

T615

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

Édition

14.12.2025

Modifications valables à partir du 14.12.2025

Chiffre	Modifications
5	Révision du chiffre Offre pour les loisirs. Désormais intitulé RailAway.
7	Révision des modèles de rabais pour les offres pour entreprises; plus de distinction entre rabais online et offline.

Table des matières

0	Remarques préliminaires	5
1	Dispositions générales	6
2	Utilisation des données	7
2.1	Généralités	7
2.2	Dispositions d'exécution	
3	Billets dégriffés, billets dégriffés Flex et surclassements dégriffés	8
3.1	Observations préliminaires	
3.2	Champ d'application	
3.3	Offre	
3.4	Prix	
3.5	Manque à gagner associé au demi-tarif (pertes demi-tarif)	
3.6	Reporting	
3.7	Coûts	
3.8	Communication	11
4	Offres des tarifs 601 et 654	12
4.1	Dispositions générales	
4.2	Offres complémentaires temporaires selon tarif 654	
4.3	Offres supplémentaires temporaires selon Tarif 601	
5	RailAway	15
5.1	Dispositions générales	15
5.2	Voyages de groupe	
5.3	Voyageurs individuels	
5.4	Participation au concept de hits et au volume de rabais	
5.5	Durée de validité des offres combinées	
5.6	Controlling et indemnisation	
5.7	Remboursements des offres combinées	
5.8	Commissions	
5.9	Actions de promotion des ventes dans le cadre de partenariats ciblés	
5.10	Billets spéciaux	
6	Swiss Travel System SA	20
6.1	Généralités	20
6.2	Mandat TP	
7	Offres pour entreprises	23
7.1	Délimitation	23
7.2	Conditions	
7.3	Modèle de rabais	
7.4	Controlling	
ο	Trafic international	27

8.1	Généralités	27
8.2	Non reservation ticket (NRT)	27
8.3	Included reservation ticket (IRT)	29
8.4	Eurail et Interrail	29
9	Annexe	30
9.1	Contrat STS	30

0 Remarques préliminaires

- 0.1 Pour le transport des personnes voyageant sur la base des conditions pour les loisirs et les offres pour les entreprises, les tarifs suivants s'appliquent pour autant que rien d'autres ne soit défini:
 - T600 Dispositions tarifaires accessoires communes du Service direct national et des communautés
 - T601 Tarif général des voyageurs
 - T600.3 Tarif des facilités de voyage pour enfants
 - T600.7 Tarif des City-Tickets
 - T600.9 Tarif des remboursements
 - T601.10 Tarif pour billets et surclassements dégriffés
 - T602 Tarif des bagages
 - T605 Prescriptions concernant le transport des voyageurs sur des parcours communs
 - T652 Tarif des cartes multicourses
 - T654 Tarif des abonnements généraux, demi-tarif, AG Night et des offres complémentaires
 - T673 Tarif pour les offres Incoming
- 0.2 En outre, les prescriptions concernant la vente dans le Service direct des voyageurs et des bagages (P570) doivent être respectées pour toutes les offres citées au chiffre 1.1.
- 0.3 La taxe sur la valeur ajoutée au taux légal normal est comprise dans les prix.
- 0.4 Les conditions pour les loisirs et les offres pour les entreprises ainsi que les conditions particulières d'émission sont définies exclusivement pour un usage de service et ne doivent être ni remises, ni prêtées pour consultation à des tiers.
- 0.5 Le présent tarif est édité en allemand, en français et en italien. En cas de doute, la version allemande fait foi.
- 0.6 La forme masculine est employée dans le présent tarif pour des raisons de lisibilité, sans discrimination aucune.

1 Dispositions générales

- 1.1 Les présentes prescriptions contiennent les conditions relatives aux offres suivantes:
 - Billets dégriffés, billets dégriffés Flex et surclassements dégriffés
 - Offres complémentaires temporaires selon Tarif 601 et Tarif 654, chiffre 10
 - RailAway: rabais et dispositions accordés, possibilités de participation d'autres ET au concept de hits et au volume de rabais
 - Offres pour les entreprises non comprises dans l'offre régulière

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

2 Utilisation des données

2.1 Généralités

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

2.2 Dispositions d'exécution

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

3 Billets dégriffés, billets dégriffés Flex et surclassements dégriffés

3.1 Observations préliminaires

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

3.2 Champ d'application

- 3.2.1 À partir de l'entrée en vigueur du tarif, un rabais de 0 % est associé aux lignes de l'ensemble des entreprises de transport (association au tarif normal). La participation passive aux billets dégriffés, billets dégriffés Flex et surclassements dégriffés ne s'accompagne d'aucune charge supplémentaire pour les ET.
- 3.2.2 Chaque entreprise de transport peut accorder des rabais sur ses lignes au moyen des instruments décrits aux chiffres <u>3.4.3</u> et <u>3.4.4</u>. Ces entreprises de transport sont désignées ci-après «entreprises de transport participantes **actives**».

3.3 Offre

3.3.1 Les billets dégriffés, billets dégriffés Flex et surclassements dégriffés peuvent être achetés au plus tôt 6 moins avant la date du voyage souhaitée. Les billets dégriffés et billets dégriffés Flex sont disponibles jusqu'à une heure avant le départ. Les surclassements dégriffés sont disponibles jusqu'au moment du départ.

