

Transports

Pressés par Monsieur Prix, les CFF offrent de nouveaux cadeaux

S'appuyant sur un résultat 2018 record, l'ex-régie pense à sa clientèle. Le surveillant des prix estime y avoir contribué

Lise Bailat Berne

Dans la vie publique, tout est affaire de communication. Les CFF l'ont bien compris. C'est avec le sourire et un brin de malice que le directeur de l'ex-régie fédérale, Andreas Meyer, a commencé son discours, à l'heure du bilan annuel 2018 présenté mardi à Berne. «Un jour, on m'a qualifié de rêveur parce que j'avais affirmé qu'on allait maintenir, voire baisser les prix. Je vais vous montrer maintenant comment on l'a réalisé en 2018 et comment on continuera de le faire cette année.»

Le patron sort le grand jeu. Et pour cause: les CFF ont réalisé l'an dernier un exercice record, avec un résultat consolidé de 568 millions de francs. Ils promettent que la clientèle en profitera directement. Au total, l'ex-régie affirme vouloir investir 230 millions de francs pour les voyageurs: des économies de 100 millions par le biais des billets à tarifs réduits, 94 millions sous forme de crédits d'achats et de bons et 36 millions dans le confort et le service, à savoir le renforcement du nettoyage ou encore la baisse des prix dans les wagons-restaurants. Ces cadeaux vont «bien au-delà de l'accord conclu avec le surveillant des prix», se félicitent les CFF.

Appréciation différente

Pourtant, dans un communiqué publié à peu près au même moment mardi, ce dernier se félicite d'avoir trouvé un accord avec les CFF sur «des mesures de grande envergure en faveur de la clientèle». Mais il n'apprécie pas le geste



Les CFF promettent que la clientèle profitera des retombées de son exercice record. KEYSTONE

prévu cette année de la même manière. «Il est faux de dire que ces 230 millions vont au-delà de notre accord à l'amiable, assure Beat Niederhauser, le suppléant de M. Prix. Nous calculons de manière différente, en prenant en compte uniquement les remboursements à la clientèle. Si les CFF investissent dans le nettoyage des trains, ce n'est pas une chose dont le client profite directement en pièces sonnantes et trébuchantes.»

L'organe fédéral estime par ailleurs que les cadeaux des CFF n'auraient pas le même emballage s'il n'avait pas été là pour négocier. «Le paquet de mesures serait certainement différent sans nos longues négociations. Les remboursements concrets n'auraient pas été si centraux sans notre pression. C'est aussi la première année qu'il est techniquement possible de créditer une somme sur un compte client, une possibilité que nous deman-

dions de longue date», souligne Beat Niederhauser (*lire encadré*).

Andreas Meyer se réjouit en tout cas de pouvoir investir des millions pour la clientèle, notamment via les billets dégriffés, un produit qui permet aux CFF d'attirer de nouveaux clients. Le directeur cite les chiffres de 2018: sur les 5,5 millions de tickets à prix réduits mis en vente, 1,8 million ont été acquis par de nouveaux clients qui auraient soit utilisé un autre moyen de trans-

port, soit renoncé à voyager sans cette offre.

Si l'ex-régie fédérale soigne ses clients, ses employés ne veulent pas rester sur la touche. Le syndicat du personnel des transports SEV

«Le paquet de mesures serait certainement différent sans nos longues négociations»



Beat Niederhauser
Suppléant du surveillant des prix

rappelle que la hausse du bénéfice des CFF de 42% en 2018 est aussi due à une réduction des postes et à l'augmentation de la productivité. Il exige une reconnaissance financière pour les employés CFF (24 592 EPT à la fin de 2018).

Ponctualité à la traîne

La direction des CFF se dit certes préoccupée par la satisfaction en baisse de son personnel. Mais sa priorité en 2019 reste la mise en service des nouveaux trains à deux étages FV-Dosto de Bombardier, qui, livrés après des années de retard, ne donnent pas entière satisfaction.

La ponctualité de la clientèle, en particulier dans l'arc lémanique, reste aussi une épine dans le pied de l'entreprise. Cette dernière pointe du doigt plusieurs facteurs, dont les chantiers liés à Léman 2030. Dans ce domaine, pas de grandes promesses: sur les trois remèdes définis pour améliorer la situation, deux relèvent de la communication - «mieux expliquer ce qu'est la ponctualité clientèle» et «informer la clientèle personnellement».

Quels rabais en 2019 pour quels clients? Mode d'emploi

Davantage de billets dégriffés

En 2019, les CFF promettent d'offrir des billets dégriffés pour un volume d'économies d'au moins 100 millions de francs (+20 mios).

Un crédit et des bons pour les abonnés demi-tarif

En plus de la possibilité d'avoir un billet dégriffé, les 2,6 millions de détenteurs d'un abonnement demi-tarif auront droit à 15 francs de crédit sur leur compte client entre août et décembre. Dès mai, ils recevront par la poste des bons

pour un surclassement d'une valeur totale de 20 francs.

Cent francs pour les abonnés de parcours

Les détenteurs d'un abonnement de parcours modulable ou Évasion recevront par la poste un bon de 100 francs en mai.

Moins de frais pour les abonnés généraux

Les clients les plus dépensiers des CFF ont l'avantage le plus réduit: ils pourront à l'avenir déposer leur abonnement général sans frais de

dépôt, contre 10 francs aujourd'hui. «Nous avons essayé d'obtenir plus. Les mesures prises ne sont pas très généreuses, admet Beat Niederhauser, le suppléant du surveillant des prix. Mais le vrai problème avec l'abonnement général, c'est que les communautés tarifaires deviennent de plus en plus grandes. La branche ne veut pas agir sur le prix pour cette raison-là. C'est dommage et il faut absolument revoir le développement des communautés tarifaires.» **L.B.T.**