

droit *au but*

Le magazine de l'Alliance SwissPass



Alliance
Swiss
Pass⁺

6

À destination

Tarifs des transports publics: simplement complexes

Pourquoi notre système tarifaire est tel
qu'il est, et de quoi l'avenir doit être fait



14

En voiture, s'il vous plaît!

Un pas de plus
en aller-retour

Comment le personnel du
service clientèle aide les
voyageurs qui restent coincés





18

SwissPass 2030
La suite du voyage



20

Zoom sur Annette Antz

Comment la responsable du programme myRIDE dirige le projet, et ce qui l'anime

5 Editorial

11 Comment Florence Brenzikofer se représente la convivialité dans les TP

12 Principales stations en 2025

25 Ce que la branche peut apprendre des start-ups

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

22

Prochain arrêt: l'avenir

Une simplicité enthousiasmante

Le psychologue économique Christian Fichter explique où les TP marquent le plus de points pour leur clientèle







Éditorial

«Nous avons toujours fait comme ça.» Nous la connaissons tous, cette phrase. En adoptant cette attitude, nous ne stoppons toutefois pas le changement; tout au plus, nous nous faisons obstacle à nous-mêmes. Eh oui, la situation évolue. Constamment. Et ce, indépendamment des sensibilités de chacun.

La société change et, avec elle, les exigences envers les transports publics. La question n'est pas «Le changement arrive-t-il?», mais «Comment y réagir?» Cela ne sert à rien de l'ignorer, ni d'attendre.

La clientèle souhaite bénéficier de solutions simples et fiables. Elle est loyale aux offres compréhensibles. Ce n'est pas en argumentant qu'on la fidélise, mais en lui proposant des expériences. Celles-ci commencent par la clarté, y compris dans le système tarifaire.

Il est clair que le changement génère des frictions, suscite des difficultés. Mais il est aussi source d'ordre, de convergence et de force commune. Les personnes qui façonnent activement le changement gardent le contrôle, tandis que celles qui l'observent passivement le perdent.

En tant que branche, nous pouvons guider ensemble les transports publics suisses vers l'avenir, pas comme concurrents, mais comme partenaires. Unis et pleins de courage. Droit au but, en fait.

Et comme l'impose la stratégie:
en nous centrant sur la clientèle.

Helmut Eichhorn
Directeur de l'Alliance SwissPass

Stratégie
2035



A woman with dark hair, wearing a light-colored ribbed sweater and a gold hoop earring, is smiling and looking upwards. She is pointing her right index finger at a map on a wall. The map is a complex network of lines and nodes, likely a public transport map. The background is slightly blurred, showing what appears to be a public transport station with blue and yellow vertical panels. The text 'À destination' is overlaid on the left side of the image.

À destination

Un voyage, un
billet: pourquoi
la simplicité est
aussi complexe



La Suisse est l'un des pays dans lesquels il est le plus facile de voyager. Cependant, derrière cette simplicité qui paraît évidente se cache l'un des systèmes tarifaires les plus complexes d'Europe. La branche souhaite désormais réinventer la simplicité.

En montant dans un tram ou un train, il est rare qu'on se rende compte à quel point il est compliqué d'émettre un billet unique pour tout un itinéraire. On achète son billet, on monte à bord et c'est parti! Les transports publics suisses ont l'air de fonctionner tout naturellement. Toutefois, derrière cette simplicité apparente, on trouve une interaction complexe de règles, de responsabilités et de technologies, qui a évolué pendant plus de 170 ans. Comment? Poursuivez votre lecture et vous verrez...

Un pays, un billet

En 1857, les premiers chemins de fer privés et sociétés de navigation se sont réunis pour créer un tarif de bout en bout: un billet pour tout un voyage, quelle que soit l'entreprise responsable. «À l'époque, ça a été un grand pas en avant, qui a permis de poser les bases pour que la Suisse figure aujourd'hui parmi les pays les mieux desservis en transports publics au monde», explique Reto Steiner, spécialiste de l'Alliance SwissPass.

Le Service direct national (SDN), qui a découlé de ce système, demeure l'un des piliers centraux du système tarifaire. Les personnes qui voyagent paient en fonction de la distance qu'elles parcourent. Plus elles vont loin, moins leur coûtera chaque kilomètre supplémentaire. Des produits tels que l'abonnement demi-tarif (depuis 1890) ou l'abonnement général (depuis 1898) rendent les transports publics encore plus attractifs. Cependant, le demi-tarif ne figure parmi les produits préférés des Suisses que depuis 1987, lorsque son prix est passé de 360 à 100 francs.

Un pays, deux systèmes

En raison du trafic régional croissant, les tarifs fondés sur la distance ont commencé à toucher à leurs limites. À partir des années septante, les premières communautés tarifaires régionales voient donc

Avec un billet dans toute la Suisse, à travers les régions et les communautés tarifaires.

le jour. Elles fonctionnent selon une nouvelle logique: ce sont désormais les zones, et plus les kilomètres parcourus, qui comptent. Toute personne qui achète un billet peut ensuite voyager à l'intérieur des zones en question pendant un temps donné, quelle que soit la distance parcourue.

Actuellement, le Service direct national (SDN) et les communautés régionales coexistent. Si l'on se rend de Berne à Zurich, c'est la logique de distance du SDN qui s'applique, c'est-à-dire qu'on paie au kilomètre. Toutefois, si l'on se déplace de Berne à Thoun, qui est une ville comprise dans la communauté tarifaire Libero, on s'inscrit dans une logique de zones. Un billet valable pour huit zones peut ainsi y être utilisé, quel que soit le moyen de transport emprunté.

Tout cela ne change pas la vie à la plupart des voyageurs: ils achètent un billet, et ça fonctionne. En arrière-plan, par contre, deux systèmes différents

coexistent. Nombre de personnes ne comprennent pas pourquoi le prix d'une même distance est déterminé selon des règles différentes en fonction de la région. Markus Thut, ancien directeur de ch-direct, estime qu'il s'agit là d'un obstacle: «Les personnes qui découvrent les transports publics se voient confrontées à une entrave importante, car elles n'ont aucune idée qu'il existe deux systèmes tarifaires et ne savent pas à quel point ceux-ci fonctionnent différemment.»

Beaucoup d'acteurs, un seul objectif

Cela ne va pas de soi que la clientèle puisse traverser le pays sans problème. Pour que ce système puisse fonctionner comme une horloge, la Confédération, les cantons, les communes ainsi que des centaines d'entreprises de transport collaborent étroitement.

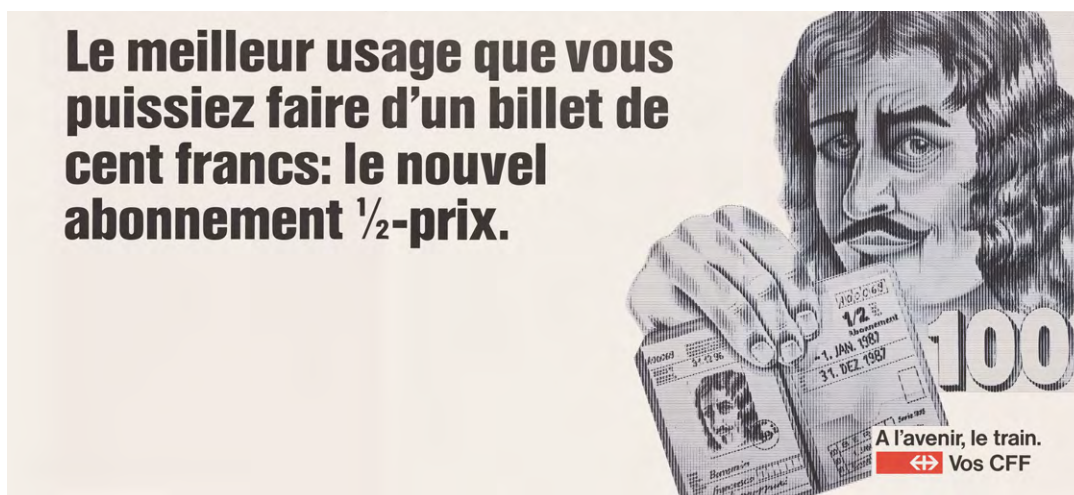
Par l'intermédiaire de l'Office fédéral des transports, la Confédération surveille les bases légales et participe au finance-

ment du trafic régional. Les cantons et les communes commandent des prestations dans le cadre du trafic régional et local. Quant à l'Alliance SwissPass, elle veille à ce que les tarifs, les voies de distribution et l'information à la clientèle restent harmonisés.