3.3.2 Gestion de l'offre

- 3.3.2.1 Les entreprises de transport peuvent gérer librement l'offre sur leurs lignes. À cette fin, le mandataire du SDN met un outil de gestion en ligne à la disposition des entreprises de transport participant activement au sens du chiffre 3.2.
- 3.3.2.2 Si une entreprise de transport renonce à une gestion autonome de l'offre, celle-ci est assurée par le mandataire du SDN. Demandes et commandes peuvent être adressées à <u>sparbillette.partner@sbb.ch</u>.
- 3.3.2.3 Les ET peuvent communiquer des modifications jusqu'à 7 jours ouvrés avant le premier jour de vente. En cas de non-respect de ce délai, le mandataire du SDN peut refuser la modification concernée et l'introduire à l'échéance prévue. Seules les modifications en bonne et due forme sont acceptées. Des délais plus longs peuvent s'appliquer pour les modifications de l'offre qui dépassent le cadre habituel.

3.4 Prix

3.4.1 Paramètres généraux

3.4.1.1 Les paramètres généraux suivants sont définis:

Détermination abso-	Rabais minimum 1 ^{re} classe	CHF 1.50	
lue du rabais	Rabais minimum 2 ^e classe	CHF 1.00	
	Rabais minimum 2 ^e classe	CHF 120.00	
	Rabais maximum 2 ^e classe	CHF 120.00	
Détermination du	1 ^{re} classe	CHF 2.70	
prix minimum	2 ^e classe	CHF 2.20	
Communautés	Des billets dégriffés sont proposés pour les relations in aux communautés tarifaires intégrales suivantes: T651.05 Passepartout T651.13 Ostwind. T651.04 Frimobil T651.22 Mobilis		
	Aucun billet dégriffé n'est proposé dans d'autres communau- tés tarifaires intégrales.		
	Aucun billet dégriffé Flex ni sur posé pour les relations interner intégrales.		

3.4.2 Formation des prix

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

Le prix du billet dégriffé Flex est formé sur la base du prix du billet dégriffé. Le rabais défini pour le billet dégriffé est réduit d'un facteur fixe. Ce facteur est régulièrement évalué et adapté par le mandataire du SDN afin de garantir la rentabilité de l'offre. Le rabais est fixe et est appliqué à toutes les entreprises de transport participant activement.

3.4.3 Contingentement

- 3.4.3.1 Chaque entreprise de transport participant activement peut définir des schémas de contingentement individuels. Un schéma de contingentement comprend le nombre de billets dégriffés et de billets dégriffés Flex par classe et par niveau de rabais (voir chiffre 3.4.1). Il précise également à partir de quand (nombre de jours précédant le voyage) les différents niveaux de rabais ne s'appliquent plus. L'offre définie pour la 1re classe s'applique aux surclassements dégriffés.
- 3.4.3.2 Sur ses moyens de transport, chaque entreprise de transport peut soit proposer un schéma de contingentement par défaut, soit appliquer des schémas de contingentement différenciés en fonction des critères suivants: numéro de train, code débiteur, relation partielle (d'un arrêt à un autre), type de jour de la semaine (jour ouvré, samedi, dimanche) et catégorie de train (p. ex. RER, R, RE, bateau).
- 3.4.3.3 Chaque entreprise de transport peut définir individuellement la période pendant laquelle ces schémas de contingentement s'appliquent.
- 3.4.3.4 Le mandataire du SDN administre un filtre qui permet de définir des règles applicables à toutes les entreprises de transport pour des relations entières. Lors de grandes manifestations, il est ainsi par exemple possible d'exclure des destinations des billets dégriffés. Le mandataire du SDN rapporte régulièrement les paramètres de ce filtre.

3.4.4 Niveaux de rabais

- 3.4.4.1 Chaque entreprise de transport participante active peut définir seule et combiner à volonté les niveaux de rabais. Les conditions-cadres suivantes doivent toutefois être respectées:
 - Le taux de rabais minimal est de 10 % pour les personnes payant tarif entier et pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif (sur le prix du demi-tarif «réduit ½»).
 - Le taux de rabais maximal est de 70 % pour les personnes payant tarif entier et pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif (sur le prix du demi-tarif «réduit ½»).
- 3.4.4.2 Si le contingent d'un tronçon est épuisé, ce dernier est lié au tarif normal (rabais de 0 %).

3.4.5 Remboursement du billet dégriffé Flex

3.4.5.1 Le montant du remboursement d'un billet dégriffé Flex est réparti proportionnellement entre les fournisseurs de prestations concernés.

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

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

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

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

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

3.6 Reporting

- 3.6.1 Le mandataire du SDN établit un rapport hebdomadaire et mensuel à l'intention de chaque entreprise de transport participante active.
- 3.6.2 Chaque ET et l'Alliance SwissPass reçoivent de la part du mandataire du SDN un récapitulatif annuel des manques à gagner associés au demi-tarif.
- 3.6.3 Le mandataire du SDN peut établir d'autres évaluations sur demande, selon ses disponibilités.

