mireille Faugère, Directrice Générale Déléguée Voyageurs France Europe

Contacts presse SNCF

agnes.grisoglio@sncf.fr - 01 53 25 78 34

alexandra.prat@sncf.fr - 01 53 25 95 13

marie.royer@sncf.fr - 01 53 25 65 47

2008 : Une dynamique de croissance en flux tendu	p 3
I°/ Une croissance soutenue	p 3
A°/ Un élément externe exceptionnel : le prix du pétrole	p 5
B°/ Le lancement réussi de deux lignes nouvelles	p 5
C°/ Des offres qui ont répondu aux attentes des voyageurs	p 7
II°/ 2008 : Une année de pleine charge	p 9
A°/ Un trafic en flux tendu	p 9
B°/ Des fréquentations record sur le site voyages-sncf.com	p 10
C°/ Une attente de clarification de la gamme tarifaire	p 11
2009 : Accompagner les voyageurs et préparer 2010	p 12
I°/ Consolider le service aux voyageurs	p 12
A°/ Investir pour faire face au développement du trafic	p 12
B°/ Renforcer les capacités technologiques du web	p 15
C°/ Accroître la lisibilité de la gamme tarifaire	p 16
II°/ Accompagner les voyageurs	p 18
A°/ Dans le contexte de la crise économique	p 18
B°/ Par l'innovation	p 20
III°/ J- 322 : anticiper l'ouverture à la concurrence	p 23
A°/ Une politique de croissance durable et responsable	p 23
B°/ Pour une vitesse européenne à « haut débit »	p 27

2008 : Une dynamique de croissance en flux tendu

En 2008, la Branche Voyageurs France Europe (VFE) affiche une croissance remarquablement soutenue avec **une augmentation du nombre de voyageurs de près de 9% en France comme en Europe.**

L'année est marquée par un net report des déplacements automobiles et aériens au profit de TGV. Pour la France et l'international, ces évolutions s'expliquent notamment par le succès des nouvelles lignes Grande Vitesse : TGV Est et High Speed One. C'est aussi le résultat de la nouvelle offre tarifaire et de service lancée fin 2007.

2008 est également une année de fonctionnement à flux tendu, tant sur le réseau ferroviaire que sur Internet.

I°/ Une croissance soutenue

Au global sur 2008, ce sont **128 millions de personnes** qui ont voyagé en France et en Europe.

En France :

98 millions de personnes ont voyagé avec TGV en France soit une croissance de +9,1% et 8 millions de voyageurs supplémentaires par rapport à l'année 2007.

Evolution des trafics voyageurs en France :

Évolution du trafic voyageur en %*	2006/2007	2007/2008
TGV sans TGV Est	+1%	+4,5%
TGV avec TGV Est	+7,7%	+9,1%
iDGTV	+34,7%	+47,6%
Corail Téoz**	+15%	-1,8%
Corail Lunéa	-3,9%	+4,2%
Auto train	-6%	+6%

* Trafic en nombre de voyageurs

** On peut noter le trafic en retrait de -1,8 % de Corail Téoz, qui s'explique par la substitution des dessertes Corail par des dessertes TGV avec la mise en place du TGV Est.

Concernant le report modal de l'aérien vers le ferroviaire, l'évolution des parts de marché Air-Fer en 2008 démontre bien la forte attractivité du train :

- Paris/Perpignan : 63% (+3%)
- Paris/Marseille : 73% (+2%)
- Paris/Nice : 35% (+4%)
- Paris/Montpellier : 69% (+2,5%)
- Paris/Toulouse : 18% (+1%)

En outre, TGV a bénéficié aussi du report modal de la route vers le fer comme le démontrent les chiffres récemment publiés concernant le trafic autoroutier en France. Selon l'Association Française des Sociétés d'Autoroutes et pour la première fois depuis que ces statistiques ont été créées en 1980, le trafic autoroutier a diminué l'an dernier de 0,8% par rapport à 2007. A périmètre équivalent, la baisse a même atteint 1,4%, dont 1,2% pour les seuls véhicules légers.

En Europe :

20 millions de personnes ont voyagé à l'international avec la SNCF, soit +8,7% par rapport à 2007.

Évolution du trafic voyageur en %	2006/2007	2007/2008
Eurostar	+5,1%	+ 10%
Thalys	+1,8%	+5,2%
TGV Lyria*	+15,3%	+10%
Artesia	-3,7%	+0,6%
Elipsos	-13%	-6,1%

* Baisse du trafic due aux travaux sur la ligne du Haut Bugey : impact sur Paris-Lausanne et Paris-Berne

La part de marché Air-Fer se renforce sur le cœur de l'offre européenne (Bruxelles, Londres, Amsterdam, Genève, etc.) pour atteindre **71,2%** soit +2,4 points par rapport à 2007.

Ces performances ont été néanmoins bridées au deuxième semestre par le report de l'ouverture des lignes à Grande Vitesse vers Amsterdam et entre Liège et la frontière allemande, ainsi que par l'incendie dans le tunnel sous la Manche.

En Europe du Sud, le marché résiste et reste difficile en raison de la concurrence aérienne low-cost.

Les années à venir vont permettre de continuer à accroître le trafic dans la perspective de l'ouverture des lignes nouvelles : Belgique et Pays-Bas fin 2009, Haut-Bugey en 2010, puis Rhin-Rhône fin 2011.

A°/ Un élément externe exceptionnel : le prix du pétrole

Au cours du premier semestre, la tension sur le prix du pétrole a atteint un niveau particulièrement élevé. Le trafic TGV a alors connu une très bonne dynamique due notamment aux reports de l'avion et de la voiture sur le train.

Il a ensuite été constaté, après la chute du coût du carburant au deuxième semestre 2008, un « effet cliquet » : les voyageurs ont, pour partie, continué à privilégier le choix du mode ferroviaire malgré un prix à la pompe redevenu plus raisonnable.

Au global, la hausse moyenne du carburant entre 2007 et 2008 a contribué à la progression du trafic TGV à hauteur de +1% en 2008.

B°/ Le lancement réussi de deux lignes nouvelles à Grande Vitesse

TGV Est, confirme, en année pleine, son rôle moteur dans la croissance de TGV, dont il représente à lui seul la moitié avec près de 12 millions de voyageurs transportés en 2008. Sur les destinations internationales, 2 millions de personnes ont voyagé à grande vitesse entre la France, l'Allemagne, la Suisse et le Luxembourg.

Depuis son lancement en juin 2007, déjà 17,2 millions de personnes ont voyagé avec TGV Est.