Toute cette coordination demeure invisible pour les voyageurs, et c'est bien cela l'enjeu. «Pour que les voyageurs puissent acheter un billet de l'arrêt «Naters, Amerika» à «Zürich, Zoo» en toute simplicité, de nombreux éléments doivent s'imbriquer avec précision», explique Reto Steiner. Que tout cela aille de soi au quotidien découle d'une coordination assurée en arrière-plan depuis des décennies. Une prestation commune assurée silencieusement par la branche.

Pourquoi la simplicité est complexe

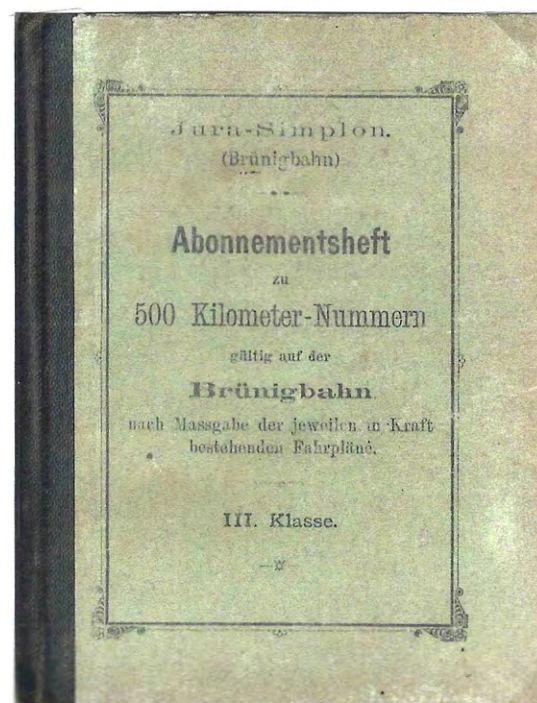
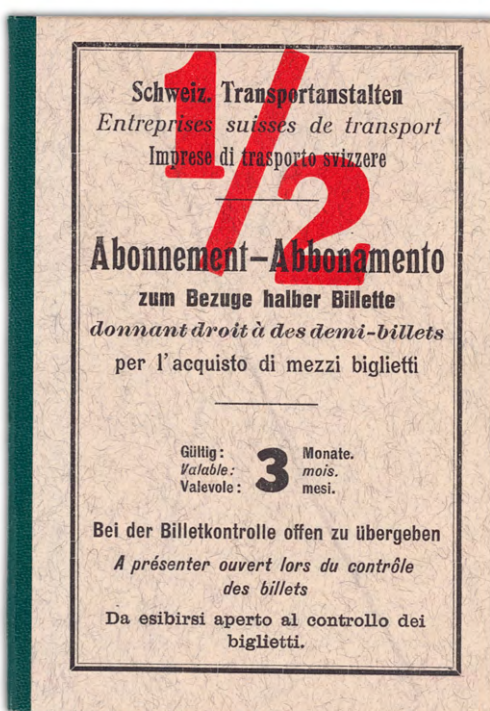
La complexité du système n'est pas due à une erreur, mais à son succès.



En haut: L'abonnement demi-tarif voit son prix baisser fortement en 1987, et devient ainsi un produit à succès.

En bas à gauche: demi-tarif des débuts, 1921.

En bas à droite: carnet d'abonnement pour 500 «numéros-kilomètres» de la Compagnie des chemins de fer Jura-Simplon, 1896.



Voie (00)7 ou demi-tarif?
James Bond sur le tournage d'un clip publicitaire en 1994.



«On peut dire que si le système est aussi complexe, c'est parce qu'il rencontre autant de succès. Ou inversement», résume Markus Thut. Ce qui a du sens au niveau régional soulève de nouvelles questions générales dans le système global, notamment en cas de transition entre une communauté et le SDN, ou lorsqu'il est question de produits conçus différemment. La clientèle ne perçoit que le résultat: selon le trajet effectué, c'est le modèle des kilomètres, celui des zones ou un modèle mixte qui s'applique. Derrière la simplicité des transports publics suisses se cache un système très complexe. Et c'est justement cet équilibre que la branche aimerait repenser.

L'avenir devrait être simple

L'objectif est clair: se déplacer en transports publics doit être encore plus facile à l'avenir, sans que l'on doive connaître les tarifs et les zones, ou comparer les

prix. La vision? Monter à bord, se déplacer et arriver à bon port. Tout le reste est automatique.

myRIDE constitue une étape essentielle de ce voyage. Ce projet pose les bases d'un système tarifaire plus uniforme et compréhensible. Les trajets sont automatiquement saisis et le prix juste est calculé à la fin du déplacement, et ce, que l'on voyage en train, en bus ou en tram. Plus besoin de se demander si c'est la logique des zones ou de la distance qui s'applique.

La même approche sera aussi adoptée un peu plus tard dans la prévente, dans ce que l'on appelle le pre-pricing. Le but est de simplifier et d'uniformiser davantage l'accès aux transports publics. La numérisation accompagnera les voyageurs pendant tout leur trajet, du moment où ils montent à bord jusqu'au décompte. «Ce système ne présente que des avantages pour la clientèle. Les

transports publics seront plus simples, transparents et attrayants», ajoute Markus Thut.

La simplicité redéfinie

L'avenir de l'accès aux transports publics est numérique, et plus simple que jamais. La clientèle monte à bord, se déplace et paie ensuite automatiquement le meilleur prix.

La boucle est ainsi bouclée: l'idée qui a vu le jour en 1857 (un voyage, un billet) reste d'actualité, mais prendra une nouvelle forme. Il n'est désormais plus question d'un bout de papier, mais d'un soutien numérique et d'un système simple sur toute la ligne, qui retient la complexité restante en arrière-plan.

Les transports publics suisses resteront ainsi tels qu'ils ont toujours été: un modèle, un chef-d'œuvre de simplicité, fruit d'une importante collaboration.



Du tram à la communauté tarifaire régionale:

abonnement annuel de 1932 des trams bâlois (à gauche) et de la communauté tarifaire bâloise en 1979 (à droite).

Point de vue extérieur

Voyager en toute simplicité



En tant que conseillère nationale des Vert-e-s ainsi que présidente de la communauté tarifaire de la Suisse du Nord-Ouest et de la Communauté d'intérêts pour les transports publics en Suisse, Florence Brenzikofer a une vision claire de ce que sont des transports publics favorables à la clientèle.

Trop de zones tarifaires et une mauvaise vision d'ensemble: les transports publics doivent être simplifiés. Pour ce faire, il convient de considérer systématiquement la billetterie, les tarifs et la numérisation du point de vue de la clientèle.