3.7 Coûts

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

3.8 Communication

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

4 Offres des tarifs 601 et 654

4.1 Dispositions générales

- 4.1.1 Les offres complémentaires temporaires selon tarif 654 ne sont pas en permanence dans l'offre et sont liées à des conditions particulières.
- 4.1.2 Les offres complémentaires temporaires selon les chiffres <u>4.2</u> et <u>4.3</u> sont vendues exclusivement en collaboration avec des tiers (partenaires médias, fédérations, entreprises, sociétés, etc.). La distribution est organisée par CFF Transport Marketing et Prix & assortiment, par les responsables d'une région de vente (VRM/Account Manager) ou par une entreprise de transport. Les dispositions publiques figurent dans les tarifs 601 et 654.
- 4.1.3 Le lancement des offres complémentaires temporaires ainsi que les prix finaux sont annoncés dans des médias publics et dans l'InfoPortal TP.
- 4.1.4 Seuls les services centraux d'entreprises de transport ont la compétence pour conclure des contrats avec des partenaires. Ils sont tenus
 - de discuter de l'offre avec le mandataire (actuellement les CFF)
 - d'informer l'Alliance SwissPass sur l'offre convenue
 - d'informer sur l'offre, dans les délais, le personnel de vente et de contrôle concerné
- 4.1.5 Les offres complémentaires temporaires selon les chiffres <u>4.2</u> et <u>4.3</u> peuvent, en principe, être utilisées dans une ou plusieurs catégories. Possibilités:

Catégorie	
Partenariats nationaux	 Entreprises et clients de celles-ci Partenaires médias ou autres (plan national) Associations et membres de celles-ci
Partenariats régionaux	 Entreprises et clients de celles-ci Partenaires médias ou autres (plan régional)
Entreprises	 Offres pour collaborateurs (payées par les collaborateurs ou l'entreprise) Offres de remerciement (payées par l'entreprise)

4.1.6 Prix selon chiffre <u>4.2.7</u>: outre les prix pour le segment adultes, il existe, selon l'offre, des prix différenciés pour le segment jeunes. Ces prix peuvent uniquement être proposés si l'action partenaire est exclusivement accessible aux clients de ce segment. L'élément déterminant est la limite d'âge du partenaire et non la limite d'âge officielle pour les jeunes dans les transports publics. Il incombe au gestionnaire de campagne concerné d'assurer le respect de cette prescription.

4.2 Offres complémentaires temporaires selon tarif 654

4.2.1 Cartes journalières Duo

- 4.2.1.1 Les dispositions relatives aux cartes journalières Duo figurent dans le tarif 654, chiffre 10.3.
- 4.2.1.2 Les cartes journalières Duo peuvent être utilisées dans toutes les catégories selon le chiffre 4.1.5.

4.2.2 Abonnement demi-tarif découverte

- 4.2.2.1 Les dispositions relatives au demi-tarif découverte figurent dans le tarif 654, chiffre. 8.2.
- 4.2.2.2 Le demi-tarif découverte peut être utilisé dans la catégorie «partenariats régionaux» selon chiffre <u>4.1.5</u>.

4.2.3 AG découverte

- 4.2.3.1 Les dispositions de l'AG découverte figurent dans le Tarif 654, chiffre. 8.2.
- 4.2.3.2 L'AG découverte peut être utilisé dans les catégories «partenariats nationaux» et «partenariats régionaux» selon chiffre <u>4.1.5</u>.

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

- 4.2.4.1 Les dispositions de la carte pour 2 jours pour les titulaires d'un abonnement demi-tarif et les personnes payant le plein tarif figurent dans le Tarif 654, chiffre 10.4.
- 4.2.4.2 Les cartes pour 2 jours pour demi-tarif et plein tarif peuvent être utilisées dans toutes les catégories selon chiffre 4.1.5.

4.2.5 Bon de CHF 30.00 pour demi-tarif

- 4.2.5.1 Il n'existe pas de dispositions publiques concernant le bon de CHF 30.00 pour le demitarif.
- 4.2.5.2 Les bons pour le demi-tarif peuvent être utilisés dans toutes les catégories selon chiffre. 4.1.5.

4.2.6 Bon de CHF 500.00 ou de CHF 850.00 pour AG

- 4.2.6.1 Il n'existe pas de dispositions publiques sur les bons pour l'AG de CHF 500.00 (imputable sur l'AG 2e classe, facture annuelle ou mensuelle) et de CHF 850.00 (imputable sur l'AG 1re classe, facture annuelle ou mensuelle).
- 4.2.6.2 Les bons pour l'AG peuvent être utilisés dans toutes les catégories selon le chiffre 4.1.5.

4.2.7 Prix

4.2.8 Il n'existe pas de numéros de produits fixes.

Désignation	Prix en CHF Segment adultes		Prix en C			
	2 ^e cl.	1 ^{re} cl.	2º cl.	1 ^{re} cl.		
Cartes journalières Duo pour le demitarif	109.00	159.00	-	-		
Cartes journalières Duo Online pour le demi-tarif	89.00	129.00	-	-		
Cartes journalières Duo spéciales pour le demi-tarif et les personnes payant le plein tarif au prix unitaire, distribution possible uniquement via les canaux de partenaires	109.00	159.00	-			
Abonnement demi-tarif découverte	33.00		19.00		19.00	
Décompte du demi-tarif découverte sur le demi-tarif de l'assortiment stan- dard	33.00		19.00			
Carte 2 jours pour demi-tarif et plein tarif au prix unitaire, distribution exclusivement par les canaux des partenaires	109.00	159.00	-	-		
Bon pour demi-tarif	30.00		30.00			
AG découverte	355.00	565.00	260.00	400.00		
Décompte de l'AG découverte sur l'AG de l'assortiment standard (facture annuelle/mensuelle)	355.00	565.00	260.00	400.00		
Bon AG	500.00	850.00	500.00	850.00		