Trafic 2008 de TGV EST	
Trafic global TGV EST	11,9 millions de voyageurs
Trafic France (y compris iDTGV)	9,9 millions de voyageurs
Trafic de/vers Luxembourg	366 000 voyageurs
Trafic de/vers l'Allemagne	1,2 million de voyageurs
Trafic de/vers la Suisse	408 000 voyageurs

Le taux de régularité à 10 minutes de la ligne TGV EST est de 93,7 % sur 2008. C'est le meilleur taux de l'ensemble des lignes TGV avec celui de la ligne TGV Nord.

Le succès de TGV EST représente 25% de la croissance des Agences de voyages. Paris-Strasbourg fait ainsi son entrée dans le Top 5 des destinations Agences tandis que les destinations TGV EST représentent 6,5% des ventes.

Les taux de satisfaction des clients de TGV EST restent, depuis le lancement, très positifs (source Baromètre août à décembre 2008) :

- **76%** des clients se déclarent satisfaits du voyage à bord
- **72%** des clients se déclarent satisfaits des gares de départ
- **68%** des clients se déclarent satisfaits des gares d'arrivée
- **87%** des clients se déclarent satisfaits de la ponctualité
- **78%** des clients se déclarent satisfaits du matériel
- **27% des clients se déclarent très satisfaits** (supérieure de 3 points à la moyenne TGV, stable à 24%).

Le trafic d'EUROSTAR est porté par l'ouverture de High Speed 1 en 2007 et franchit le cap historique de 9 millions de passagers fin 2008, soit une augmentation du trafic de 10% par rapport à 2007.

Eurostar continue d'enregistrer un excellent taux de ponctualité en 2008, avec 92,4 % des trains arrivés à l'heure (régularité à 15 minutes).



Ces résultats ont été atteints malgré les conséquences de l'incendie dans le Tunnel sous la Manche, survenu à bord d'une navette de Fret Shuttle le 11 septembre 2008 (depuis le 1er octobre, Eurostar opère un nouveau plan de transport représentant 93 % du trafic avec un allongement de 20 minutes des temps de parcours). Le retour progressif à la normale des fréquences Eurostar entre le Continent et le Royaume Uni est prévu à partir du 23 février 2009.

Sur ces deux projets majeurs, la Branche VFE a su à la fois assurer le lancement opérationnel et technique (montée en charge, gares nouvelles,...) et le lancement d'une offre de services de qualité.

C°/ Des offres qui ont répondu aux attentes des voyageurs

La dynamique de croissance est aussi le résultat de la **politique de volume** portée par la **Nouvelle Offre Tarifaire et de Services (NoteS)** qui permet d'atteindre un **taux d'occupation moyen des TGV de 77%** au lieu de 75% avant NoteS.

Un marché Privé-Loisir dynamisé par la nouvelle offre et la politique de petits prix

- **300 000 clients supplémentaires ont acheté une carte commerciale.** Les clients fréquents sont 10% plus nombreux à utiliser les cartes de réduction (Carte 12-25, Senior, Enfant Plus et EscapadeS), et génèrent ainsi 10% de trafic en plus. Par ailleurs, grâce aux programmes de fidélité, ils ont bénéficié de plus de 500 000 billets gratuits.
- Le succès notable des « petits prix » de la Nouvelle Offre Tarifaire et de Services avec plus de **10 millions de places proposées à prix Prem's ou promotionnels.** Conformément aux engagements pris lors du lancement de la nouvelle gamme, 900 000 billets Prem's ont été vendus en plus par rapport à l'an passé.
- Une **expérimentation PrêtàPartir** réussie avec un taux d'occupation moyen de plus de 90% sur ces TGV de week-end arrivant aux alentours de minuit sur 5 destinations tests (Marseille, Montpellier, Bordeaux, La Rochelle et Lyon). 13 000 mini-groupes ont bénéficié de l'offre « 4 pour le prix de 3 ». Avec un taux de 90% de satisfaction, 94% des clients recommandent cette nouvelle offre.
- **iDTGV compte pour 7% dans la croissance de TGV**

En 2008, iDTGV représente 2,7% du trafic TGV et environ 7% de la croissance de l'année en volume. 3 millions de places iDTGV ont été proposées en 2008 soit 58% de plus qu'en 2007 grâce aux lancements de nouvelles destinations :



- Lyon et Nantes pour les trajets de 2H
- Nice et Toulouse viennent renforcer les trajets longs en concurrence frontale avec les low-costs
- iDNIGHT sur 3 axes (Côte Basque, Perpignan et Côte d'Azur) qui a représenté 500 trains et 100 000 voyageurs.

Ce développement s'accompagne d'une satisfaction clients maintenue à haut niveau avec 90% de clients satisfaits et 93% d'intention de ré-achat.

Les services à la carte :

En 2008, les services "à la carte" proposés par TGV ont continué de progresser. **JVS**, service d'accompagnement pour les Jeunes Voyageurs Seuls, a fait voyager près de 100 000 enfants de 4 à 14 ans sur plus de 54 lignes, soit une progression de près de 20% par rapport à 2007.

Mis en place au lancement de la Nouvelle Offre Tarifaire Et de Services en octobre 2007, le service de réservation en ligne est déjà utilisé par la moitié des clients.

Dans le domaine des services à la personne, le service d'accompagnement du domicile au train, **Facileo** a également connu une croissance significative de 22 %.

Une croissance exceptionnelle du marché des clients Professionnels tirée par la nouvelle offre TGV PRO.



- Proposant le maximum de flexibilité et de services, cette nouvelle offre a permis **1 million de voyages supplémentaires** avec une croissance très nette de la 1ère classe (représentant, pour la première fois plus de 50% de l'activité Pro)
- **Un billet Pro sur deux est vendu en Agences de voyages.** Acteur majeur du marché Pro (77% des ventes agences sont réalisées en tarifs Pro), elles ont généré un trafic en hausse de 7%.

Sur Corail, ce sont 10 millions de personnes qui ont voyagé en 2008 sur les lignes Corail TéoZ. On note une évolution positive du trafic voyageur sur Corail Lunéa, avec +4,2% en 2008, qui résulte de la réussite de la dynamique Internet avec Lunéa Web, qui offre une réduction supplémentaire de 3 euros aux clients qui réservent sur internet. La qualité de service de Corail Lunéa, contribue à cette croissance avec une augmentation de + 6% de clients satisfaits et de + 2% de clients très satisfaits (source Baromètre de satisfaction LH2).

Le trafic Auto-Train, suit cette même tendance positive avec une croissance de +6% en 2008. Le changement de l'offre tarifaire en mai 2008, a donné une nouvelle impulsion à ce service pour le transport des véhicules. Orientée volontairement « petits prix », cette nouvelle offre plus simple et plus souple à utiliser pour les voyageurs, permet notamment de faire voyager la voiture seule à partir de 49€. Ces résultats donnent toute la mesure des nouveaux comportements de déplacement avec notamment une préférence à mettre sa voiture sur le train pour « l'économiser » et « s'économiser ». Ce sont près de 80 000 voitures qu'Auto-Train a transportées en 2008.