Aujourd'hui, on remarque clairement à quel point les différentes communautés tarifaires de Suisse ne sont pas suffisamment reliées entre elles. Aux yeux de nombreux clients, cela est synonyme de zones tarifaires complexes, de responsabilités peu claires et de coûts supplémentaires. Les personnes qui se déplacent régulièrement entre villes, agglomérations et régions péri-urbaines attendent, à juste titre, une billetterie cohérente et simple, au-delà des frontières communautaires et tarifaires. Dans de nombreuses régions, il y a du pain sur la planche; le système tarifaire doit être conçu de manière cohérente pour la clientèle, simplifié et facile d'accès.

La combinaison sans interruption de différents modes de transport (trains, bus, trams, offres sur demande et systèmes de partage) ne cesse de gagner en importance pour assurer une mobilité moderne et respectueuse de l'environnement. Un système de billetterie simple et tourné vers l'avenir est donc indispensable. La multimobilité est déterminante pour augmenter la part modale des transports publics, et répondre à la croissance de l'offre ainsi qu'aux exigences en matière de capacité. Un système de billetterie simple est primordial, en particulier pour les zones péri-urbaines, dans le but d'assurer de meilleures liaisons et une mobilité équivalente.

Les tarifs qui tiennent compte des besoins du groupe-cible requièrent une attention particulière. Des offres attrayantes et faciles à comprendre destinées aux jeunes sont essentielles pour fidéliser suffisamment tôt la prochaine génération en l'incitant à emprunter les transports publics. L'AG Night et la

carte journalière Friends soulignent à quel point la demande pour de tels produits est importante. En même temps, il faut également des offres équitables et claires pour les personnes âgées, qui apprécient la sécurité et la simplicité. Un système tarifaire attrayant pour la clientèle doit tenir compte de toute les phases de vie, tout en restant accessibles aussi aux personnes sans smartphone.

Ce que j'attends des transports publics, c'est qu'ils soient axés sur les besoins réels des personnes qui les empruntent. Ils constituent un facteur central pour l'attrait de la région, en particulier dans la Suisse du Nord-Ouest, avec ses liens étroits entre villes, agglomérations, zones rurales et la région des trois pays («Dreiland»). Les voyageuses et voyageurs doivent pouvoir compter sur le fait que les transports publics leur facilitent la vie au quotidien, plutôt que de la leur compliquer inutilement.

La numérisation recèle un potentiel important si elle est utilisée de manière cohérente pour répondre aux besoins de la clientèle. Des nœuds de communication intelligents, des informations fiables en temps réel et des systèmes interconnectés peuvent contribuer à atténuer les pics de trafic et à améliorer la qualité de l'offre. La numérisation ne doit pas être une finalité en soi, mais apporter des soulagements concrets au quotidien.

À cet égard, le projet myRIDE peut être novateur, pour autant qu'il parvienne à poser des bases uniformes et peu coûteuses pour simplifier l'accès aux transports publics. Les abonnements existants et prisés ne doivent pas être supprimés, et la clientèle non numérique doit pouvoir elle aussi continuer à bénéficier de possibilités attrayantes. Une chose est claire à mes yeux: pour que les transports publics soient favorables à la clientèle, il faut que la responsabilité politique, la collaboration au niveau régional et le courage de simplifier le système convergent.

À bon port

Principales stations en 2025

5 ans



déjà que l'**Alliance SwissPass** réunit 250 entreprises de transport et 20 communautés tarifaires sous un même toit. L'organisation de la branche s'engage pour un accès simple aux transports publics suisses, avec des standards uniformes, des solutions numériques et des produits tels que le demi-tarif PLUS ou l'AG Night.

Plus d'un 1/2 million

de **cartes Junior et Enfant accompagné** étaient en circulation à la fin 2025 pour nos plus jeunes clientes et clients.

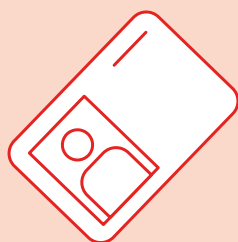


1185

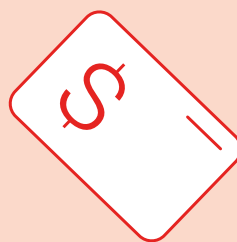


Bâloises et Bâlois ont renoncé à leur voiture pendant 31 jours dans le cadre du **31DAYS-Challenge** pour opter pour les transports publics et les offres de partage.

10 ans



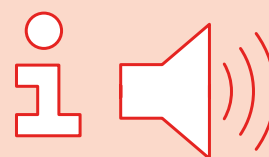
de SwissPass: ce qui a commencé en 2015 avec une **carte rouge** est aujourd'hui la clé de la mobilité et des loisirs. C'est bien plus qu'une carte de transports publics grâce à des fonctions telles que le login SwissPass, SwissPass Mobile et SwissPass Pay: elle permet à son titulaire d'acheter des billets, de louer un vélo ou une voiture, et de partir skier.



1

carte Prepaid pour les personnes qui souhaitent payer avec de l'argent liquide. Grâce à la carte Prepaid rechargeable, introduite en décembre 2025, les voyageuses et voyageurs pourront toujours acheter leur billet de transports publics de façon anonyme, sans smartphone ni carte de crédit.

900



Les réponses à la consultation relative au nouveau **standard de la branche pour l'information à la clientèle** ont été réceptionnées. Elles ont été évaluées par le groupe de travail compétent et intégrées au standard, lequel est en vigueur depuis le changement d'horaire 2025 et définit comment la clientèle des transports publics est informée de manière uniforme dans toute la Suisse. Pour en savoir plus, consultez tp-info.ch.



En voiture, s'il vous plaît!

Trois personnes, un mandat: donner des repères

Lorsque le service de tram est interrompu, que l'application tombe en panne ou qu'une personne a besoin d'un billet à la dernière minute, c'est le service clientèle qui intervient. Au téléphone, aux guichets ou en pleine foule. Nous avons discuté avec trois spécialistes qui gardent une vue d'ensemble dans les transports publics lorsque les autres la perdent.

Nous sommes à Brigue. Il est peu après 4h et une petite sonnerie retentit. Sabrina Witschard reçoit son premier appel de la journée. «Contact Center CFF, Witschard, bonjour!» À l'autre bout du fil, une dame retraitée tout agitée car elle a perdu son SwissPass. Sabrina Witschard tape calmement sur son clavier, vérifie le compte de la cliente, remarque que sa carte est de toute façon sur le point d'expirer et lui en envoie directement une nouvelle. Avant même que le soleil ait pointé le bout de son nez, elle a résolu un problème de plus.

Tous les jours, le Contact Center CFF, à Brigue, traite environ 6500 demandes, provenant des quatre coins de la planète. Nous sommes ici au cœur du service clientèle, où sont traités les cas d'objets perdus, d'erreurs concernant des réservations internationales, d'achats de mauvais billets et de modifications spontanées de réservations. Sabrina Witschard travaille là depuis dix ans, et passe deux jours par semaine aux guichets. «La variété est importante pour moi. Ici, j'en ai ma dose», explique-t-elle.

Entre systèmes et décisions

Souvent, son lieu de travail ressemble à une centrale de rangement. Elle corrige ce que les systèmes numériques ne parviennent pas à faire automatiquement. «À l'époque, nous vendions des billets. Aujourd'hui, nous gérons également les malentendus numériques», explique Sabrina Witschard en riant.

Ce qui semble être la routine est, en vérité, un concentré de résolution de problèmes. Chaque nouvelle voix change l'ambiance, chaque nouvelle demande crée une nouvelle situation. Une nuit, un homme ivre appelle, car il croit que les CFF peuvent lui envoyer un hélicoptère. Une autre fois, des parents restent sur le quai alors que le train part, avec leur enfant à bord. Sabrina Witschard alerte tout de suite la police ferroviaire. Quelques minutes plus tard, leur enfant est en sécurité.