4.3 Offres supplémentaires temporaires selon Tarif 601

4.3.1 Courses aller-retour à prix réduit

- 4.3.1.1 Les dispositions du tarif normal, qui servent de base pour les «courses aller-retour à prix réduit», sont définies dans le Tarif 601.
- 4.3.1.2 Une réduction de 30 % au maximum peut être accordée sur les titres de transport par tronçon (prod. 125).
- 4.3.1.3 Les courses aller-retour à prix réduit peuvent être utilisées dans la catégorie «partenariats nationaux» définie au chiffre <u>4.1.5</u>.

5 RailAway

5.1 Dispositions générales

5.1.1 Le modèle d'affaires de RailAway consiste à lier des partenariats avec des prestataires de services des branches du tourisme et de l'événementiel et à mettre en œuvre en collaboration avec eux différentes offres pour promouvoir les voyages en transports publics, pour les marchés intérieurs du tourisme, de l'événementiel et des groupes/écoles. Cet instrument se compose essentiellement d'un concept de hits pour des offres combinées, des subsides de mobilité, des intégrations complètes et des billets spéciaux, une «solution standard pour les billets d'arrivée réduits de partenaires», («billet de voyage gratuit») et des billets pour des congrès. Sur le plan de la commercialisation, l'accent est mis sur la communication autour de l'offre et l'extension du marché numérique de la branche.

RailAway est soumis à la C500, annexe 1 «Règlement d'organisation», art. 7 «Attribution des compétences». Concernant d'autres compétences qui ne sont pas réglementées, RailAway adresse des requêtes aux organes de l'Alliance SwissPass.

5.2 Voyages de groupe

- 5.2.1 RailAway programme des offres combinées pour des voyages de groupe. La commercialisation des offres est assurée par RailAway.
- 5.2.2 Les rabais et conditions octroyés correspondent au T600, chapitre 9, et au tarif général des voyageurs 601, chapitre 5.
- 5.2.3 Pour les trains événement et les courses de public, des titres de transport spéciaux sont proposés (évent. aussi sous forme de billets combinés). Le risque pour le train spécial est assumé par l'organisateur de la course de public. Un prix forfaitaire adulte/enfant est perçu. (L'AG, les FVP et l'ADT ne sont pas valables.)

5.3 Voyageurs individuels

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

Catégories	Rabais	Contingentement
Festivals/fêtes (seulement pour les manifestations <30 000 visiteurs et pour autant que le groupe-cible principal soit âgé de moins de 25 ans)	20 % au maximum	8 - 10 par année
Offres pour les familles dans le groupe familial	20 % au maximum	env. 35 - 40 par année
Foires destinées aux familles (p. ex. Suisse Toy ou Mondo Bimbi)	20 % au maximum	2 - 3 par année
Manifestations et offres touristiques avec intégration totale ou avec contributions de mobilité	en concerta- tion avec CFF MP-FV-PEM	aucun
Hits contingentés RailAway dans le cadre du concept de hits	50 % 30 %	Pot de rabais an- nuel maximal selon l'accord de la com- mission Marché (KoM)

- 5.3.2 En principe, RailAway commercialise des offres combinées que le client peut composer de manière dynamique et qui comprennent un titre de transport de l'assortiment standard ou «action» des transports publics et une prestation supplémentaire d'un partenaire. Pour les offres standard hors concept de hits, le client obtient seulement un rabais sur la prestation supplémentaire, ou éventuellement une valeur ajoutée. Dans le cas de solutions de mobilité, d'intégrations complètes et de trains spéciaux, il n'y a pas de prestation supplémentaire du partenaire. Le partenaire investit directement dans les transports publics.
- 5.3.3 RailAway mise sur un concept de hits pour la promotion ciblée du transfert de part modale avec des offres combinées. Pour ce faire, RailAway dispose d'un volume de rabais maximal à déployer dans l'ensemble des transports publics.
- 5.3.4 Le concept de hits se compose de hits de loisirs mensuels offrant des rabais élevés sur la prestation de loisirs, de hits de transports publics mensuels offrant un contingent de rabais élevés sur la prestation de transport public et d'offres standards offrant un petit rabais sur la prestation de loisirs, mais pas de rabais sur la prestation de transport public pour les mois restants.
- 5.3.5 La planification des hits des offres combinées RailAway incombe à RailAway dans le cadre du volume de rabais annuel qui a été défini. Le déploiement des offres hits contingentées est planifié en tenant compte d'éventuels besoins d'entreprises de transport et de communautés.

- 5.3.6 Le volume de rabais peut être défini chaque année par les organes de l'Alliance SwissPass (selon C500, annexe 1 «Règlement d'organisation», art. 7 «Attribution des compétences»).
- 5.3.7 Le modèle de rabais avec un pot de rabais s'applique au Service direct national (SDN) ainsi qu'à toutes les communautés tarifaires et de transport participantes. La participation de la communauté est réglée dans la convention additionnelle «4 Modèle de rabais RailAway».
- 5.3.8 Les autres taux de rabais indiqués hors concept de hits ne s'appliquent pas automatiquement pour les collaborations dans des commauntués tarifaires ou de transport. Pour cela, des arrangements spécifiques sont conclus entre RailAway et les communautés tarifaires ou de transport en question.