II°/ 2008 : une année de pleine charge

A°/ Un trafic en flux tendu

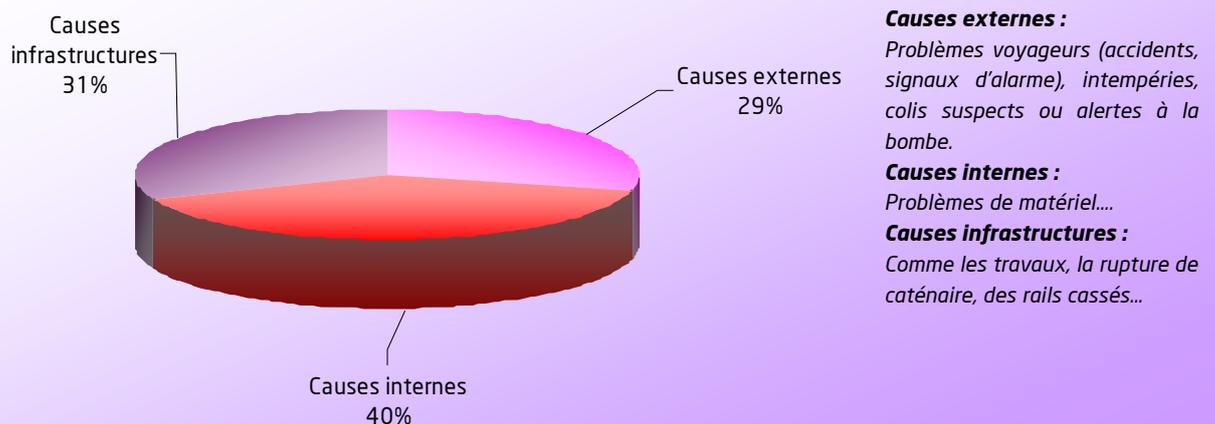
Avec ses 450 rames, TGV a la plus importante flotte d'Europe.

Ce sont 800 TGV quotidiens qui parcourent 1900 km de lignes Grande Vitesse et 6000 km de lignes classiques à travers toute la France, soit 530 millions de km tous les ans par l'ensemble des rames, de jour comme de nuit.

L'année 2008 a été marquée par l'ampleur des travaux sur les infrastructures et la mise en place des cadencements TER.

Dans ce contexte et lorsque le trafic est en flux tendu, un incident (intempéries, caténaire, ...) peut avoir des conséquences importantes pour des dizaines de milliers de voyageurs.

Répartition des causes des retards Grandes Lignes (2008)



2008 a été une année de « pleine charge » ce qui n'a pas été sans conséquences pour les voyageurs TGV et les équipes SNCF.

Néanmoins, la régularité à 10 minutes est restée quasiment stable avec un taux de 89,5% en 2008 versus 89,3% en 2007.

Ce niveau de régularité représente :

- En moyenne 1 retard de 3h00 tous les 2 jours soit 1 voyage sur 1600 pour nos clients.
- En moyenne 8 retards d'1h00 par jour soit 1 voyage sur 100 pour nos clients.

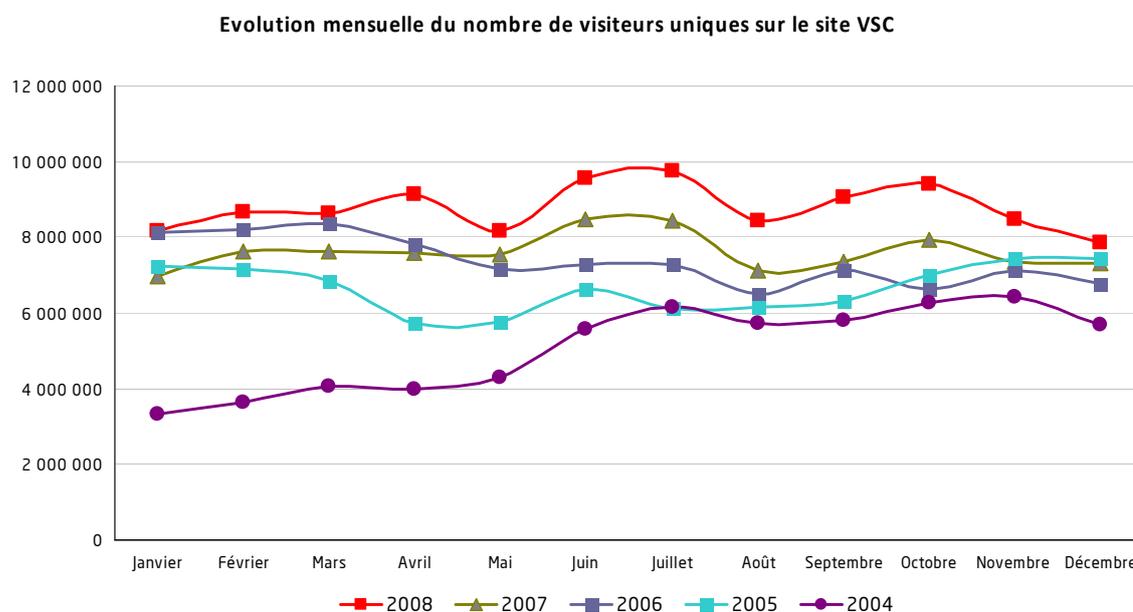
Ces retards sont principalement dus à la densification des circulations, en particulier dans les zones et périodes de « super pointe », qui accroît fortement les conséquences des incidents (cf Aubagne le 17 août ou Montparnasse le vendredi 5 septembre).

C'est ainsi que la Branche VFE a distribué près de 19,4 millions d'euros en 2008 (contre 14 millions en 2007) pour compenser les retards. Ces montants traduisent notamment l'effort significatif de l'entreprise pour dédommager au-delà des 33% contractuels les voyageurs impactés par des retards exceptionnels (tels que les incidents d'Aubagne le 17 août 2008, de Marcoussis le 11 novembre 2008, etc.). Ainsi en 2008, 360 trains ont été « compensés » à 100%, contre 74 trains en 2007.

B°/ Des fréquentations record sur voyages-sncf.com

En 2008, les ventes de billets de train par le site Internet voyages-sncf.com (VSC) totalisent un volume d'affaires de presque 2 milliards d'euros, enregistrant ainsi une croissance de 20% par rapport à 2007. Le site dépasse pour la première fois le seuil des 54 millions de billets vendus et 6 millions de clients.

Le site accueille aujourd'hui en moyenne 700 000 visiteurs uniques par jour soit 9 millions par mois et 3500 ventes par 10 minutes en période de pointe. Il a même enregistré un record de 250 000 ventes et 1 million de visiteurs en une seule journée le 15/10/08, jour d'ouverture des ventes de billets de train pour Noël.