De tels cas soulignent pourquoi l'humain est indispensable dans ce domaine. «Les personnes qui travaillent ici ont besoin d'être calmes, d'avoir une bonne mémoire et d'être capables de sentir quelle est l'information dont leur interlocuteur a vraiment besoin.»

Certains appels sont moins agréables que d'autres. «Au téléphone, les gens n'ont aucun scrupule», poursuit-elle. Une fois, lorsqu'elle était en télétravail, elle a été agressée au point qu'elle préfère désormais travailler au bureau. «Ici, je suis entourée

de collègues, ce qui me donne un certain soutien.» Depuis le temps, le Contact Center CFF est devenu sa deuxième maison; elle y trouve des espaces de repos, une salle de fitness et des collègues qui s'entraident en temps de stress.

«Au téléphone, les gens n'ont aucun scrupule»

Sabrina Witschard

Il arrive aussi que Sabrina Witschard soit surprise en bien. Un jour, par exemple, un couple de retraités de Berne s'est présenté spontanément à l'accueil. Les deux personnes tenaient une feuille A4. Y figuraient des notes concernant leur abonnement général, qu'ils avaient prises lors de plusieurs discussions avec le service clientèle, qui les avait aidés à prolonger leur abonnement. «Ce couple s'est déplacé jusqu'à Brigue juste pour nous remercier pour notre service de qualité», relate-t-elle en souriant. Quelques secondes plus tard, elle remet son casque, car elle reçoit un nouvel appel.

Une proximité de tous les instants

Nous sommes à la gare centrale de Zurich, dans la matinée. Le bruit de la gare résonne jusqu'aux guichets du ZVV. Un homme pose quatre cartes SwissPass rouges sur le comptoir. «J'aimerais prolonger les abonnements de tous les membres de la famille», explique-t-il. Denise Naef tape rapidement sur son clavier, vérifie les données et lui redonne les cartes en souriant. Deux francs en retour, un «bonne journée!» amical, et c'est au tour du client suivant.

Cela fait bientôt vingt ans que Denise Naef travaille à la gare centrale de Zurich, aux guichets du ZVV, ouverts toute l'année. Malgré cela, il n'y a pas l'ombre d'une routine. «On ne sait jamais qui sera le suivant.» Parfois, il s'agit d'une personne qui sait exactement ce dont elle a besoin. Parfois, c'est quelqu'un qui se sent perdu face à toutes les options qui existent.

Denise Naef en a vu de toutes les couleurs: un pendulaire qui a rapidement besoin d'un billet pour sa correspondance, une touriste qui n'est pas au clair avec les tarifs, un homme qui doit résilier l'abonnement de sa femme, décédée. «Dans de telles situations, il n'est pas question de formulaires, mais d'humanité», explique-t-elle.

Qu'est-ce qui a changé en vingt ans? «La politesse», répond-elle sans hésiter. De nombreuses personnes ne disent même plus bonjour. Malgré cela, elle reste



amicale. «Empathie, humour et distance, voilà ma devise. Sans cela, on ne tient pas le coup», ajoute-t-elle.

Lorsque la technologie touche à ses limites

Le travail de Denise Naef a également évolué en raison de la numérisation. Aujourd'hui, nombre de personnes lui présentent leur smartphone, en lui expliquant que l'application est en panne ou qu'elles n'arrivent pas à se connecter. «Nous ne configurons rien, mais nous aidons à résoudre le problème», poursuit-elle de manière pragmatique. La vente s'est muée en soutien, la routine en aide en fonction de la situation. «De nombreuses personnes passent tous simplement car elles ont besoin de quelqu'un qui leur ôte un doute.»

Une fois, lorsqu'il manquait un franc à un client, Denise Naef a ouvert son propre porte-monnaie pour le lui donner. «J'ai senti que c'est ce qu'il fallait faire.» De petits gestes, qui perdurent. «Pour moi, la journée est réussie si une personne repart moins stressée qu'en arrivant.»

Au cœur de la foule

Nous sommes à Berne, sur la place de la gare. Beaucoup de monde, des voix, des valises à roulettes. Simon Käsermann ne

pas inaperçu, avec le gilet réfléchissant qu'il a enfilé par-dessus son uniforme. «Excuse me, where is the Bärengraben?», lui demande un touriste. Simon Käsermann sourit et lui explique brièvement le chemin en pointant en direction de la vieille ville. Ensuite, il répond à la question suivante.

«Pour moi, la journée est réussie si une personne repart moins stressée qu'en arrivant»

Denise Naef

Lorsque quelque chose ne se passe pas comme prévu sur le terrain, il est là. En tant que responsable spécialisé en information à la clientèle, il coordonne le service clientèle de BERNMOBIL si un dérangement survient, ou lors de manifestations importantes, telles que le marché aux oignons (Zibelemärit) ou le Grand Prix. Chaque minute compte en cas d'accident, de ligne de tram bloquée ou de coupure de courant. Soudainement, tout s'arrête.

«Il faut rapidement analyser la situation», explique Simon Käsermann. «Où est-ce que ça bouchonne? Quelle ligne est encore opérationnelle? Comment les voyageurs peuvent-ils arriver à destination?»

Toujours cordiale même s'il faut faire vite: Denise Naef au ZVV Contact Center à la gare centrale de Zurich.

À peine arrivé sur place, il est entouré par une foule de personnes. «Dès qu'elles voient mon gilet, elles me posent des questions. Je les attire comme un aimant», ajoute-t-il.

«Il faut toujours quelqu'un qui regarde, qui écoute, qui réagit»

Simon Käsermann

Sa mission est de garder une vue d'ensemble, et de la transmettre aux autres. C'est à lui d'estimer combien de temps un dérangement risque de durer et quelles autres solutions existent, et de l'expliquer ensuite clairement. «Mobiliser ses soft skills est plus efficace que miser sur ses connaissances techniques», poursuit-il. En effet, il faut aborder chacun différemment: certaines personnes sont stressées, énervées, impuissantes, ou tout simplement curieuses.

Une constante: l'humanité

D'après Simon Käsermann, l'ambiance n'est plus la même depuis la pandémie de coronavirus. «Beaucoup de personnes s'attendent à ce que la technologie résolve tous les problèmes. Mais parfois, on a juste besoin d'un humain, qui explique la situation.» C'était notamment le cas un soir d'été, lorsqu'un concert important a été annulé à la dernière minute. Des milliers de personnes, certaines venues de l'étranger, se trouvaient à la gare, sans savoir quoi

faire. Simon Käsermann était le premier à leur fournir des informations. «Le niveau de frustration était élevé, mais j'ai essayé tout de même de leur donner envie de visiter la ville. Malgré tout, nombre de ces personnes ont passé une bonne soirée.»

Ce qui le motive, c'est le contact humain. En particulier avec les gens qui ont le plus besoin d'être aidés. «Quand je remarque qu'une personne est aveugle, je lui demande toujours si je peux l'accompagner. Je la guide ensuite jusqu'au passage souterrain. C'est naturel, pour moi.»

Il ne pense pas que la numérisation remplacera un jour le service clientèle. «Il faut toujours quelqu'un qui regarde, qui écoute, qui réagit. La technologie ne peut pas faire toutes ces choses.»

Une main tendue à tout moment

Que le service clientèle des transports publics soit assuré à l'écran, à Brigue, aux guichets, à Zurich, ou en pleine foule, à Berne, c'est bien plus qu'un simple travail d'information. C'est l'art d'apporter de la sérénité dans les déplacements et de donner une certaine sécurité aux gens quand les systèmes touchent à leurs limites.