5.4 Participation au concept de hits et au volume de rabais

5.4.1 Toutes les ET ont la possibilité de se raccorder au marché numérique de la branche via un shop partenaire et de se raccorder ainsi au concept de hits de RailAway et au pot de rabais national, ce qui permet de vendre les offres au niveau suprarégional et sur des lignes du SDN. Dans ce cas, les rabais accordés sont aussi financés avec le volume de rabais national de RailAway. Les assortiments du marché national de RailAway et du shop partenaire régional peuvent être livrés et commercialisés réciproquement. Ainsi, des offres complémentaires peuvent être mises à l'échelle simplement.

5.5 Durée de validité des offres combinées

5.5.1 Les prestations de loisirs faisant l'objet d'un rabais peuvent être combinées de manière dynamique avec l'assortiment normal et dégriffé. La durée de validité de prestations de transport public est reprise des T600 et T601, appliqués par analogie.

5.6 Controlling et indemnisation

- 5.6.1 RailAway met une fois par année à la disposition de l'Alliance SwissPass un reporting sur l'utilisation des compétences d'octroi de rabais, en même temps que le contrôle des résultats..
- 5.6.2 Les chiffres d'affaires bruts des transports publics réalisés par le marché numérique de la branche de RailAway sont distribués aux entreprises de transport et aux communautés.
- 5.6.3 L'indemnisation de la diminution proportionnelle des recettes en raison des rabais octroyés sur les transports publics est effectuée par les CFF. La méthodologie de calcul est définie par les organes de l'Alliance SwissPass (selon C500).

5.7 Remboursements des offres combinées

5.7.1 Les motifs de remboursement, preuves et franchises sont définis dans le T600.9. Pour les remboursements entiers et partiels d'offres combinées, il faut tenir compte des articles parus dans l'InfoPortal.

5.8 Commissions

- 5.8.1 Le modèle de financement approuvé par le Conseil stratégique le 30 novembre 2023 s'applique.
- 5.8.2 La commission de vente que touche le point d'émission pour les offres combinées RailAway se monte à 3,5 % du service supplémentaire (prestation de loisirs) du partenaire.
- 5.8.3 Pour les parts des transports publics des offres combinées RailAway ainsi que pour la distribution des billets spéciaux préimprimés selon le chiffre <u>5.10</u>, aucune commission de vente n'est payée.

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

- 5.9.1 RailAway peut recourir à la boîte à outils d'assortiment existante. Les mêmes conditions et dispositions s'appliquent.
- 5.9.2 RailAway assume la responsabilité de la mise en œuvre des produits «solution standard pour les billets d'arrivée réduits de partenaires» («billets de voyage gratuits») et «billet de congrès» via le nouveau système de bons (NGW) et SMAPI, en collaboration avec les partenaires du tourisme, de loisirs et de manifestations.

5.10 Billets spéciaux

5.10.1 Billets spéciaux préimprimés

- 5.10.1.1 Des billets spéciaux préimprimés sont proposés; leur distribution est assurée par des tiers (pas aux points de vente desservis).
- 5.10.1.2 La commande doit porter sur 1000 pièces ou CHF 10 000.00 au minimum. Les prix sont fixés conformément au T601, soit «Région par lieu de destination», soit «Suisse par lieu de destination».
- 5.10.1.3 L'impression doit être effectuée par une entreprise titulaire d'une licence, et la présentation et les autres exigences doivent correspondre aux prescriptions concernant la vente dans le Service direct des voyageurs et des bagages (P570). Si les billets spéciaux sont imprimés par les CFF, des frais de traitement et d'impression sont ajoutés au prix du titre de transport.
- 5.10.1.4 Les recettes sont réparties au plus juste si possible, ou conformément à la clé de répartition Cartes journalières.

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

5.10.2.1 Des coupons de rabais de 100 % sont remis aux participants pour l'intégration totale des transports publics à prix spécial lors de grandes manifestations. Ainsi, des billets de parcours normaux avec rabais de 100 % sont obtenus dans le Ticket Shop des CFF. Les recettes sont réparties au plus juste en fonction du parcours.

- 5.10.2.2 Les prix spéciaux pour l'organisateur sont calculés sur la base du T601.
- 5.10.2.3 En cas de découvert dans le calcul et les ventes effectives (selon les statistiques des coupons), la différence est passée dans un compte de compensation. Le compte de compensation est financé par la clé de répartition «cartes journalières 2e classe».

6 Swiss Travel System SA

6.1 Généralités

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

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

6.2 Mandat TP

- 6.2.1 L'objectif du mandat TP est l'accroissement durable des recettes pour les TP de Suisse. STS AG traite l'ensemble des marchés (monde entier); l'intensité de la prospection de marché dépend toutefois de l'importance des marchés considérés.
- 6.2.2 Les mandants TP sont les ETF participant au tarif 673 «Tarif pour les offres Incoming». Tous les tarifs intérieurs du SDN aux parts de chiffre d'affaires principalement Incoming sont commercialisés; l'accent est toutefois mis sur les offres Incoming SDN. Vis-à-vis de STS AG, les intérêts des entreprises de transport participantes sont représentés par le comité Incoming.