En 2008, la seule panne réelle connue par VSC est celle survenue cet été. Due à une défaillance matérielle exceptionnelle, elle est intervenue à la suite d'une opération de maintenance standard. Cette panne est la première du genre depuis le lancement du site, il y a 8 ans.

Les différents dysfonctionnements que le site a connus en fin d'année 2008 proviennent d'un très fort trafic. Lorsque les chiffres de fréquentation atteignent des records, la décision est prise de restreindre l'accès à 20% des internautes, en leur demandant de se reconnecter plus tard, afin que les 80% qui naviguent sur le site, puissent profiter d'une qualité de service optimale.

C°/ Une perte de repères de la part de nos clients devant la multiplication des offres prix

PrêtàPartir, Offre Dernières Minutes, Prem's, IDTGV, TGV Loisirs, les différentes promotions ...

Si toutes ces offres ont permis à un plus grand nombre de clients de voyager et ont généré la croissance de trafic de 2008, elles ont pu créer une perte de repères chez certains clients.

TGV a bien pris conscience de cette perception client et a souhaité redonner des clés de compréhension pour simplifier et mieux expliquer les tarifs de la gamme.

Ainsi, dès fin 2008, TGV a communiqué plus de repères « prix » via les nouveaux guides voyageurs, beaucoup plus détaillés.



2009 : Accompagner les voyageurs et préparer 2010

Avec un objectif de croissance volontariste en 2009 de **+1,4% de trafic voyageur en France et 2,6 % en Europe**, l'essentiel pour la Branche VFE est de faciliter la mobilité des Français et des Européens dans un contexte de crise économique.

I°/ Consolider le service aux voyageurs

A°/ Investir pour faire face au développement du trafic

2009 est marquée par une forte politique d'investissements. Il s'agit de veiller aux fondamentaux mais aussi d'augmenter la qualité de service pour le confort des voyageurs. Les investissements majeurs programmés cette année concernent aussi bien la régularité que l'information client.

1) L'information en situation perturbée :

Les clients se déclarent insatisfaits de l'information délivrée en situation perturbée, que ce soit en gare ou à bord. Aussi, TGV investit pour que l'information délivrée au client, par l'ensemble des canaux et medias, soit rapide, claire, fiable et facilement accessible. La politique d'information mise en place vise un triple objectif :

Renforcer la relation de service entre le personnel de contact et les clients, notamment à bord des trains,

En 2009, l'ensemble des formations du personnel en contact avec les clients (contrôleurs, agents de gare,...) comporteront un volet dédié à l'information en situation perturbée. En effet, si ces situations sont dommageables pour les clients, elles sont également difficiles à vivre et à gérer pour le personnel de contact. TGV a donc décidé de mieux préparer son personnel à ces situations. A titre d'illustration, les formations de l'Université du Service pour les personnels au contact de la clientèle vont mettre l'accent sur "l'information en situation perturbée" dans les formations à la "Relation clients". En 2008, 5000 agents en contact avec les clients (vendeurs, agents d'accueil, contrôleurs) ont été formés à l'information en situation perturbée et 6000 le seront en 2009.

Ces formations font partie d'un programme de formation de grande ampleur pour la SNCF, puisque plus de 30 millions d'euros sont investis sur 3 ans pour former l'ensemble des personnels en contact à la Relation Clients.

L'engagement que veut porter la Branche VFE est de communiquer avec le client, notamment à bord des trains, dès qu'un problème survient pour le rassurer et lui dire que le problème est pris en charge, même si le contrôleur ne dispose pas encore des éléments lui permettant de dire précisément ce qu'il se passe. L'actualisation de l'information tout au long de son voyage est également un des éléments de cet engagement.

Développer les services permettant au client d'être prévenu lorsque son train connaît ou va connaître une modification horaire,

La régénération du réseau va entraîner certaines modifications horaires. Pour améliorer l'information des clients TGV et Corail liée aux travaux réalisés sur les voies, 9 postes de "correspondants travaux" ont été créés en février 2008 sur tout l'hexagone. Leur rôle est en particulier d'informer les agents SNCF le plus en amont possible des conséquences des travaux, pour qu'ils puissent à leur tour renseigner les voyageurs et de vérifier que les clients ont bien été informés par mail et par courrier des éventuels changements dans leurs parcours.

Des services d'envoi de mails ou de SMS seront testés dès l'été 2009 pour informer les voyageurs de leur retard de train (pour les clients ayant acheté sur internet et ayant laissé leurs coordonnées).

Dès 2009, un investissement important sera réalisé sur les systèmes d'information permettant de délivrer de l'information en temps réel sur les canaux d'information clients (3635, sites internet,...) mais aussi en interne, auprès du personnel de contact (gares, contrôleurs,...).

Moderniser les équipements des principales gares (systèmes d'affichage et d'annonces sonores) et rendre ainsi l'information plus accessible.

Un programme lourd de modernisation des écrans d'affichage en gare et des installations permettant de réaliser les annonces sonores est engagé. Il se poursuivra jusqu'en 2016.

L'ensemble des dépenses consacrées à l'information en situation perturbée représentera en 2009 un montant de 27 millions d'euros.

2) Le matériel et la maintenance

La Branche VFE investira près de 740 millions d'euros en 2009 dont environ 680 millions dans le matériel roulant : 14 rames à deux niveaux seront livrées par Alstom cette année, auxquelles s'ajoutent les opérations de modernisation et de rénovation de rames existantes et des voitures Corail.

Dès 2009, la livraison de ces rames TGV donnera plus de souplesse au parc TGV en période de flux intenses et facilitera la sécurisation du plan de transport en périodes de « super pointes ».

A moyen terme, ces investissements en rames permettront de répondre aux besoins en matériels roulants associés à l'ouverture de la nouvelle ligne à Grande Vitesse Rhin-Rhône, prévue en décembre 2011.



Ce projet de ligne nouvelle va conduire par ailleurs à l'ouverture du premier centre de maintenance de rames TGV situé hors région parisienne, à Lyon. Une première tranche de travaux se terminera fin mars 2009 et une seconde tranche permettra d'ici fin 2011 de porter sa capacité de maintenance de 30 à 60 rames TGV.

La montée en capacité de la production est un des axes d'effort de la Branche VFE qui engage en 2009 un programme d'amélioration de la productivité du parc fondé sur une nouvelle organisation de la maintenance :

- mise en place de centres de maintenance, délocalisés en province, à Lille, Strasbourg, Nice, Marseille et Bordeaux qui permettra, à l'horizon 2012, des interventions plus rapides sur des opérations de maintenance légères.
- découpage d'opérations longues (4 jours) en plusieurs opérations de plus petite amplitude dans différents centres de maintenance,
- meilleure rotation du parc, en s'inspirant des pratiques du secteur aérien et en mettant en place un travail d'optimisation des « ½ tour en gare », c'est-à-dire lorsqu'un train arrive en gare et qu'il repart pour une autre destination.