Sabrina Witschard, Denise Naef et Simon Käsermann représentent des centaines de personnes qui font en sorte au quotidien que d'autres puissent voyager, y compris lorsque rien ne fonctionne.

Parfois, il suffit d'une seule phrase, d'un petit regard ou d'une main tendue.



Elle reste calme dans les situations difficiles: Sabrina Witschard au Contact Center CFF, à Brigue.

Simon Käsermann apporte son aide à la gare de Berne en toute simplicité, et en plusieurs langues.



Prolonger un abonnement, vérifier ses factures, louer un vélo, ajouter un forfait de ski: le compte SwissPass permet tout cela.

SwissPass 2030

Un compte qui transporte

Voilà dix ans que le SwissPass a commencé à modifier la mobilité en Suisse. Aujourd'hui, il entame une nouvelle étape. Le 12 septembre 2025, la branche des transports publics a adopté la stratégie SwissPass 2030. Cette stratégie est centrée sur les personnes. Ces cinq prochaines années, le SwissPass gagnera en numéricité, en simplicité et en sécurité, et deviendra un compte de mobilité personnel.

Qu'est-ce que cela signifie au quotidien? Prolonger son abonnement, vérifier une facture, emprunter un vélo, charger un forfait de ski: tout cela sera possible dans un seul et même compte. Le passage du train au bus ou au véhicule partagé se fera sans interruption. Pour les novices, pas de parcours du combattant: quelques clics suffiront.

Les voyageurs sont toujours plus nombreux à organiser leurs trajets en ligne. Le SwissPass les accompagne. À l'avenir, l'assistance et l'intégration se feront de manière numérique; avec le NFC et

Bluetooth, SwissPass Mobile soutient la plupart des applications. Si vous préférez avoir une carte en main, vous pouvez la conserver. Ainsi, l'accès reste ouvert à toutes et à tous, adeptes du numérique comme des supports physiques. Les partenaires obtiennent de nouveaux outils, qui accélèrent la collaboration et facilitent l'innovation.

La simplicité est importante. Les utilisateurs du SwissPass doivent tout de suite voir ce qui est possible. Les prestations, les factures et les bons apparaissent de manière claire, les paramètres peuvent être rapidement réglés, on obtient de l'aide en quelques étapes. Un langage clair remplace le jargon professionnel. La communication et l'assistance deviennent plus directes. Le SwissPass doit donner une impression d'évidence: il doit être un élément du quotidien, et non pas un outil technique.

La responsabilité croît avec chaque nouvelle fonction. La sécurité trône au sommet. L'authentification à double facteur et des passkeys en protègent l'accès, un suivi constant permet de déceler les abus, les comptes et les transactions restent intacts. Vous avez oublié votre mot de passe? Vous pouvez quand même vous connecter, grâce à des processus modernes qui facilitent l'accès tout en offrant une meilleure protection. Il en résulte de la confiance, qui découle de l'expérience d'utilisation.

En même temps, une nouvelle conception de la mobilité voit le jour. «Un voyage, un billet» devient «Mon voyage, mon compte de mobilité». À l'avenir, le compte SwissPass permettra de combiner des trajets en transports publics, des offres de mobilité partagée et des activités de loisirs. En déplacement, on pourra agencer des prestations avec flexibilité, profiter d'offres combinées et bénéficier de prix équitables et dynamiques. Il suffit de s'identifier une fois.

Le SwissPass reste davantage qu'une simple carte. Il grandit avec ses utilisatrices et utilisateurs, connecte des voies, simplifie des décisions et protège ce qui est important. Un compte qui transporte. Aujourd'hui et demain.



La carte SwissPass permet d'acheter des billets aux distributeurs.

pass-login-pwless-rem/username

HowTo News Tools SharePoint M&Stuff Listen Hintergrundinfos myRER Externe Links

SwissPass.

SwissPass
Ihr Schlüssel für
Mobilität und Freizeit

E-Mail
E-Mail

Weiter

Noch kein Kundenkonto? [Jetzt registrieren](#)

PHILIPS

Alliance
Swiss
Pass

logi



Conviction et persévérance

Annette Antz, responsable du programme myRIDE, se bat pour un projet qui a déjà été tenté à plusieurs reprises. Découvrez ici pourquoi elle ne lâche rien, et ce que sa persévérance révèle à son sujet.

Elle essaie de rester sereine avec myRIDE malgré toute sa passion pour les transports publics: Annette Antz.

Nette Grösse, Annette (Salutations amicales, Annette): voilà la formule qu'elle utilise à la fin de ses e-mails. Un jeu de mots (entre *nette* et *Annette*) qui correspond parfaitement à cette femme amicale et posée, qui présente une pointe d'auto-dérision. Annette, âgée de 55 ans, n'aime pas se mettre en avant, au contraire. Bien qu'elle donne l'impression d'être réservée, presque effacée, on se rend rapidement compte en l'écoutant qu'elle a des convictions claires, une grande détermination et un important savoir-faire.

Une attirance pour les systèmes

Annette a grandi en Allemagne, où elle a étudié la géographie économique, pas pour des raisons professionnelles mais par intérêt. «J'ai toujours été fascinée par les systèmes», explique-t-elle. L'évolution des milieux de vie l'intéresse, la façon dont l'économie, la société et la mobilité s'imbriquent. Elle aime se pencher sur la situation dans sa globalité, ainsi que sur la question suivante: que se passe-t-il si l'on change un élément du système?

Lorsqu'elle a déménagé en Suisse dans les années nonante, ce n'était pas pour des raisons professionnelles, mais tout simplement car elle voulait se rapprocher des montagnes. Elle en a profité pour gravir des sommets comme l'Obergabelhorn et partir à l'aventure avec ses crampons et son piolet, flirtant souvent avec ses limites. Son objectif? Ressentir. Vivre dans l'instant présent. Se concentrer. Réduire l'expérience à l'essentiel.

Hélas, les ascensions se sont raréfiées. Annette a deux fils adultes et un quotidien professionnel très prenant; elle manque de temps. Elle a toutefois gardé la capacité à se concentrer sur l'essentiel. Son plus grand défi ne se situe plus à 4000 mètres d'altitude, mais au cœur des transports publics suisses. Depuis début 2025, Annette dirige myRIDE, un programme qui actionne un levier délicat du système: les tarifs.

Une nouvelle tentative

C'est ici qu'intervient Annette, et ce n'est pas le fruit du hasard. Elle a été engagée en 2001 aux CFF, où elle a occupé plusieurs rôles et fonctions de direction au fil des années. Elle a notamment contribué à l'élaboration de l'image-cible portant sur la mobilité à l'horizon 2050. Entre 2009 et 2014, elle a essayé une première fois de simplifier le système

tarifaire, en s'éloignant de communautés et de zones fixes pour se diriger vers des prix différenciés, davantage axés sur les tronçons effectivement parcourus. «Mais ce nouveau système n'a pas vu le jour», dit-t-elle simplement.

L'ironie dans l'histoire, c'est que c'est précisément sur cette philosophie que s'appuie myRIDE. Annette voit cette possibilité comme une deuxième chance; non pas comme une idée teintée de nostalgie, mais comme un projet s'inscrivant dans une autre situation. Elle a croché et s'engage une nouvelle fois dans l'espoir d'atteindre le même but, même si elle sait ce qu'on ressent en cas d'échec.