Aperçu des tarifs

- Tarif 601: seulement Tarif normal incl. Billets dégriffés, voyages de groupes incl. MICE-Tickets
- Tarif 600.3: cartes Junior et Enfant accompagné
- Tarif 651.XX : tarifs des communautés
- Tarif 654: seulement cartes journalières (dégriffées)
- Tarif 673: Tarif pour les offres Incoming
- Tarif 712: Eurail et Interrail
- 6.2.3 Une autre tâche incombe à STS AG, à savoir le calcul du prix des offres Incoming établis et programmés expressément pour les voyagistes (tailor made tickets).
- 6.2.4 Les systèmes et processus de distribution restent généralement aux mains des entreprises de transport participantes; STS AG assure toutefois le suivi des interfaces avec les partenaires de distribution. L'acquisition et la gestion de ces partenaires incombent à STS AG, qui répond en outre de toutes les mesures Push (promotion des ventes, formation, etc.).
- 6.2.5 Le financement du mandat TP est conforme aux dispositions des P512, chiffre. 3.1.

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

6.2.7 Toolbox pour les offres Incoming

6.2.7.1 Box 1: offres de valeur ajoutée

	Description	Particularités
1 jour offert	Des jours de voyage supplémentaires sont offerts à l'achat d'un Swiss Travel Pass ou d'un Swiss Travel Pass Flex.	
1 ^{re} classe pour la 2 ^e classe	Surclassement à prix réduit ou gratuit en 1 ^{re} classe	
Prestation supplémentaire de partenaires incluse	 Exemples: transport de bagages prestations de restauration ferroviaire excursion en montagne Wi-Fi 	Librement configurable
Offre 2 pour 1	Pour un billet payé, un 2 ^e billet identique offert	 Pas proposé au niveau mondial Courte période de vente Période de voyage influencée par rabais maximum (voir box 3)
La 2 ^e personne paie la moitié du prix	Pour un billet payé, un 2 ^e billet identique à moitié prix	 Pas proposé au niveau mondial Courte période de vente Période de voyage influencée par rabais maximum (voir box 3)

6.2.7.2 Box 2: réductions de prix

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

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

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

7 Offres pour entreprises

7.1 Délimitation

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

7.2 Conditions

7.2.1 Le rabais indiqué au chiffre <u>7.3.2</u> n'est accordé qu'aux personnes morales et aux sociétés de personnes, achetant des prestations des entreprises de transport suisses pour leurs propres besoins (à des fins commerciales).

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

7.2.2 Le rabais accordé aux personnes morales et aux sociétés de personnes ne peut l'être que par les services centraux compétents des entreprises de transport.

7.3 Modèle de rabais

7.3.1 Chiffre d'affaires donnant droit à un rabais

- 7.3.1.1 De manière générale, tous les titres de transport et de réduction achetés online, en grandes quantités via les canaux de distribution traditionnels ou via une interface électronique sont couplés à un rabais, pour autant qu'ils n'en soient pas exclus selon le chiffre 7.3.2.1.
- 7.3.1.2 Les prestations suivantes sont proposées sans aucun rabais:
 - prestations déjà couplées à un rabais par d'autres systèmes de réduction
 - titres de transport ou de réduction au prix déjà réduit
 - titres de transport ou de réduction de systèmes communautaires, si le propriétaire du tarif en question n'a pas donné l'autorisation d'octroyer un rabais
 - cartes journalières en multipack, surclassements pour cartes multijours
 - chiffres d'affaires qui n'ont pas été générés via B2B (y c. coupons ou bons financés via B2B)

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

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

7.3.2 Rabais

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

Volume annuel	Taux du rabais
Dès CHF 7 000 000.00	10%
Dès CHF 6 000 000.00	9.5%
Dès CHF 5 000 000.00	9%
Dès CHF 4 000 000.00	8.5%
Dès CHF 3 000 000.00	8%
Dès CHF 2 500 000.00	7.5%
Dès CHF 2 000 000.00	7%
Dès CHF 1 500 000.00	6.5%
Dès CHF 1 000 000.00	6%
Dès CHF 750 000.00	5.5%
Dès CHF 500 000.00	5%
Dès CHF 250 000.00	4.5%
Dès CHF 100 000.00	4%
Dès CHF 50 000.00	3.5%
Dès CHF 30 000.00	3%
Dès CHF 20 000.00	2.5%
Dès CHF 10 000.00	2%

- 7.3.2.2 Le rabais est calculé au 31 décembre (jour de référence).
- 7.3.2.3 En cas d'achat direct de titres de transport via une interface B2B, le rabais est toujours appliqué l'année suivante (la première fois la 2º année). Lorsque des coupons sont achetés en grandes quantités, le montant attendu du chiffre d'affaires du contrat en question est déterminant après le paiement lors de la première année déjà afin de calculer le taux de rabais. Pour les bons, c'est le chiffre d'affaires total du contrat en question qui importe pour déterminer le taux de rabais. Il n'est pas possible de cumuler les chiffres d'affaires (achat direct de titres de transport et acquisition en grandes quantités de coupons/bons) pour déterminer le taux de rabais.
- 7.3.2.4 Les rabais octroyés aux clients peuvent être calculés comme suit:
 - Chaque mois, 2 fois (toutes les deux semaines)
 - Tous les 12 mois