3) La rénovation du réseau ferré :

A travers les péages versés à RFF, qui vont atteindre 1,5 milliards d'euros en 2009 (+10,5 %), et vont croître très significativement au cours des prochaines années du fait de l'augmentation du barème, l'activité de la Branche VFE contribue au financement de l'effort d'entretien et de rénovation du réseau pour améliorer le quotidien des voyageurs.

4) L'investissement dans le réseau de vente :

En 3 ans (de 2006 à 2008), la Branche VFE a investi 96 millions d'euros pour la rénovation de ses espaces de ventes, l'évolution de ses outils de distribution (Bornes Libre Service, composteurs, terminaux de vente, on-line...) et la formation de 5500 agents à la relation clients.

En 2009, près de 11 millions d'euros seront investis dans les nouveaux espaces de ventes et les boutiques SNCF. Seront ainsi rénovés les espaces de vente de : Perpignan, Dijon, Aix en Provence, La Baule, La Roche sur Yon, Amiens et Bellegarde ; et les boutiques SNCF Henri Martin (Paris 16^{ème}), Rennes, Nantes, Caen, Strasbourg, Marly le Roi, Boulainvilliers (Paris 16^{ème}), Colombes, Versailles RG et Courbevoie.

Le renouvellement du parc des terminaux de vente, pour un budget de 3,5 millions d'euros, permettra quant à lui de servir plus rapidement les clients et donc de réduire le temps d'attente en gares et en boutiques.

B°/ Renforcer les capacités technologiques sur le web



Depuis l'été dernier, un vaste programme de refonte technique de l'infrastructure et du logiciel est enclenché. C'est le passage à la 3^{ème} génération pour le site VSC. Il va s'étaler sur 2 ans.

En 2009, VSC va par ailleurs partager cette expérience avec d'autres acteurs du web, et mener au sein des instances représentatives des métiers technologiques une réflexion autour des évolutions des architectures Internet, des relations avec les fournisseurs de middleware et Télécom, dans un objectif d'industrialisation croissante des activités informatiques et Internet, combinée avec une demande forte d'agilité, par la nature même du business sur le web.

Les investissements humains :

Plus de 100 recrutements sont prévus en 2009 dont :

- une dizaine de conseillers web pour répondre plus rapidement aux mails des clients,
- 64 ingénieurs (développeurs, architectes, chefs de projets...) pour le travail de refonte engagé sur l'architecture et le système d'information du site,
- des « marketers » pour proposer des produits qui répondent au plus près aux attentes nouvelles des internautes.

Les investissements sur la relation client :

VSC a aussi pour objectif de transformer la relation commerciale avec ses clients en un partage de connaissances interactif, et une relation de services utile, qualitative, et de proximité :

- informations à chaud (alertes pro-actives en situation perturbée) et récurrentes (500 000 clients déjà contactés en 2008),
- information transparence sur la vie du site avec « VSC et vous » (dates de maintenance, améliorations prévues, trafic),
- interactivité : demandes d'améliorations et retours (panels d'internautes, VSC lab).

L'investissement de VSC pour 2009 afin de maintenir et de développer son système d'information s'élève à 15 millions d'euros auxquels vont s'ajouter, sur 3 ans, 10 millions d'euros prévus pour la refonte du site.

C°/ Accroître la lisibilité de la gamme tarifaire

TGV a la volonté de simplifier sa relation avec les clients en leur donnant des repères simples pour choisir le tarif qui leur correspond le mieux quelque soit leurs habitudes d'achat (internet, guichets...).

En octobre 2008, lors de la conférence de presse en présence de Luc CHATEL, Secrétaire d'Etat à l'industrie et à la consommation, une première réponse de clarification était proposée avec les nouveaux guides du voyageur qui désormais, pour un repérage facilité, donnent l'amplitude des prix proposés sur les 100 principales destinations TGV.

Le même principe a été décliné sur le site voyages-sncf.com où, au moment de la réservation, l'amplitude de prix est donnée sur les principales destinations. Les guides du voyageur sont également téléchargeables sur le site.

Par ailleurs, depuis le mois de janvier, pour guider les clients dans leur choix, il est possible de trouver sur voyages-sncf.com, le calendrier des périodes normales et périodes de pointe sur ces mêmes destinations.

Exemple de calendrier d'une semaine type sur la ligne Paris-Bordeaux :

Paris Gare Montparnasse > Bordeaux St Jean		Période normale		Période de pointe		ne circule pas																													
Train N°	9501	9405	9505	9506/7	8411	8511	8513	8415	8516	8417	9519	9521	8525	8429	8538	8538/9	8441	8543	8550/1	8544/5	8451	8549	9550/7	8505	8469	8477	8479	8483	8405	8489	8491	8497	8539/9		
Paris	06:10	06:50	07:15	07:45	07:55	08:10	08:10	09:15	10:10	10:50	11:30	11:35	12:10	13:10	14:10	14:40	15:15	15:50	16:10	16:20	17:15	17:20	17:45	18:25	18:50	19:25	19:50	20:20	21:10	21:10	21:15	21:35	22:55		
Bordeaux	00:20	10:34	10:20	11:13	11:17	11:20	11:20	12:22	13:10	14:23	14:32	14:36	15:24	16:25	17:14	17:38	18:46	18:52	19:16	19:18	21:11	20:23	20:56	21:26	22:25	22:29	23:11	00:04	00:11	00:48	00:48	01:03	03:30		
lundi																																			
mardi																																			
mercredi																																			
jeudi																																			
vendredi																																			
samedi																																			
dimanche																																			

1) Une présentation simplifiée de la gamme avec une seule appellation pour tous les petits prix

A l'écoute de ses clients, pour une lecture plus simple, TGV regroupe tous ses petits prix non échangeables/ non remboursables sous le nom TGV Prem's. Prem's, c'est la simplicité et un contrat clair : les offres les moins chères, non échangeables et non remboursables.

Aujourd'hui	Demain
TGV Prem's	TGV Prem's
Les Prêt à Partir de TGV	TGV Prem's Week End
Les Bons Plans du Net	TGV Prem's Dernière Minute
Les promotions (Evasion Duo, Prix givrés,...)	TGV Prem's Vente Flash

Ces appellations seront déployées progressivement dans les semaines qui viennent.

Pourquoi avoir choisi le nom de Prem's ?

Ce nom a été choisi suite à des études clients. Prem's est un nom avec une très forte notoriété, sur lequel TGV communique largement.