Ses convictions

«Ce qui me motive à me lever le matin, c'est que je suis persuadée que les transports publics nous permettent de vivre dans un monde meilleur», explique Annette. Il ne s'agit pas que de simples paroles, mais d'une conviction profonde. Elle souhaite que plus de personnes empruntent les transports publics, plus fréquemment et sans se poser la question. «La part modale est de 23%, ce qui ne suffit pas», poursuit-elle.

C'est justement ici que se trouve le problème, d'après elle. Les transports publics sont trop axés sur les personnes qui les empruntent déjà, perdant ainsi de vue celles qui ne le font pas, ou qui ne sont pas prêtes à le faire plus fréquemment. Tout n'est pas qu'une question de prix. «Je suis bien trop fière des transports publics de qualité», ajoute-t-elle. À ses yeux, il est question de simplicité, d'équité et de prix faciles à comprendre.

Comment elle gère la tension

Le chemin qui mène au but est difficile pour Annette Antz. La structure fédérale des transports publics la force à jongler entre différents intérêts. «À un moment donné, on doit s'écarter de l'idéal. Sinon, le système ne tient pas la route», explique-t-elle.

Face aux différents éléments qui pèsent dans la balance, les réponses sont rarement simples. Des décisions restent en suspens, et les compromis ne satisfont jamais tout le monde. Tout cela demande de l'énergie. Après des séances éprouvantes, Annette pousse son vélo à travers la ville de Berne, mettant de la distance entre elle et les discussions. Elle trouve du soutien auprès des personnes

avec lesquelles elle travaille sur ce projet, car elles prennent leurs responsabilités, réfléchissent avec elle et persévèrent. C'est grâce à cet appui qu'elle supporte la tension. «On appelle ça rester passionnée et sereine», ajoute Annette, qui précise qu'il s'agit d'une attitude à adopter au quotidien.

Les personnes qui l'ont côtoyée admettent retrouver cette philosophie dans sa façon de diriger. Ils la décrivent comme une responsable posée. Une personne exigeante mais encourageante, qui protège les autres tout en les motivant. Une dirigeante qui défend son équipe, en particulier lorsque la pression se fait sentir du haut. Une perfectionniste qui peaufine des détails, alors que d'autres se seraient montrés satisfaits depuis longtemps.

Une chose est sûre: ce qui la fait avancer n'est pas de l'amour-propre ou le désir de pouvoir. Ce qui l'intéresse, c'est le projet, et les personnes avec qui elle espère le mener à bien.

Pourquoi elle persévère

Annette ne prétend pas être visionnaire, et ne promet pas de résultats immédiats. Elle est consciente qu'on ne peut pas changer un système du jour au lendemain, notamment car il est impossible, en amont, de savoir exactement comment réagira la clientèle. Il est donc clair pour elle qu'il faudra être prêt à adapter le nouveau système si nécessaire.

Pour y parvenir, il faudra persévérer, patienter et assumer ses responsabilités, même si beaucoup d'éléments doivent être clarifiés. Annette persévère, là où d'autres auraient jeté l'éponge depuis longtemps.



Qu'est-ce que myRIDE?

L'Alliance SwissPass a lancé ce projet dans le but de créer un nouveau système tarifaire pour les transports publics suisses. L'idée est que le prix s'appuie sur le tronçon effectivement parcouru. myRIDE vise à simplifier radicalement le système tarifaire à l'aide d'un abonnement Smart qui combine les avantages du demi-tarif avec un système de bonus. L'AG et des abonnements régionaux seront également disponibles pour les personnes qui empruntent fréquemment les transports publics.



Prochain arrêt: l'avenir

«Les TP devraient être comme la bonne eau du robinet»

Tout le monde parle d'offrir une expérience enthousiasmante à la clientèle. Mais est-ce vraiment ce que veulent les personnes qui prennent le train, le tram et le bus? Notre expert pense: plutôt non.

L'expert

Christian Fichter est psychologue économique, auteur et directeur de recherche à la Haute école spécialisée Kalaidos à Zurich. Ses travaux portent sur la psychologie de la consommation, du travail et de la décision, et il conseille des entreprises sur des sujets tels que la confiance et le comportement de la clientèle. Un point fort de ses travaux est la psychologie de la mobilité, l'expérience et la décision lors des déplacements.

En Suisse, les transports publics fonctionnent, du moins la plupart du temps. Nous embarquons, partons, arrivons à destination et n'y réfléchissons généralement pas beaucoup. C'est exactement là que réside un paradoxe: ce qui fonctionne parfaitement suscite rarement l'enthousiasme. Le psychologue économique Christian Fichter explique pourquoi l'enthousiasme fonctionne différemment de ce que l'on pense dans les transports publics, et ce qui convainc vraiment les gens.

Monsieur Fichter, toutes et tous parlent d'offrir une expérience à la clientèle, également dans les transports publics. Cela sonne bien, mais à quoi cela ressemble-t-il concrètement?

Puis-je être honnête?

Absolument.

Le terme «enthousiasmer la clientèle» est pour moi un poncif de marketing. Cela sonne bien, mais la plupart du temps, on y recourt seulement lorsque plus aucune idée concrète ne vient. On appelle à l'enthousiasme en espérant obtenir ainsi davantage d'attention. Ce faisant, nous oublions que la majorité des gens ne souhaitent pas du tout être enthousiasmés dans leur quotidien. Ils veulent que les choses fonctionnent simplement. Dans les transports publics, cela signifie des trains à l'heure, des correspondances assurées et un système de billets logique. Lorsque ces besoins sont remplis, les gens sont satisfaits. Et la satisfaction est dans les transports publics ce que l'enthousiasme peut être dans d'autres branches: la base de la fidélité.

Donc il vaut mieux une satisfaction solide que de grandes émotions?

Tout à fait. L'enthousiasme est comme un feu d'artifice: intense pendant un moment, mais vite disparu. La satisfaction est comme une bonne relation: calme, fiable et solide. Lorsque je circule en transports publics, je veux me sentir en sécurité et rester tranquille. Je veux que ma journée continue simplement, que je sois en train de travailler, de lire ou de

déconnecter. Lorsque cela fonctionne, la confiance se crée. Et la confiance est la véritable monnaie de la fidélisation. On ne peut pas forcer l'enthousiasme. Il apparaît lors de petits moments: une annonce cordiale, de la souplesse lorsque quelque chose se passe mal ou un regard empli de compréhension. Il s'agit d'exceptions, mais elles restent en mémoire.

Pourtant, cela ne fonctionne pas sans aucune émotion, n'est-ce pas?

Non, mais elles s'expriment d'une autre manière. La branche automobile vit d'émotions: le bruit, l'accélération, le sentiment de liberté. Les transports publics fonctionnent de façon plus rationnelle. Ici, je ne cherche pas le «kick», mais le rythme. Je veux arriver à destination: à l'heure, dans le calme et confortablement. La qualité émotionnelle réside dans la fiabilité. Dans un monde en mouvement incessant, ce qui fonctionne toujours a un effet presque rassurant.

Ce besoin de sécurité a certainement aussi à voir avec le contrôle.

Énormément, même. L'autonomie et l'indépendance sont des besoins de base. Auparavant, un voyage devait être minutieusement planifié. Aujourd'hui, nous attendons que la mobilité soit tout simplement disponible. Moins je dois y réfléchir, mieux je me sens. Les transports publics devraient être simples au point d'être quasiment intuitifs. Pas de jungle tarifaire, pas d'obstacle, pas de moments dans lesquels on se sent incompetent. En psychologie, cela s'appelle «délestage cognitif»: qui ne doit pas réfléchir en permanence ressent de la satisfaction.

La simplicité est donc la nouvelle promesse de confort?