7.3.3 Rabais supplémentaire en cas d'intégration complète

- 7.3.3.1 Les entreprises qui proposent un abonnement demi-tarif, un abonnement général ou une solution de bons (coupon/bon) à tous leurs collaborateurs et collaboratrices (intégration complète) peuvent profiter d'un rabais supplémentaire.
- 7.3.3.2 Une intégration complète signifie que l'entreprise achète un abonnement général ou un abonnement demi-tarif à tous ses collaborateurs et collaboratrices (limite inférieure: 95 % du personnel). Une solution de bons ou de coupons est également possible si cette offre prévoit un montant minimal de la valeur d'un abonnement demi-tarif annuel (actuellement CHF 190.00) et que le nombre de coupons pris ou de bons acquis remplit l'exigence d'intégration complète. La combinaison des quatre variantes est possible.
- 7.3.3.3 Pour bénéficier du rabais supplémentaire, l'entreprise doit remplir le critère suivant:
 - Générer un chiffre d'affaires minimal de CHF 10 000.00 par an via une interface en ligne
- 7.3.3.4 Le rabais supplémentaire se monte à 3 % et porte sur les prestations achetées pour l'intégration complète (demi-tarif, AG, coupons/bons) par l'interface en ligne.
- 7.3.3.5 Le rabais supplémentaire est octroyé une fois par an sur la base du chiffre d'affaires annuel réalisé avec les prestations concernées. Le droit au rabais est examiné chaque année.

7.3.4 Bonus sur chiffre d'affaires

- 7.3.4.1 Le bonus sur chiffre d'affaires est octroyé en plus du rabais existant et est versé séparément.
- 7.3.4.2 Le bonus sur chiffre d'affaires n'est appliqué que pour les clients générant durant au moins trois années consécutives, un **chiffre d'affaires** supérieur à CHF 100 000.00. Le bonus sur chiffre d'affaires est donc versé dans le courant de l'année 4 au plus tôt.

7.3.5 **Calcul**

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

7.3.5.2 Exemple:

	Client A en CHF	Client B en CHF
Chiffre d'affaires de l'an- née précédente	750 000.00	300 000.00
Chiffre d'affaires actuel	800 000.00	450 000.00
Croissance	6 %	50 %
Valeur absolue	50 000.00	150 000.00
Plafond 10%	6 %	10 %
Bonus sur chiffre d'affaires	3000.00	15 000.00

7.4 Controlling

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

8 Trafic international

8.1 Généralités

- 8.1.1 La gestion est définie dans la C500, annexe 9, cahier des charges du mandataire du SDN (actuellement les CFF).
- 8.1.2 Les CFF représentent les intérêts tarifaires des entreprises de transport suisses participant au T711.xy, au T712, au T716, au T719 et au T739, au sein des organes internationaux compétents.
- 8.1.3 Les CFF établissent les tarifs suivants:
 - T711.1 Inventaire PAO
 - T711.2 Inventaire NVS
 - T711.3 Inventaire PICO
 - T711.4 Inventaire ÖBB APi
 - T711.5 Trains de nuits
 - T712 Dispositions: offres de pass Eurail / Interrail Mobile (ETS)
 - T619 Inventaire NOVA
 - T739 Facilités de voyages pour le personnel dans le trafic international (FIP)
 - SCIC-NRT Suisse

8.2 Non reservation ticket (NRT)

8.2.1 Etablissement du tarif

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

8.2.2 Cours de change

- 8.2.2.1 La fixation du cours de change est effectuée de manière autonome par l'organe chargé du décompte pour les entreprises de transport suisses (actuellement les CFF).
- 8.2.2.2 **Incoming** (tronçons suisses selon SCIC-NRT Suisse)

Les prix en euros valant à partir du changement d'horaire doivent être communiqués au plus tard au 15 octobre. En cas de fortes variations du taux de change, l'organe exécutant se réserve le droit de modifier les prix dans le système en cours d'année.

8.2.2.3 **Outgoing** (tronçons étrangers selon le T711.ss)

Les tronçons étrangers sont transmis en euros.

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

8.2.3 Mandat de négociation avec les chemins de fer partenaires étrangers

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

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

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

Des dispositions différentes selon le chiffre 8.2.4 sont réservées.

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

8.2.4 Actions temporaires sur les prix

- 8.2.4.1 Les mesures de marketing destinées à promouvoir les ventes dont la durée (intervalle de vente) est inférieure à 8 semaines sont organisées de manière autonome par le mandataire.
- 8.2.4.2 L'approbation préalable de la KoM est nécessaire pour les actions d'une durée supérieure.
- 8.2.4.3 Les actions de promotion des ventes doivent être discutées au préalable avec le mandataire afin de garantir leur conformité avec le plan de marketing des transports publics suisses.

8.2.5 Financement

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

8.3 Included reservation ticket (IRT)

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

8.4 Eurail et Interrail

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

8.4.2 Etablissement des tarifs - Eurail/Interrail

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

8.4.3 Organe Eurail Interrail (Suisse)

- 8.4.3.1 En tant qu'entreprises de transport gestionnaires, les CFF et le BLS représentent les intérêts des entreprises de transport participant au tarif dans l'organe de décision supérieur européen «Eurail Full Assembly». De plus, les CFF sont représentés au conseil d'administration de l'Eurail Group GIE et au conseil de surveillance Eurail B.V.
- 8.4.3.2 Le «Règlement commercial Eurail et Interrail» valable pour le marché suisse indique entre autres les tâches et les compétences de l'organe de gestion et de l'instance supérieure «Organe Eurail Interrail», les principes de la participation des entreprises de transport suisses au tarif, la définition du champ d'application et l'établissement de la clé de répartition (liste non exhaustive).