Il évoque spontanément les notions de « petits prix » et de « non échangeables non remboursables ». Il permet facilement un discours global et lisible sur les petits prix et une déclinaison sur différentes offres grâce à l'ajout de quelques mots explicatifs.

2) Cette appellation s'inscrit tout naturellement dans l'ensemble de l'offre de TGV

L'offre TGV comprend 3 familles de prix :

- TGV PRO : tout inclus : services et échanges / remboursement sans frais
- TGV Loisirs : services à la carte, échange et remboursement gratuits jusqu'à la veille du départ et avec frais le jour du départ
- TGV Prem's : du prix avant tout non échangeable et non remboursable

II°/ Accompagner les voyageurs

A°) Dans le contexte de la crise économique

En cette période de crise financière et économique inédite, la Branche VFE n'entend pas réduire son offre. Au contraire, dans une perspective de long terme et pour faciliter la mobilité des Français, la Branche va développer ses investissements et ses services.

En 2009, TGV s'engage à soutenir la mobilité. Pour répondre à une demande toujours très forte en période de vacances et de grands week-ends, TGV ajoutera des places sur ces plages aujourd'hui saturées. Grâce aux 14 rames supplémentaires qui seront achetées et mises en circulation en 2009, TGV proposera 3 millions de places en plus permettant d'étoffer l'offre sur de nombreuses destinations.

Ainsi, des fréquences supplémentaires seront créées entre Paris et Grenoble, Tarbes et Les sables d'Olonne, au départ de Lyon vers Toulouse ou Montpellier, au départ de Montpellier vers Paris,...

1) Une politique de petits prix volontariste et massive toute l'année

Dans un contexte de forte sensibilité au pouvoir d'achat, TGV souhaite poursuivre sa stratégie de volume et proposera en 2009 près de 1/2 million de Prem's supplémentaires. Au global, c'est près d'une place sur 10 qui sera proposée à petit prix TGV Prem's.

Cette stratégie sera rythmée par au moins 4 périodes de promotions Prem's au cours de l'année. La prochaine opération commencera le 9 mars avec 300 000 places à partir de 29€ pour des voyages allant jusqu'au 29 avril.

2) TGV permet au plus grand nombre de partir en week-end à petit prix grâce à TGV Prem's Week-End

Le très bon bilan des « PrêtàPartir » de TGV expérimentés en 2008 sur 5 destinations conduit à développer cette offre.

Afin de donner plus de possibilités de voyager le week-end à petits prix, TGV met en place sur 17 destinations une nouvelle offre de fin de soirée en vente dès à présent. Soit 800 000 places proposées à petits prix sur 2009.

Les TGV Prem's week-end ce sont :

- Des prix garantis : toutes les places de ces TGV sont disponibles à prix **Prem's 25€** ou **45€ en 2nde**,
- **Des voyages en horaires décalés** : départs tardifs, avec le dernier TGV du vendredi et dimanche soir, pour une arrivée sur place aux alentours de minuit,
- **Des destinations de week-end** comme Nantes, Rennes, Strasbourg, Grenoble, Marseille, Aix en Provence, Avignon, Nîmes, Valence, Montpellier, Poitiers, Angoulême, Bordeaux, Lyon... et bien sûr Paris. Au total, ce sont 17 destinations au printemps, et même 21 à l'été avec notamment La Rochelle.
- Des possibilités de partir **seul ou à plusieurs** avec une offre exclusivement proposée sur ces trains : « partir à 4 et ne payer que pour 3 »



En bleu le périmètre 2008

En orange le périmètre complémentaire pour 2009

3) Deux nouvelles destinations iDTGV en 2009

En 2009, la croissance des trafics iDTGV devrait se poursuivre sur un rythme de l'ordre de 35 à 40% grâce notamment au lancement de deux nouvelles destinations :

- Lille-Nice en juillet 2009 : une première et un test pour iDTGV avec un trajet Province/Province, en concurrence avec les low-cost aériens (Ryanair)
- iDNiGHT Paris - Toulouse en avril 2009

Et le reste dû aux effets en année pleine des lancements 2008 (Nantes, Lyon, iDNiGHT, 2^e A/R Nice).

B°) Par l'innovation

La Branche VFE en 2009 va démultiplier à grande échelle de nouveaux services jusqu'alors réalisés uniquement sous forme expérimentale. Ces innovations vont notamment permettre de positionner le « on-line » au cœur de la relation avec les voyageurs.

1) Généralisation du « e-billet » :

2009, c'est aussi l'année **de l'expérimentation du e-billet** pour une dématérialisation totale du titre de transport en 2010. Une réponse directe à la demande de facilitation du voyage qui règlera nombre de contraintes actuelles comme la perte de billet, l'oubli du compostage, ...

Au moment de l'achat d'un e-billet, une référence client est attribuée à chaque voyageur, qui communique ses nom et prénom. Sous cette référence, sont enregistrées dans le système de réservation de la SNCF les opérations d'achat, d'échange ou d'annulation réalisées par le voyageur. Le client imprime la confirmation de son e-billet, dotée d'un code barres qui contient la référence client. Ce code barres permet notamment un contrôle rapide du e-billet par le personnel de bord, grâce à leur PDA.

La mise en œuvre de ce nouveau service nécessite d'équiper les personnels de nouveaux outils ou de faire évoluer ceux existants. Pour préparer ces changements, la SNCF met en place un ambitieux programme de formation qui sera dispensé au cours de l'année 2009 à l'ensemble des 13 000 agents concernés.

Lors de la 1^{ère} phase de test sur Paris-Strasbourg début mars, le service sera proposé aux clients Loisirs et en vente sur le site voyages-sncf.com. Les échanges/annulations seront possibles par téléphone (36 35), dans les gares de Paris (gare de l'Est) et de Strasbourg sur Internet et sur le Bornes Libre Service.

L'expérimentation se poursuivra courant 2009 et le service sera généralisé sur toutes les destinations, sur tous les canaux de distribution (agences de voyages, gares et boutiques SNCF, téléphone) et étendu aux tarifs Professionnels en fin d'année.

En 2010, sera également proposé aux clients la possibilité de voyager avec leur carte commerciale SNCF comme support d'identification pour leurs billets dématérialisés.

Le montant global de cet investissement s'élève à 45 millions d'euros sur 3 ans.

2) Le wifi à bord des 52 rames TGV EST :

Le programme « Connexion TGV » connaît une nouvelle phase avec la décision du Conseil d'Administration, le 24 septembre 2008, de déployer le service wifi testé à bord de TGV Est en 2007/2008.