Exactement. De nouvelles évolutions telles que le «check-in/be-out» l'illustrent parfaitement. J'embarque, je voyage, je descends. C'est tout. Si j'ai automatiquement le bon billet, je m'épargne des réflexions, du stress et des incertitudes. Parfois, ce n'est pas l'innovation qui convainc, mais son absence.

La simplicité a un énorme effet émotionnel. Elle donne du contrôle sans que l'on doive se montrer actif. Cela renforce la confiance dans le système.

Comment les exigences envers les transports publics ont-elles changé?

La vie est devenue plus complexe. Travail, loisirs, famille, santé: tout s'imbrique. La mobilité n'est plus un domaine en soi, mais un élément du flux quotidien. Penduler était auparavant la routine, aujourd'hui, c'est selon la situation. Si les transports publics restent flexibles, de bout en bout et intuitifs, ils conserveront leur attrait. Inversement, si je dois me soucier de technique, de tarifs ou de dérangements, la confiance se brise rapidement.

«L'enthousiasme de la clientèle est pour moi un poncif de marketing»

Compte tenu de tout cela, comment les transports publics peuvent-ils malgré tout toucher émotionnellement?

En nous prenant au sérieux. Nous ne voulons pas être divertis, mais compris. Lorsqu'une entreprise de transport résout une situation de façon humaine, avec de l'empathie plutôt que des paragraphes, il en résulte une proximité dont l'effet est plus durable que n'importe quelle campagne. L'enthousiasme n'est rien d'autre que le sentiment d'être vu. Dans le sens: «Ouah, ils comprennent ce que je veux, et ils s'efforcent de me l'offrir.» Et cela ne se fait pas par de la publicité, mais par l'attitude. Et pas avec des mots, mais par des actes.

Vous parlez beaucoup de simplicité et d'humanité. Quel rôle la numérisation joue-t-elle dans ce cadre?

Un rôle central. La numérisation n'est pas un but en soi, mais un outil de simplification. Si la technique fait en sorte que j'aie moins à faire ou à réfléchir, elle est

bienvenue. Si elle me met de nouveaux obstacles, elle devient un inconvénient. Un bon système participe à la réflexion: il indique des solutions de remplacement si quelque chose ne fonctionne pas et transmet un sentiment de maintien du contrôle. L'humain reste cependant nécessaire sous les traits d'un personnel visible, cordial et compétent. Dans un monde automatisé, les rencontres humaines gagnent d'autant plus en valeur. Elles constituent le filet de sécurité émotionnel.

Quelles tendances sociétales influencent particulièrement les transports publics?

Une grande tendance est le vœu d'autodétermination. Les gens veulent être mobiles, mais à leur façon. Ils veulent décider librement quand et comment ils se déplacent, sans être restreints par des systèmes rigides. Parallèlement, ils recherchent de l'orientation: ils veulent que quelqu'un les aide si quelque chose ne se passe pas comme prévu. Tel est l'exercice d'équilibrisme des transports publics: permettre la liberté tout en offrant de la sécurité.

Et le sujet climatique?

Il reste important, mais différemment d'auparavant. La discussion est moins moralisatrice, mais plus mûre. De

nombreuses personnes se déplacent aujourd'hui de manière écologique sans en tirer une déclaration. Il s'agit d'une forme silencieuse et pragmatique de conscience de leur responsabilité. Il est connu que voyager en train est plus intelligent, plus silencieux, plus économique et préserve mieux les ressources. Et nous savons que nous faisons aussi quelque chose de bien pour nous-mêmes: moins de stress, plus de temps et plus de tranquillité.

«La simplicité a un énorme effet émotionnel»

Si vous pensez aux transports publics du futur: comment devraient-ils être pour que davantage de monde opte pour eux?

Ils devraient être fluides. La mobilité devrait être perçue comme un élément naturel de la vie, comme quelque chose qui nous porte sans nécessiter d'attention. Les transports publics parfaits sont présents toujours et partout, mais se tiennent en arrière-plan, et c'est précisément pour cela qu'ils convainquent. Parallèlement, ils doivent laisser de la place à l'individualité: des compartiments silence pour les personnes qui

veulent travailler ou déconnecter, des zones vivantes pour les familles ou les rencontres. Et peut-être aussi à nouveau un wagon-restaurant qui soit vraiment un lieu de rendez-vous. Le train peut être un endroit social. Ou un lieu de retrait, en fonction des besoins.

Cela sonne comme une nouvelle forme de normalité.

Oui, peut-être même comme une révolution silencieuse. Si les transports publics parviennent à faire en sorte que les personnes puissent continuer leur vie pendant leurs déplacements (en leur permettant de travailler, de lire, de discuter ou de réfléchir), ils deviendront une évidence. Car ils ne seront alors plus une concurrence à la voiture, mais la meilleure façon d'être mobile.

Donc, pour finir, nous y revenons: l'enthousiasme à travers la fiabilité.

Voilà. L'enthousiasme n'est pas le but, mais la conséquence de quelque chose qui est vraiment bien fait. Les transports publics devraient être comme la bonne eau du robinet: toujours là, propre, allant de soi. On y pense rarement, mais on ne voudrait jamais en être privé. Cette évidence est la forme la plus élevée de satisfaction de la clientèle, et la forme la plus durable de fidélisation.

Le psychologue économique Christian Fichter recherche sur ce que les voyageurs veulent réellement.



La mobilité du futur

Pourquoi des baskets blanches ne suffisent pas, et ce qui compte vraiment

De la locomotive à vapeur au système actuel, en pointe au niveau mondial: les transports publics suisses ont fait preuve d'un courage énorme au fil de l'histoire. Ils sont responsables du transport de millions de personnes, de leur sécurité et de la fiabilité de l'ensemble. Cela les rend forts, mais les incite aussi à se reposer sur leurs lauriers. La responsabilité freine le goût de l'expérimentation.

De nombreuses organisations tentent de cacher cette contradiction de façon cosmétique: jargon «new work», bureaux open space, baskets blanches. Les mauvaises langues parlent d'«agilité de zombie». Cependant, le problème n'est pas culturel, mais structurel.

Les transports publics ne peuvent pas de passer d'innovations de fond. L'industrie automobile s'est elle aussi longtemps pensée inattaquable. Tesla a prouvé le contraire. Pourquoi quelque chose de semblable serait-il impossible dans les transports publics? Les offres de véhicules autonomes de porte à porte ou les modèles de plateformes de mobilité mettent les systèmes en place sous pression, en particulier compte tenu de la part modale de 77 % que détient la route.

La réponse, ce n'est pas de devenir une start-up. C'est la coopération. Plutôt que de tout régler à l'interne, des partenariats sont nécessaires afin de lier la fiabilité des transports publics à la rapidité et à la capacité d'expérimentation des start-ups.

Le projet 31DAYS montre que cela fonctionne:

- 1. Des hackathons plutôt que des enquêtes:** nous avons commencé par des méga-hackathons au camp fédéral scout. Des milliers de jeunes nous ont «crackés» avec cette question: «comment pouvons-nous inciter ta famille à utiliser davantage les transports publics?» La réponse est étonnamment simple: le défi «31 jours sans voiture».
- 2. Un test de marché rapide plutôt que des discussions sans fin:** au lieu de débattre longuement de l'idée dans des organes, nous nous sommes lancés tout de suite: avec la page d'accueil 31DAYS.ch et une campagne Instagram avec 1000 francs de budget. Le résultat: plus de cent réactions qualifiées en très peu de temps. Nous avons évalué la demande, avec des MVP et non des PowerPoint.



Pour gagner des parts face à la route, les transports publics ont besoin d'idées innovantes et lumineuses.