8.4.4 Financement

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

9 Annexe

9.1 Contrat STS

Mandatsvertrag

betreffend der

weltweiten Vermarktung des ÖV Schweiz für die Jahre 2024 bis 2026

zwischen

SBB AG spezialgesetzliche Aktiengesellschaft mit Sitz in Bern

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

SBB AG

Markt Personenverkehr, Internationaler Personenverkehr Trüsselstrasse 2, 3000 Bern 65

(nachstehend: SBB AG als Mandatsgeberin)

und

Swiss Travel System AG Lagerstrasse 33, 8004 Zürich

(nachstehend: STS AG als Mandatsnehmerin)

Inhaltsverzeichnis

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

Glossar

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

Präambel

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

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

1. "ÖV-Mandat" (Hauptmandat)

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

2. "SBB-Anreisemandat" (Zusatzmandat)

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

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

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

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

1 Vertragsgegenstand

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

2 Vertragsbestandteile und deren Rangordnung

Der Vertrag setzt sich aus den folgenden Bestandteilen zusammen:

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

Die Anhänge werden bei Bedarf auf ein neues Kalenderjahr angepasst.

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

3 Genereller Auftrag des ÖV-Mandats

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

Nachhaltige Ertragssteigerung im Incoming-Verkehr für den ÖV Schweiz.

Dies soll durch Erreichung folgender Unterziele realisiert werden:

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

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

3.1 Zu vermarktende Leistungen und Tarife/Fahrausweise

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

Leistungen:

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

Tarife/Fahrausweise:

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

3.2 Produktmanagement STS-Fahrausweise gem. T673

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

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

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

3.3 Zu bearbeitende Märkte und Kommunikationsfokus

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

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

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

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

3.4 Zu bearbeitende Zielgruppen

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

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

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

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

3.5 Planungsgrundlagen

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

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

3.6 Vermarktungsaktivitäten pro Markt

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

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

3.7 Markenführung und Markenrechte der STS AG

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

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

4 Vertrieb und Vermarktung

4.1 Rahmenbedingungen

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

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

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

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

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

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

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

4.2 Vertriebssysteme

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

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

4.3 Produktbestellungen und -programmierungen

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

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

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

4.4 Verkaufsdaten

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

5 Umsatzreporting

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

6 Die relevanten Gremien des ÖV-Mandats

6.1 Übergeordnete Strukturen

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

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

6.2 Der Verwaltungsrat (VR) der STS AG

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

6.3 Das Incoming-Gremium (IG)

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

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

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

7 Leistungsentschädigung

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

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

7.1 Rechnungsstellung und Zahlungsmodalitäten

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

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

Schweizerische Bundesbahnen SBB Kreditoren Markt Personenverkehr

Poststrasse 6 3000 Bern 65 Referenz: Gabriel Brombacher, BUK 2400

Bestell-Nr.: jährlich neu

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

Kontoinhaber Swiss Travel System AG, 8004 Zürich

IBAN CH69 0023 0230 1055 5601 N

7.2 Zahlungszeitpunkt

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

8 Vertraulichkeit, Äusserungen gegenüber Medien

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

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

9 Immaterialgüterrechte auf Seiten der SBB AG oder der TU

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

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

10 Besondere Vereinbarungen

10.1 Vertragsdauer

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

10.2 Vorbehaltsklausel

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

10.3 Vertragsänderungen und -ergänzungen

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

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

10.4 Anwendbares Recht und Gerichtsstand, Kontaktpersonen, Ausfertigung

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

Kontaktpersonen für alle mit dem Vertrag zusammenhängenden Fragen sind:

Für die SBB AG: Leiter Internationaler Personenverkehr (MP-IPV)

Für die STS AG: CEO STS AG

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

Für die Schweizerischen Bundesbahnen SBB

Ort/Datum	Ort/Datum
Véronique Stephan Leiterin Markt Personenverkehr	Philipp Mäder Leiter Internationaler Personenverkehr
Für die Swiss Travel System AG	
Ort/Datum	Ort/Datum
Martin Nydegger VR STS AG Vize-Präsident	Maurus Lauber CEO STS AG

Anhang 1:

Zu vermarktende Tarife

Folgende Tarife sind durch die STS AG zu vermarkten:

T601 Allgemeiner Personentarif, Hauptfokus:

Normaltarif inkl. Sparbillette, Gruppentickets

T651.xx Tarife der Verbünde

Tarif für General- und Halbtaxabonnement Hauptfokus:

Tageskarten, Spartageskarten

T673 Offer Switzerland Swiss Travel System

T710.9 Eurail und Interrail

Diverse Dienstleistungen wie Reservierungen, Gepäck, Gastronomie-Services

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

Anhang 2:

Vertriebsvergütungen Incoming – Bandbreiten Basiskommissionen

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

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

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

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

Vertriebsvergütung Incoming – Marketingvereinbarungen

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

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

Änderungsindex Anhänge 1 & 2

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