Ce déploiement du wifi à grande échelle jusqu'à Strasbourg, Stuttgart, Munich, Luxembourg et Zurich, est un projet comprenant :

- **L'industrialisation sur les 52 rames de la flotte Est** avec le consortium de prestataires OCEA (Orange Business Services, Cap Gemini, Eutelsat, Alstom). La 1ère phase de l'équipement a débuté aux ateliers du Landy au rythme d'une rame par semaine. L'équipement complet des rames débutera en mai 2009.
- **La création d'une filiale commune groupe SNCF / groupe Bolloré** pour la conception, le développement et l'exploitation du service. Le dossier d'autorisation de création de la société commune a été transmis aux instances communautaires pour accord. Après approbation, la filiale pourrait être créée en mars 2009.
- **La création d'un portail de contenus multimédias** dont le développement a commencé début février. L'installation du portail (contenu) sur l'infrastructure sera réalisée et validée entre mars et septembre 2009.

L'ouverture du service est planifiée pour fin octobre 2009 sur un nombre de rames réduit (10 au démarrage), avec l'accès Internet payant et portail gratuit. La montée en charge du service s'effectuera par l'accroissement du nombre de rames équipées (18 fin 2009, 40 fin Juin 2010 et la totalité du parc (52) en novembre 2010) et par l'évolution du portail vers des contenus payants en 2010 (films, jeux...).

Le montant global de cet investissement s'élève à 15 millions d'euros sur 2009.

3) TGV Lab :

Pour intégrer encore davantage les clients au cœur de ses projets, TGV a lancé TGVlab, un site communautaire accessible à tous les clients qui veulent contribuer à la démarche d'innovation de TGV en apportant leurs idées et leurs avis. C'est pour VFE un moyen d'accélérer le rythme de la mise sur le marché de ses innovations. Ainsi, les clients sont partie prenante dans les choix et dans les décisions des nouveaux services qui vont améliorer leur voyage avec TGV. Ils peuvent, par exemple, proposer des améliorations sur le tri sélectif, sur des services spécifiques aux enfants pendant le voyage, mais aussi proposer des pistes pour progresser sur l'aménagement du matériel (la lumière, le bruit...), etc.



TGV Lab en quelques chiffres :

Depuis le lancement du site en novembre 2008, ce sont déjà, chaque mois, plus de 12 000 visiteurs uniques et 40 000 connexions sur le site. Les clients ont posté sur le site 429 contributions, qui ont généré 1420 commentaires et 3441 votes. L'objectif est bien de recueillir des contributions de qualité, et non un volume de commentaires important.



Le service téléphonique 3635 de la SNCF permet d'accéder à l'ensemble de l'offre SNCF : horaires, état du trafic, réservations, services, échanges et annulations de billets.

Il a traité en 2008 plus de 17 millions d'appels ; il est ouvert à l'ensemble de nos clients 7j/7 de 7h à 22h00 ; il est assuré par des plateaux de télévente installés en France.

La loi Chatel et la loi de modernisation de l'économie (LME) prescrivent la mise en place d'un numéro non surtaxé pour deux motifs : "le suivi de la bonne exécution de la commande" et "les réclamations".

Une première étape a été mise en œuvre dès le 1er juin 2008, avec la mise en place du **01 72 95 00 01**, qui permet aux clients internautes du site voyages-sncf.com d'être renseignés sur leur commande.

Pour tous les autres clients, la SNCF mettra en place, le **9 mars 2009**, un numéro dédié : le **09 80 98 36 35**, non surtaxé, accessible du lundi au vendredi, de 8h30 à 17h, afin de se mettre en conformité.

III°/ J - 322 : anticiper l'ouverture à la concurrence

Pour la Branche VFE, la concurrence en France et en Europe est déjà une réalité avec l'avion et la voiture.

L'ouverture du marché ferroviaire international à la concurrence intramodale est un nouveau défi pour tous les opérateurs du secteur.

Les grandes manœuvres ont déjà commencé, bien que probablement ralenties par la situation économique actuelle.

A°) Une politique de croissance durable et responsable

Cette ouverture des marchés est une opportunité pour la SNCF de passer à une nouvelle étape de son développement : rester le leader européen de la Grande Vitesse avec une part de marché en Europe d'au moins 50% du trafic global. Pour les seuls trajets internationaux, la Branche VFE a pour objectif d'augmenter de moitié le nombre de voyageurs soit plus de 30 millions en 2012.

1) Pour une croissance durable

Face à l'arrivée de nouveaux opérateurs, la Branche VFE ne se lancera pas dans une stratégie de surenchère. Elle entend avant tout renforcer et développer les partenariats existants tout en continuant à s'investir au sein de l'Alliance Railteam dont elle a été à l'initiative.

La Grande Vitesse de la SNCF est en effet aujourd'hui assise sur des fondamentaux éprouvés avec une expérience de 25 ans dans le lancement et l'exploitation de lignes à Grande Vitesse (dernière en date TGV Est en 2007) ; une expertise technique dans le voyage de volume (130 millions de voyageurs, 53% de part de marché en Europe) et un modèle économique rentable avec un taux d'occupation moyen de 77%, fondé sur l'expertise dans les domaines techniques et marketing à l'échelle européenne.

Depuis de nombreuses années, la SNCF développe sa présence au-delà des frontières géographiques nationales. Cette stratégie a permis la mise en place de 7 joint-ventures au cours des 15 dernières années qui opèrent sur toutes les frontières vers l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la Suisse, la Belgique, le Luxembourg, l'Italie et l'Espagne.

En 2009, un certain nombre de mesures seront mises en oeuvre afin de consolider encore l'efficacité de ces structures en partenariat :

- Accord des actionnaires en parallèle de la restructuration de London Continental Railways - finalisation attendue mi-2009, afin de mettre en place la nouvelle entité Eurostar, entreprise ferroviaire, en 2010.

- Étude d'une nouvelle gouvernance THALYS dans le but d'aligner les intérêts des 4 partenaires (SNCF, SNCB, DB, NS), de pérenniser et de développer le business en Europe du Nord, à la veille de l'ouverture à la concurrence.
- Montée en puissance du "nouveau THALYS" en 2009 préfigurant la "métamorphose" complète de l'offre dès l'ouverture des lignes à grande vitesse vers les Pays-Bas et l'Allemagne en fin d'année 2009 (Paris-Amsterdam en 3h13 au lieu de 4h11)
- Création de la Joint-venture Grande Vitesse France - Espagne pour faire circuler les premiers trains Grande Vitesse en 2010 via le tunnel ferroviaire du Pertus, sur la concession TP Ferro.
- Renforcement du partenariat TGV Lyria avec les CFF à l'occasion de l'ouverture de la ligne Haut-Bugey puis de TGV Rhin-Rhône.

Dans le cadre de Railteam, TGV participe à développer la position concurrentielle du fer à Grande Vitesse en offrant aux voyageurs une alternative, réelle et de qualité, pour tous leurs voyages en Europe.