3. Une mise à l'échelle plutôt qu'une profusion d'essais pilotes:

le marché a confirmé le potentiel du projet. Aux côtés de l'Alliance SwissPass, nous en avons fait un modèle efficace et très propice à une mise à l'échelle. En tant que start-up, nous n'aurions jamais pu atteindre seuls ce niveau d'efficacité.

31DAYS le montre: le véritable courage réside aujourd'hui dans le fait de dire «**nous ne pouvons pas réaliser d'innovations rapides seuls**». C'est là que commence l'avenir.

Les transports publics peuvent devenir le nœud central d'un écosystème de mobilité interconnecté, efficace et humain.

Nous empruntons ce chemin en tant que partenaire, pas en tant que je-sais-tout, mais à titre d'accélérateurs. Pourquoi? Parce que nous non plus, nous n'y parviendrons pas seuls. Nous avons besoin de l'infrastructure, de l'organisation et de la puissance d'échelle des transports publics.

Texte: Marc Stoffel, 42hacks

Vous en voulez plus?



Vous trouverez davantage d'informations sur les tendances, technologies et projets actuels des transports publics sur notre radar de la branche, une plateforme d'échange et de collaboration au sein de la branche. Notre radar livre des aperçus, des tendances et des inspirations pour votre planification.

Comment Anna pourrait voyager à l'avenir

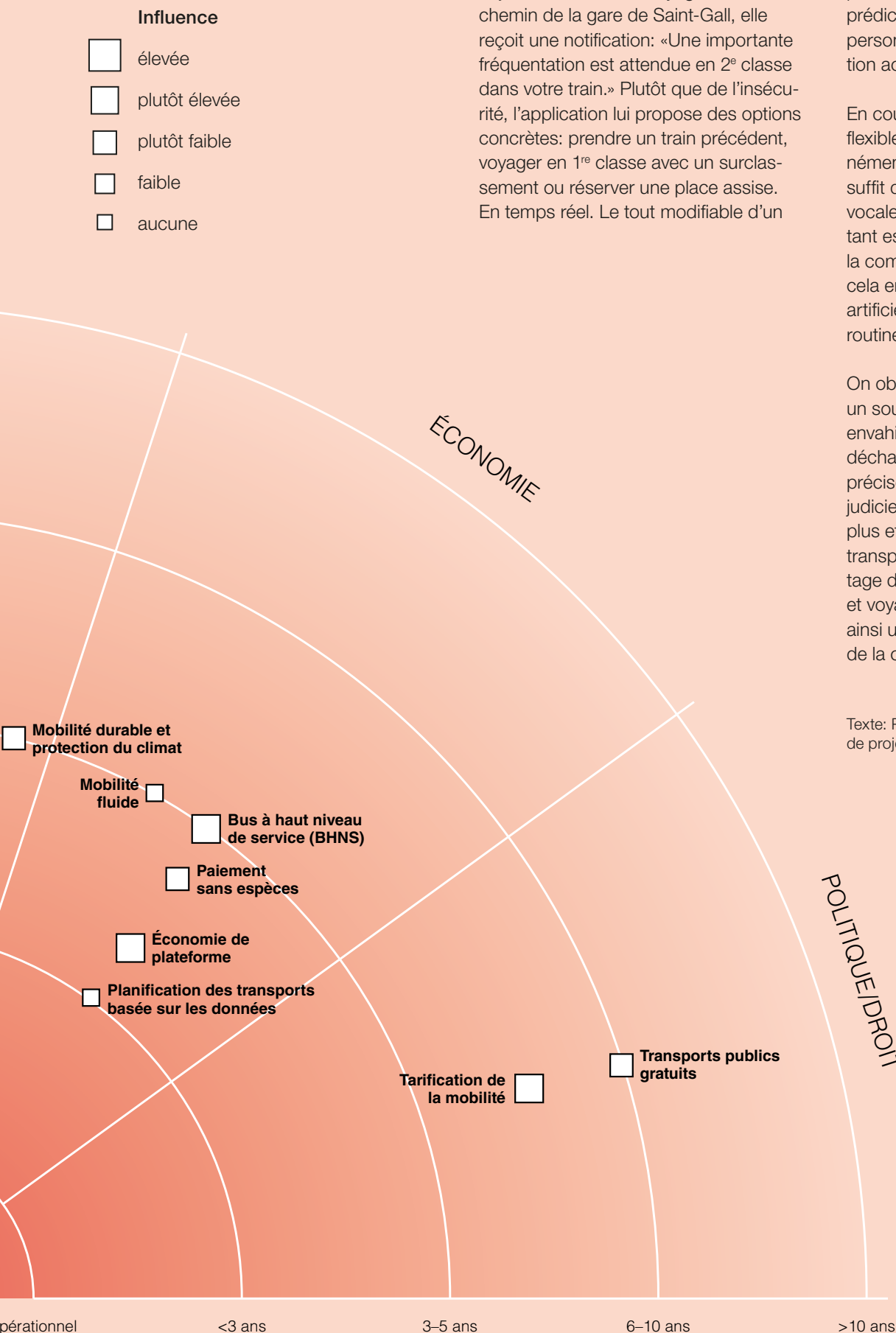
Les services numériques accompagnent déjà Anna avant son voyage. Sur le chemin de la gare de Saint-Gall, elle reçoit une notification: «Une importante fréquentation est attendue en 2^e classe dans votre train.» Plutôt que de l'insécurité, l'application lui propose des options concrètes: prendre un train précédent, voyager en 1^{re} classe avec un surclassement ou réserver une place assise. En temps réel. Le tout modifiable d'un

simple clic. Cela est rendu possible par des services proactifs et l'analyse prédictive, qui combine les préférences personnelles et les données d'exploitation actuelles.

En cours de route aussi, le service reste flexible. Lorsqu'Anna souhaite spontanément modifier son trajet de retour, il lui suffit d'effectuer une brève commande vocale depuis son tram. Son billet existant est modifié, le nouveau est établi et la comptabilisation est confirmée. Tout cela en quelques secondes. L'intelligence artificielle se charge de ce processus de routine de façon autonome et fiable.

On obtient ainsi un service qui apporte un soutien en anticipant, mais sans être envahissant. Anna se sent informée, déchargée et accompagnée, et ce précisément aux moments où cela est judicieux. Cela signifie des processus plus efficaces pour les entreprises de transport et moins de stress et davantage de confiance pour les voyageuses et voyageurs. Le service clientèle devient ainsi un facteur central de la fidélisation de la clientèle des transports publics.

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



Ce qui vous attend en 2026

Manifestations

1^{er} avril: Assemblée et Forum des communautés, Centre Paul Klee, Berne

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

9 juin: Tour de l'Alliance SwissPass, Yverdon-les-Bains

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

1^{er} décembre: Un pas dans l'avenir des transports publics, Kursaal, Berne

Formations

Formation introductive

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

Dates: 24 et 25 novembre

Formations du personnel de contrôle

Module 1: bases

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

Dates: 20 et 21 octobre

Module 2: développement individuel

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

Dates: 17 et 18 novembre

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

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

Dates: en continu, un nouveau module chaque trimestre

Formation à la protection des données

E-Learning pour toutes les personnes qui travaillent dans la protection des données (p. ex. préposé(e)s à la protection des données). Cette formation (payante) est accessible dans le Learning Management System (LMS) de l'Alliance SwissPass ou en tant que paquet de données pour le LMS de l'entreprise.

Dates: La formation peut être suivie n'importe où et à tout moment.

A vertical photograph on the right side of the page shows two people on a train platform. In the foreground, a man with glasses and a beard is wearing a bright yellow high-visibility jacket and carrying a bag. Behind him, another person is partially visible. The background shows the structure of a train and platform.

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