Pour faciliter ces voyages transeuropéens : amélioration de l'information clients, fluidité des correspondances,... TGV poursuit la mise en place de nouveaux services :

- Installation de points d'information Railteam dans une quinzaine de gares françaises pour faciliter les correspondances entre les trains à Grande Vitesse de l'Alliance ;
- Harmonisation des informations horaires Railteam et possibilité d'y avoir accès à partir d'un smartphone (service « Railteam pocket ») ;
- Déploiement du service « Hop to the next train » pour des correspondances entre gares parisiennes ;
- Extension européenne des programmes de fidélité existants : les Grands Voyageurs peuvent par exemple échanger leurs points S'Miles contre des billets de tous les opérateurs Railteam.

2) Pour une croissance responsable

Ni dumping, ni focalisation des investissements de la Branche VFE sur la seule l'ouverture à la concurrence, la croissance se veut durable.

En situation de concurrence, le client a le choix.

La SNCF veut gagner la préférence des voyageurs, notamment par le service : attention spécifique portée sur les fondamentaux de l'entreprise, et tout particulièrement sur la

sécurité ; poursuite de la démarche d'innovation, dans les services mais aussi également au niveau de l'exploitation (Essais à 360 Km / heure),

Dans cette optique, la Branche VFE va poursuivre en 2009 ses efforts de simplification et de fluidité du voyage ferroviaire pour les trajets internationaux, avec entre autres :

- de nouveaux services à bord (restauration à la place et journaux à bord) de TGV Lyria en 1^{ère} classe sur Paris - Genève (mars 2009),
- un « Nouveau Thalys » avec Internet à bord et la rénovation des rames en cours sur toute l'année 2009.
- le Wifi à bord des 52 rames de TGV Est initiée en 2009 pour les parcours nationaux mais aussi vers l'Allemagne, la Suisse et le Luxembourg.
- la formation à l'anglais des personnels qui opèrent dans les principales gares internationales et à bord des TGV desservant les destinations internationales (contrôleurs et escale)
- le développement du site TGV-Europe.com (ouverture des ventes hôtellerie et location de voiture).

Les futurs concurrents seront de nature assez différenciée : d'une part, les entreprises ferroviaires nationales à même de pénétrer le marché français à plus court terme ; d'autre part, les nouveaux entrants qui devront soit s'allier à un opérateur historique, soit devoir :

- ✓ se doter de matériels roulants,
- ✓ obtenir les certificats de sécurité requis,
- ✓ Recruter des équipages.

Attentive à cette nouvelle donne, la Branche VFE s'organise pour être très réactive. Ainsi, il apparaît d'ores et déjà que l'arrivée de nouveaux acteurs entraînera une nécessaire différenciation de l'offre, en ligne avec la stratégie déjà initiée avec iDTGV, « TGV PrêtàPartir » et l'offre dédiée aux voyageurs professionnels.

Par ailleurs, la Branche VFE saisira, lorsqu'elles ont du sens, les opportunités de développement externe, en Europe et dans le monde, comme elle l'a fait récemment avec NTV.

2008 a été en effet marquée par la réalisation d'une première opération de prise de participation avec l'entrée au capital de NTV. Le nouvel opérateur a sélectionné comme seul partenaire industriel la SNCF à l'issue d'un processus rigoureux.

Dès l'entrée au capital de NTV, la coopération s'est mise en place dans un certain nombre de domaines sur la base de l'offre de services initiale de la SNCF. Cette offre comprenait principalement :

- la mise en place d'un système d'inventaire, de yield management et de distribution,

- l'assistance sur les problématiques de maintenance centrée sur la question de la propreté,
- l'assistance à la définition d'une politique marketing et de distribution.

Le transfert de savoir-faire entre la Branche VFE et NTV se concrétisent dès le début du mois de février 2009 avec :

- l'expatriation d'un ingénieur SNCF à Rome pour une mission d'un an sur les questions de maintenance ;
- la tenue, sur une semaine complète d'ateliers de travail entre la Branche VFE et NTV au cours desquels ont été analysés les besoins du système d'information en matière de distribution et la manière dont les outils proposés par la SNCF pouvaient y répondre.

.ITALO

NTV a choisi le nom des 25 AGV qui s'élanceront dès 2011 sur les nouvelles lignes à Grande Vitesse italiennes.

Ce nom a été arrêté à la suite d'une consultation originale via internet à laquelle 37 000 personnes ont participé. Parmi les noms proposés, quatre ont été sélectionnés et mis au vote :

- Velox,
- Mercurio,
- Italo,
- Saetta



.Italo a été plébiscité.

NTV a voulu faire précéder Italo d'un point pour conjuguer l'italianité du nom « .Italo » à la technologie internet qui va caractériser fortement les trains et les services de NTV. Le nom du futur train NTV est donc .ITALO

Enfin, se préparer à l'arrivée de concurrents c'est faire en sorte de les accueillir dans les gares sans discrimination. A cet effet, viennent d'être mis en place, avant même l'échéance de 2010 : l'entité Gares et le guichet unique pour traiter les demandes de tous les opérateurs ferroviaires.

B°) Pour une vitesse européenne à « haut débit »

La Branche VFE souhaite accompagner le développement pérenne de la Grande Vitesse européenne. L'offre ferroviaire existe en Europe mais la demande des voyageurs européens reste balbutiante tant les contraintes et les blocages sont nombreux.

L'avenir des trafics ferroviaires internationaux dépend de trois grands enjeux que la SNCF entend promouvoir auprès de l'ensemble des acteurs du secteur ferroviaire (Etats, régulateurs, instances européennes, gestionnaires de réseau...) :

- **un impératif de régulation à l'échelle européenne** : priorisation des trafics voyageurs internationaux (sur les trafics nationaux, régionaux et Fret), harmonisation des péages qui sont les véritables signaux économiques sur lesquels tous les opérateurs ferroviaires doivent avoir une parfaite visibilité pour développer leur modèle économique.
- **un impératif de simplification de la distribution** pour que l'acte d'achat d'un voyage longue distance ferroviaire soit aussi simple que la réservation d'un billet sur le territoire national. En effet, la commercialisation des billets à l'échelle européenne en est encore à ses débuts. Railteam et le site TGVEurope.com sont deux des premières avancées en ce domaine.
- **un impératif de service et d'innovation** qui dépend, contrairement aux deux précédents, des stratégies des seuls opérateurs ferroviaires. En la matière, la Branche VFE a pour ambition d'inventer pour ses clients une expérience de voyage européen fluide, riche, utile et ce, de bout en bout de leur déplacement,

La Branche VFE souhaite jouer, dès 2009, un rôle moteur dans le développement d'une Grande Vitesse européenne, devenue une vraie alternative pour le voyage longue distance en Europe, et qui réconcilie le client-voyageur avec le consommateur-citoyen, soucieux de développement durable.